

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ВЕСТНИК

**РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)
№ 4 (44), ДЕКАБРЬ, 2013**

**VESTNIK
OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)
№ 4 (44), DECEMBER, 2013**

**РОСТОВ-НА-ДОНУ
2013**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)
№ 4 (44), ДЕКАБРЬ, 2013

Научно-практический журнал.
Издается с 1996 года.
Периодичность — 4 номера в год.
№ 4 (44), 2013

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

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

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

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

Адрес редакции журнала:
344002, Ростов-на-Дону,
ул. Б. Садовая, 69, к. 337.
Тел. (863) 237–02–75.
E-mail: vestnik.rsue@mail.ru.

© Ростовский государственный
экономический университет
(РИНХ), 2013

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

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

Ответственный секретарь
кандидат экономических наук, доцент
Пархоменко Татьяна Валерьевна

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

Ознакомиться с требованиями к оформлению материалов можно на сайте журнала: <http://rsue.ru/vestnik/index.aspx>.

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

Ответственность за содержание публикаций и достоверность фактов несут авторы материалов.

Главный редактор

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

Заместитель главного редактора

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

Ответственный секретарь

кандидат экономических наук, доцент
Пархоменко Татьяна Валерьевна

Международный издательский совет:

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

Editor-in-Chief

Honored Scientist of the Russian Federation,
Doctor of Economics, Professor
Albekov Adam Umarovich

Deputy Editor-in-Chief

Honored Worker of Higher Education of the Russian Federation,
Doctor of Economics, Professor
Dzhukha Vladimir Mikhailovich

Executive Secretary

Associate Professor
Parkhomenko Tatiana Valerievna

International Editorial Council:

Adamov Velichko — Professor, Dr., Rector of D. A. Tsenov Academy of Economics
(Bulgaria)

Atoyan Koryun L. — Professor, Dr., Rector of Armenian State University of Economics,
(Armenia)

Baumstark Luc — Professor, Dr., Dean of Faculty of Economics and Management of
Université Lumière Lyon 2 (France)

Waller Eva — Professor, Dr., Dean of Department of Business of Bochum University of
Applied Sciences (Germany)

Hlušek Jaroslav — Professor, CSc., Rector of Mendel University in Brno (Czech Republic)

Ponomarenko Vladimir S. — Professor, Dr., Rector of Kharkiv National Economic
University (Ukraine)

Tsekouras Yannis — Professor, Dr., President of the Association of Economic Universities
of South and Eastern Europe and the Black Sea Region (Greece)

Shimov Vladimir N. — Professor, Dr., Rector of Belarus State Economic University,
(Republic of Belarus)

Редакционный совет:

- Боровская Марина Александровна** — доктор экономических наук, профессор, ректор Южного федерального университета, Председатель Совета ректоров вузов Южного федерального округа (Россия)
- Зверьяков Михаил Иванович** — доктор экономических наук, профессор, корр. НАН Украины, ректор Одесского национального экономического университета (Украина)
- Емельянов Владимир Викторович** — доктор экономических наук, профессор, руководитель Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ростовской области (Ростовстат) (Россия)
- Кобилев Алексей Геннадьевич** — доктор экономических наук, профессор, вице-президент Торгово-промышленной палаты Ростовской области
- Кузнецов Владимир Васильевич** — доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии сельскохозяйственных наук (Россия)
- Максимцев Игорь Анатольевич** — доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии естественных наук, академик Международной академии наук высшей школы, почетный доктор Бухарестской экономической академии, ректор Санкт-Петербургского государственного экономического университета (Россия)
- Украинцев Вадим Борисович** — доктор экономических наук, профессор, директор Представительства Внешэкономбанка в Южном федеральном округе (Россия)
- Халын Виктор Геннадьевич** — кандидат экономических наук, председатель Ростовского областного отделения общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» (Россия)
- Черниченко Геннадий Александрович** — доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель образования и науки Украины, декан экономического факультета Донецкого национального университета (Украина)
- Эскиндаров Михаил Абдурахманович** — доктор экономических наук, ректор Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, профессор, член-корреспондент Российской академии образования (Россия)

Editorial Council:

- Borovskaya Marina A.** — Professor, Dr., Rector of Southern Federal University, Chairman of the Council of Rectors of the Southern Federal District (Russia)
- Zveryakov Mikhail I.** — Doctor of Economic, Professor, corr. NAS of Ukraine, Rector of Odessa National Economic University (Ukraine)
- Yemelyanov Vladimir V.** — Doctor of Economic, Professor, Director of Territorial Agency of Federal State Statistics Service in the Rostov Region (Russia)
- Kobilev Alexey G.** — Doctor of Economics, Professor, Vice-President of Chamber of Commerce and Industry of Rostov region
- Kuznetsov Vladimir V.** — Academician of the Russian Academy of Agricultural Sciences, Doctor of Economic, Professor (Russia)
- Maksimtsev Igor A.** — Professor, Dr., Academician of the Russian Academy of Natural Sciences, Academician of International Academy of Higher Education, Honorary Doctor of Bucharest Academy of Economic Studies Rector of Saint Petersburg State University of Economics (Russia)
- Ukraintsev Vadim B.** — Doctor of Economic, Professor, Vnesheconombank Director Representative in Southern Federal District (Russia)
- Halyn Victor G.** — Candidate of Economic Science, the Chairman of the Rostov Regional Office of Public Organization of Small and Average Business «Support of Russia» (Russia)
- Chernichenko Gennadiy A.** — Doctor of Economic, Professor, Honored Worker of Education and Science, Dean of the Faculty of Donetsk National University (Ukraine)
- Eskindarov Michael A.** — Professor, Dr., Rector of the Financial, University under the Government of Russian Federation, Corresponding Member of Russian Academy of Education (Russia)

Редакционная коллегия:

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

Editorial board:

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

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК**РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)****№ 4 (44), ДЕКАБРЬ, 2013****СОДЕРЖАНИЕ****РАЗДЕЛ 1. Управление
экономическими системами _____ 11***Альбеков А. У., Ротэрмель А. А.*Факторы развития
производственной инфраструктуры
макрологистической системы
товароснабжения внутреннего рынка
России **11***Андреева Е. Ю.*Логистический подход к организации
терминально-складской
деятельности **18***Астафуров С. С., Украинцев В. Б.*Развитие сетевой розничной торговли
в России: вектор и динамика
инфраструктурного роста **22***Батыгов Я. А.*Факторы и условия
развития рынка автомобильных
коммерческих перевозок грузов **28***Богочарова Е. П.*Управление цепями поставок
фармацевтического рынка региона **34***Борисова В. В., Гордей К. Г.*Складская логистика
как универсальный инструмент
управления товаропотоками **40***Захарова Р. М.*Потоково-процессная организация
и макроэкономическое планирование
логистических сервисных систем
в сегменте делового туризма
гостиничного рынка **44***Мамаев Э. А., Ковалева Н. А.*Железнодорожный транспорт в системе
развития городского пассажирского
транспорта на примере
г. Ростова-на-Дону **53***Пархоменко Т. В.*Логистический форсайтинг развития
электроэнергетического комплекса
региона **60***Петросьян А. О.*Макроэкономические
и институциональные факторы
развития торговой инфраструктуры
товароснабжения рынка
детских игрушек **66***Пушкарь О. М.*Эконометрический анализ факторов
финансовой деятельности производства
и реализации яичной продукции:
логистический аспект **74***Резников С. Н.*Институциональная трансформация
глобальной логистики
и формирование региональных цепей
поставок: концептуальный аспект **80****РАЗДЕЛ 2. Экономика
и предпринимательство _____ 86***Ванюшкина В. В.*Бренд вуза в разрезе современных
проблем образования **86***Гринченко К. В., Ерохина Т. Б.*Интегрированные маркетинговые
коммуникации — уникальная
коммуникационная технология
XX века **92***Ершов В. Е.*Тенденции развития рынка рекламы
в контексте влияния
на потребительское поведение **98***Ефимов Е. Н.*Нечеткий многокритериальный анализ
при выборе инструментов
электронных бизнес-отношений **103**

Золотарёв В. С., Невская Н. И., Комарова Т. Г.	
Жизнедеятельность населения России в условиях изменившейся среды обитания: применение информационных систем	111
Каплина А. В.	
Анализ моделей формирования кластерных структур в системе региональной экономики: управленческий аспект	119
Линченко Б. И.	
Институциональное развитие кластеров	127
Лозовая Ю. Ю.	
Понятия «инновация» и «национальная инновационная система» как экономические категории	135
Палагина А. Н.	
Интеграция системы консультационных центров и института омбудсменства в Российской Федерации	141
Пржедецкая Н. В.	
Концепция разработки и предоставления образовательной услуги на рынке бизнес-образования	148
Рогожин С. В., Цимбаленко Н. С.	
Инвестиционная привлекательность ипотечного кредитного продукта для потребителя	156
Рожкова А. Ю., Филонич В. В.	
Результативность политики устойчивого экономического роста региона	160

Скляр А. В.	
Алгоритм анализа рядов динамики экономических показателей на основе аппарата сглаживающих нормализованных В-сплайнов	168

РАЗДЕЛ 3. Финансово-кредитные отношения и бухгалтерский учет _____ 174

Бурмистров А. В.	
Проблемы аудита эффективности муниципальных программ	174
Гончарова С. Н., Гуденица О. В.	
Аналитическое исследование типичных нарушений при отражении реорганизационных процедур в учете	180
Курбанов С. А., Сайдулаев Д. Д.	
Проблемы бюджетной обеспеченности и межбюджетные трансферты в Чеченской Республике	186
Омельченко И. А., Омельченко В. О.	
Методические особенности формирования ключевых показателей эффективности коммерческой организации	192
Рашидов Т. М.	
Системно-аналитическое исследование показателей ликвидности российского финансового рынка	199
НАШИ АВТОРЫ _____	204

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF RUSSIAN FEDERATION

VESTNIK

OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)

№ 4 (44), DECEMBER, 2013

Scientifically-practical journal.

First published in 1996.

Periodical — 4 issues per year.

№ 4 (44), 2013

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

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

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

The International Standard Serial Number:

ISSN 1991–0533

Publishing address of the journal:

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

The Edition:

Editor-in-Chief **A. U. Albekov**
Deputy Editor-in-Chief **V. M. Dzhukha**
Executive Secretary **T. V. Parkhomenko**
Editor **E. V. Shmyglia**
Corrector, a computer set **N. V. Guzenko**

© Vestnik of Rostov State
University of Economics
(RINH), 2013

CONTENTS

SECTION 1. Management of economic systems _____ 11

- Albekov A. U., Rotermel' A. A.*
Factors of production system
infrastructure of macrologistical system
supply goods on internal market
of Russia **11**
- Andreeva E. Yu.*
Logistic approach to the organization
of warehouse practice **18**
- Astafurov S. S., Ukraintsev V. B.*
Development network retail in Russia:
vector and growth dynamics
of infrastructure **22**
- Batygov Ya. A.*
Factors and conditions of the market
road freight business **28**
- Bogocharova E. P.*
Supply of chain management
of pharmaceutical market
in the region **34**
- Borisova V. V., Gordei K. G.*
Warehouse logistics as universal
instrument of commodity streams
management **40**
- Zakharova R. M.*
Trends hotel chains and logistics
hotel business organization hospitality
industry in domestic **44**
- Mamaev E. A., Kovaliova N. A.*
Railway transport in development
of city passenger transport
on the example of Rostov-on-Don **53**
- Parkhomenko T. V.*
Logistic forsyting power complex
development of the region **60**

<i>Petrosyan S. A.</i> Directions of commerce infrastructure distribution in the domestic market of toys	66	<i>Lozovaja Ju. Ju.</i> Definitions of «innovation» and «national innovation system» as economic categories	135
<i>Pushkar' O. M.</i> Econometric analysis of the factors of production and financial performance of egg products: logistical aspects	74	<i>Palagina A. N.</i> Integration of system consulting centers and institutes of ombudsmen in Russian Federation	141
<i>Reznikov S. N.</i> Institutional transformation of global logistics and formation of regional supply chain: conceptual aspects	80	<i>Przhedetskaya N. V.</i> Concept development and delivery of educational services in the market of business education	148
SECTION 2. Economics and business _____	86	<i>Rogozhin S. V., Tsimbalenko N. S.</i> Real estate investment appeal with mortgage	156
<i>Vanushkina V. V.</i> University brand in the social contemporary problems of education	86	<i>Rozhkova A. Y., Filonich V. V.</i> Productivity of policy of sustained economic growth of the region	160
<i>Grinchenko K. V., Erokhina T. B.</i> Integrated marketing communications — a unique communication technology of XX century	92	<i>Sklyarov A. V.</i> Analysis algorithm of ranks of dynamics of economic indicators, on the basis of the device of the smoothing normalized B-splines	168
<i>Ershov V. E.</i> Tenditions of advertising market development according to it's influens on consumer behavior	98	SECTION 3. Financial and credit relations and accounting _____	174
<i>Efimov E. N.</i> Fuzzy multi-criteria analysis of the choice of instruments electronic business relations	103	<i>Burmistrov A. V.</i> Problems of the efficiency audit of municipal programs	174
<i>Zolotarioov V. S., Nevskaya N. I., Komarova T. G.</i> The life activity of the population of Russia in the conditions of changed environment: information systems application	111	<i>Goncharova S. N., Gudenitsa O. V.</i> Analytical study of typical of violations in reflection reorganization procedures in the accounting	180
<i>Kaplina A. V.</i> Analysis of the models of formation of cluster structures in the regional economy: administrative aspect	119	<i>Kurbanov S. A., Saydulaev D. D.</i> Problems of budget security and inter-budgetary transfers in the Chechen Republic	186
<i>Linchenko B. I.</i> Increase of innovative competitiveness of regions on the basis of cluster approach	127	<i>Omelchenko I. A., Omelchenko V. O.</i> Methodological aspects of forming key performance indicators of the commercial organization	192
		<i>Rashidov T. M.</i> Systematic and analytical study of liquidity in the Russian financial market	199
		OUR AUTHORS _____	204

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

А. У. Альбеков, А. А. Ротэрмель

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ МАКРОЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА РОССИИ

Аннотация

В статье проводится обоснование причин и факторов ослабления производственной базы отечественной экономики, постепенной деиндустриализации хозяйственного комплекса и сокращения потенциальных возможностей расширения конкурентного предложения отечественной продукции на внутреннем рынке страны. Авторы актуализируют необходимость включения вопросов развития промышленной политики России в проблематику современного отечественного экономического дискурса.

Ключевые слова

Производство, потребление, отраслевой комплекс, монетизация экономики, товароснабжение, промышленная политика.

A. U. Albekov, A. A. Rotermel'

FACTORS OF PRODUCTION SYSTEM INFRASTRUCTURE OF MACROLOGISTICAL SYSTEM SUPPLY GOODS ON INTERNAL MARKET OF RUSSIA

Annotation

The article presents the rationale for and the attenuation factors of production base of the domestic economy, the gradual deindustrialization of the economic complex and reduce the potential expansion of competitive supply of domestic products in the domestic market. Author actualizes the need to integrate the development of industrial policy in Russia into the problems of the modern domestic economic discourse.

Keywords

Production, consumption, industrial complex, the monetization of the economy, supply goods, industrial policy.

Проблематика настоящей статьи охватывает насущные вопросы трансформации взаимодействия экономических сфер воспроизводства и обращения в России, деформирующих межотраслевые связи и формирующих новую неравновесную кооперацию производства и торговли.

Проблема организации «самостоятельного» товароснабжения внутреннего рынка страны обусловлена влиянием

ряда факторов и причин, часть которых являются ошибками макроэкономического управления, а другая часть — их прямым экономическим следствием.

Открытие отечественной экономики в 1990-е гг. было идейно маркировано тезисом о том, что внутренний товарный дефицит может быть легко покрыт за счет импортных закупок, в том числе на нефтегазовые доходы. Далее в русле отечественного экономического

дискурса начала прокламироваться политика сдерживания роста денежной массы через введение ограничительных мер, которые позволяют контролировать инфляцию.

Увеличение темпов экономического роста официальная пропаганда высших экономических ведомств страны связывала с переходом к инновационной экономике, который, однако, не сопровождался какими-нибудь подвижками в части финансирования и развития науки и прикладных исследований.

Задача построения мощной внутренней экономики и постепенного перехода на модель внутренне ориентированного роста и стимулирования конечного спроса также решалась в отрыве от проблемы модернизации инфраструктуры товарного рынка, строительства дорог и прочих проектов.

Сложный переход отечественной экономики на рыночные рельсы породил множество сравнительных исследований, результаты которых позволили констатировать, что «на дне своего падения Россия потеряла больше (более 55 %), чем США во времена Великой Депрессии (30 %), и вполне сопоставимо с потерями во время Гражданской войны (70 %)» [2].

Однако более чем двадцатилетний период рыночных реформ породил еще большую деформацию отраслевого хозяйства страны в условиях существенного сокращения инвестиций в капитал. Инвестиционная пауза наступила гораздо раньше, в 1980-х гг., что знаменует уже почти тридцатилетний период сворачивания процесса наращивания промышленного капитала в отраслях. «Если средний срок жизни современного капитала (включая дороги, жилье и инфраструктуру) составляет пятьдесят лет, то ежегодная амортизация (естественная убыль) капитала составляет 2 %» [2].

Таким образом, можно предположить, что с конца 1980-х гг. до настоящего времени общие потери основного капитала составили не менее 80 %. С учетом его текущего эпизодического обновления суммарный объем капитальных активов составляет не более 30 %. Значимость данного вывода для решения задачи построения несырьевой модели роста экономики обусловлена тем, что при низком уровне капиталовооруженности практически эфемерными становятся любые задачи, связанные с повышением производительности труда, что означает невозможность наращивания динамики роста добавленной стоимости.

Обратим внимание на тот факт, что Россия, занимая 6-е место по объему ВВП в мире, находится лишь на 17-м месте по абсолютному размеру добавленной стоимости в обрабатывающих отраслях. Значительное отставание Российской Федерации от промышленно развитых экономик наблюдается по объему выработки продукции обрабатывающей промышленности на душу населения. Разрыв по данному показателю России с США составляет 11 раз, с лидирующими Японией и Сингапуром — 16 раз [2]. Следовательно, можно говорить о том, что российская промышленность существенно недоинвестирована. Консервация сложившегося положения де-факто постепенно усугубляет его: к зависимости от импорта автоматически добавляется зависимость от конъюнктуры на мировых рынках сырьевых товаров.

На наш взгляд, для разрешения сложившейся ситуации в экономике должны быть созданы определенные механизмы, которые на сегодняшний день позволят решить две задачи: накопление неденежного капитала и индустриализацию перенакопленного торгового капитала. Рассмотрим их подробнее (рис. 1).

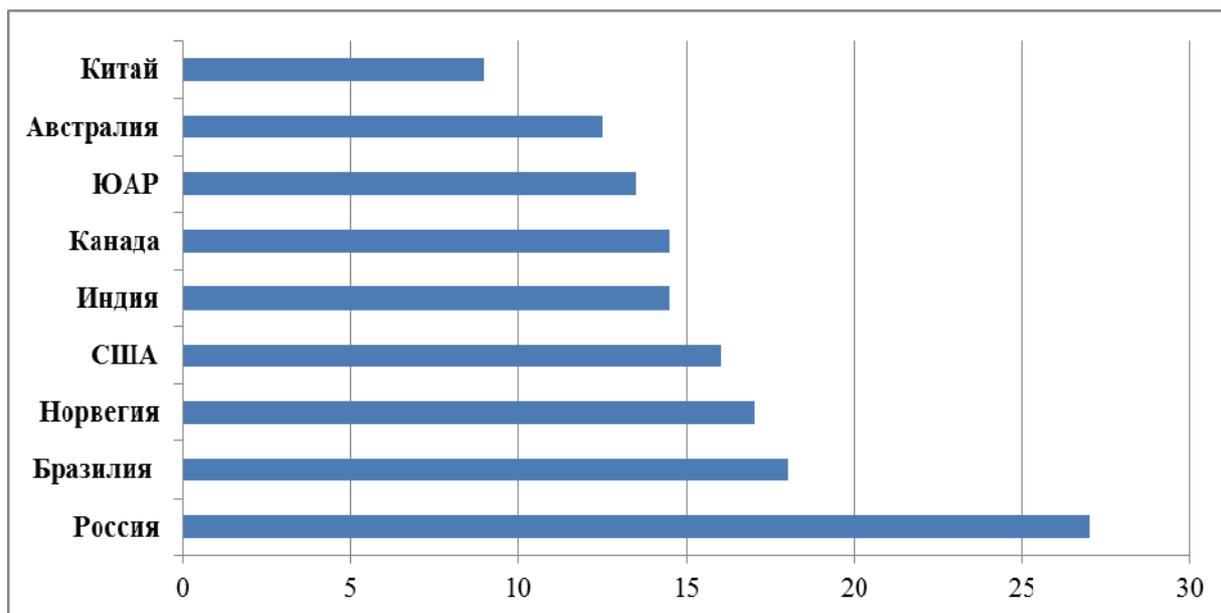


Рисунок 1 — Доля сектора торговли в ВВП России и других стран, % [2]

В современный момент накопление основного капитала не может происходить в отрыве от решения важнейшей задачи доступа к денежной ликвидности. С нашей точки зрения, существующая конфигурация системы денежного предложения в России неадекватна тем задачам, которые стоят перед индустриальным сектором экономики. Денежное сжатие вызывает хронический дефицит ликвидности в банковском секторе. Институционально закреплённая ЦБ РФ ситуация денежного дефицита фактически вызвана неоправданно жесткой денежной политикой.

В России бюджетная система де-факто не участвует в формировании денежного предложения в экономике. В США, напротив, именно ФРС формирует основной канал эмиссии долларов, скупая облигации правительства и федеральных агентств. В итоге получается, что США активно монетизируют го-

сударственный долг, а Россия ограничивает эту возможность. В России сектор госуправления выступает по отношению к ЦБ РФ не как заемщик, а как кредитор. В рамках существующей бюджетной политики профицитная часть, а также займы на внутреннем и внешнем рынках направляются в Резервный фонд, и лишь по остаточному принципу малая часть финансовых ресурсов формирует прирост депозитов Министерства финансов в коммерческих банках.

Иными словами, государство изымает деньги из экономики и одновременно тратит и делает доступной лишь малую часть своих доходов и займов. Все это приводит к тому, что уровень монетизации экономики России в два раза ниже, чем в Еврозоне, втрое ниже аналогичного показателя в Англии и почти впятеро ниже, чем в Японии (рис. 2).

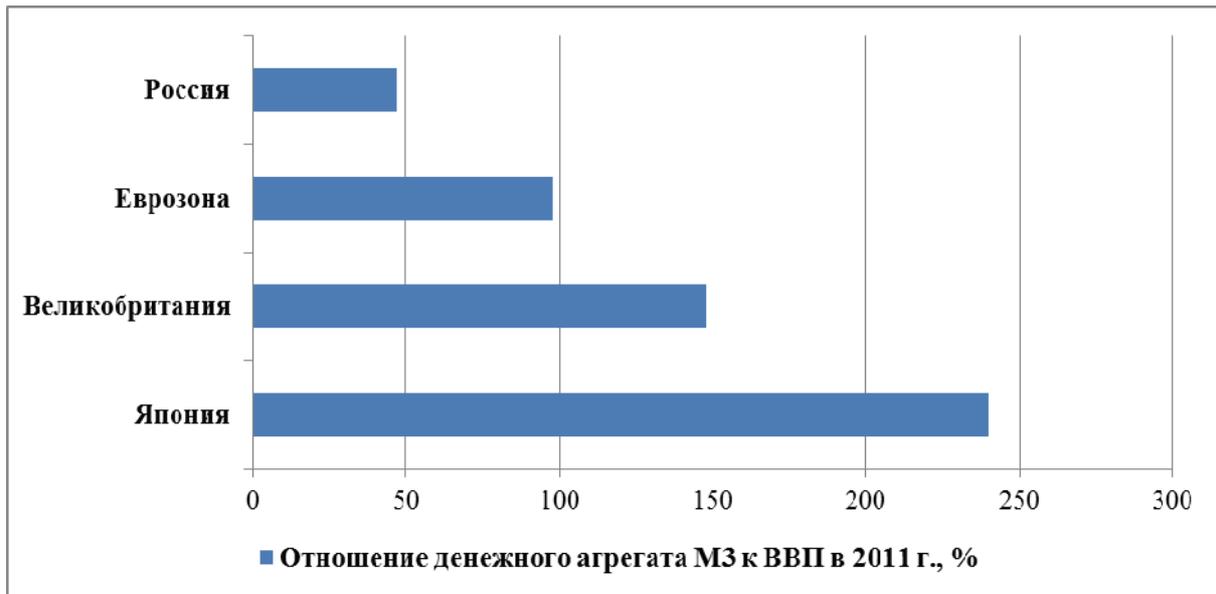


Рисунок 2 — Уровень монетизации экономики России, Японии, Великобритании и Еврозоны [2]

Финансовый рынок России испытывает крайний дефицит предложения долговых ценных бумаг с длинным циклом обращения, то есть облигаций, обеспеченных проектами и активами — муниципальными, инфраструктурными и ипотечными. Так, если в США на рынке обращается обеспеченных активами облигаций на сумму, эквивалентную по номиналу 66 % ВВП, то в России это только 0,2 % [2]. Мы полагаем, что именно расширение рынков таких облигаций позволит сформировать механизм продуцирования инструментов длинного фондирования экономического роста товарного сектора экономики. В свою очередь, в рамках новых сегментов облигационного рынка основными покупателями должны выступить государственные банки и институты развития.

Денежно-кредитная политика, равно как и уровень ее институционализации должны быть полностью трансформированы под новые задачи индустриального развития. Не повторяя либеральных маркеров о постиндустриализации экономики России, считаем необходимым акцентировать внимание на

необходимости достижения более глубокого идейного консенсуса по вопросу промышленного развития страны. С нашей точки зрения, пропаганда проектов типа «Сколково» не имеет реальных перспектив, если промышленная база экономики не диверсифицирована достаточным образом. Россия по-прежнему не самоидентифицирована в части стратегической оценки приоритетных отраслей развития. На уровне Правительства РФ или в академической среде дискуссия по этому вопросу автоматически сводится к необходимости сужения отраслевого профиля индустриальных секторов экономики до инновационно ориентированных. Однако необходимо обратить внимание на тот факт, что в экономически развитых странах хозяйственный комплекс представляет собой симбиоз разных производственно-технологических укладов, а не только инновационных. В силу этого можно констатировать, что постиндустриальная перестройка экономики России должна предполагать сохранение широкого спектра традиционных технологических укладов — от сферы услуг до агропроизводства.

При этом динамика развития отраслей не должна быть одинаковой. Их индустриализацию следует проводить на основе новейшего технологического уклада, не скатываясь к формированию механизмов и политики воспроизводства укладов технологически устаревших [3, 5]. С теоретической точки зрения здесь вполне актуальна параллель с относительно неэффективной советской политикой индустриализации СССР в 1950-е гг., когда платформу восстановления народного хозяйства составил уклад, созданный в 1920–1930-е гг. Сегодня этот опыт должен быть подробно изучен и критически осмыслен.

Отрасли текущего технологического уклада должны сформировать инфраструктуру и техническую основу для роста отраслей будущей технологической волны, развитие которых будет оказывать максимальное влияние на занятость и доходы. При этом традиционные отрасли будут образовывать основной источник занятости в экономике, но их рост будет не переинвестирован, а обеспечен достаточным объемом поддерживающих инвестиций. При этом, несмотря на необходимость выделения более локальных приоритетных для инвестиционного насыщения и развития отраслей, Россия должна реализовать особую версию теории разделения отраслей, сделав акцент на развитии широкого круга отраслевого профиля производств, которые могут составить основу построения мощной внутренней экономики в стране и ее последующего товароснабжения.

Объем внутреннего потребления одежды, обуви и бытовой техники для дома, преимущественно импортируемых сегодня в РФ, составляет до 35 % от общего объема потребления домохозяйств в экономически развитых странах. В абсолютном выражении это не менее 300 млрд долл. при том, что объем экспорта нефти и газа в России составляет приблизительно 150 млрд долл. Тем самым

развитие внутренне ориентированных производств может сформировать достаточно мощную платформу для формирования новой модели устойчивого экономического роста в стране. Ее резонность более чем наглядно подтвердил кризис 2008–2009 гг. [1]. Это позволит простимулировать процессы импортозамещения на внутреннем рынке страны, повысить уровень рентабельности функционирования внутренне ориентированных производств [6].

Таким образом, в экономике должен быть сформирован новый контур воспроизводства ее конкурентоспособности, правильное идейное оформление которого должно позволить преодолеть ложное противопоставление процесса постиндустриального и индустриального развития, которое в прикладном смысле аккумулирует в себе массу «опасных» диалектических противоречий.

Развитие отраслевого комплекса страны должно обеспечить формирование диверсифицированного и достаточно масштабного внутреннего рынка, товароснабжение которого должно осуществляться преимущественно за счет продукции отечественного производства, что расширит возможности страны для последующего формирования более крепких рыночных позиций на мировом рынке не сырьевых товаров.

Решение данной задачи априори приведет к необходимости трансформации кредитно-денежной политики, которая сегодня лишь воспроизводит механизм трансляции рентных доходов в рост внутреннего спроса или в резервы, автоматически конфигурируя механику воспроизводства нового кризиса.

С нашей точки зрения, экспортные доходы от поставок сырьевых товаров на внешние рынки должны максимально использоваться для формирования промышленной основы роста нового товарного предложения, условием образования которой выступает более активное кредитование реального сектора экономики.

В России сегодня сформирована финансовая система, базирующаяся на накопленных бюджетных резервах, которая вполне характерна для стран — экспортеров углеводородного сырья (Россия, Норвегия, некоторые страны Ближнего Востока). Однако поскольку экономика России является не только сырьевой, но и многоотраслевой, ее постиндустриальное развитие автоматически актуализирует задачу отыскания источников длинного фондирования экономического роста отраслевого хозяйства.

Вместе с тем следует отметить, что Россия занимает лидирующие позиции по доле торговли в составе ВВП страны, опережая по данному показателю все передовые постиндустриальные страны. Это выводит на повестку дня вопрос о необходимости индустриализации торгового капитала в экономике, которая может составить важную часть процесса фронтальной модернизации на основе роста капиталовооруженности национальной индустрии. Сегодня торговля преобладает над производством, что приводит к формированию одной из осей структурного неравновесия экономики — давлению торговли на товаропроизводящие секторы (см. рис. 1). Этот сдвиг должен быть преодолен, в том числе на основе частичной конвертации торгового капитала в производственный.

В регионах на государственном уровне сегодня активно развиваются программы индустриальных парков, промышленных зон и кластеров, которые образуют новый формат реализации промышленной политики на низовом уровне.

В целом, можно заключить, что промышленная политика в России должна основываться на взвешенной оценке факторов развития производственной инфраструктуры макрологистической системы товароснабжения внутреннего рынка. Данная оценка должна базироваться, как минимум, на двух принципах.

Во-первых, в стране должна быть реализована промышленная политика,

ориентированная на построение мощной внутренней экономики и ее индустриализацию на основе ускоренного воспроизводства нового технологического уклада.

Во-вторых, новый производственный базис в макрологистической системе развития экономики России должен формироваться в рамках стратегии повышения роли внутренних факторов при сохранении открытости экономики. Отметим, что развитие отраслей, которые будут определять новую длинную волну экономического роста в стране невозможно без формирования адекватной системы денежного предложения. Дорогие и короткие кредиты, равно как и недорогой и слабо капитализированный рынок облигаций фактически блокируют возможности финансирования процесса технологической модернизации новых производств. Удешевление кредита для реального сектора экономики является прямо производным от удешевления стоимости кредитных ресурсов для самих банков. Фиксируемый через современный механизм рефинансирования уровень монетизации экономики (менее 50 % ВВП) и насыщенности ее кредитами (35 % ВВП) не обеспечивают возможности стимулирования экономического роста в стране и перестройки ее производственной инфраструктуры.

Таким образом, мы наблюдаем целый спектр взаимосвязанных нерешенных задач, которые функционально связывают финансовую сферу и сферу материального производства. Решение этих задач должно образовать своего рода логистический контур с обратной связью. Недостаточно просто отстроить денежную политику — необходимо сформировать логистическую систему стратегического межотраслевого планирования, которая позволит проводить мониторинг распределения денежных потоков по перспективным отраслевым направлениям. Здесь вполне продуктивным может оказаться опыт функционирования более зрелых финансовых систем мира, напри-

мер США и Японии, которые более 2/3 своей монетизации формировали на целевой эмиссии, ориентированной под соответствующие бюджетные задачи.

Библиографический список

1. **Альбеков, А.** Посткризисное развитие мировой экономики: вектор и модель восстановительного роста [Текст] / А. Альбеков, С. Резников // Прошедший экономический кризис и тенденции будущего развития : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. ассоциации экономических университетов Южной и Восточной Европы и региона Черного моря (ASECU) (Россия, 6–8 октября 2011 г.) / Рост. гос. эконом. ун-т (РИНХ). — Ростов н/Д, 2011. — С. 194–200.

2. **Ивантер, А.** Мы ничего не производим [Текст] / А. Ивантер, Т. Гурова // Эксперт. — 2012. — № 47. — С. 19–26.

3. **Ивантер, В.** Основные положения концепции инновационной модернизации России [Текст] / В. Ивантер, В. Комков // Проблемы прогнозирования. — 2012. — № 5. — С. 3–12.

4. Итоги 2012 г. и прогноз экономического развития на среднесрочную перспективу [Электронный ресурс] // Обзор макроэкономических тенденций № 73 (подготовлен в рамках программы фундаментальных научных исследований НИУ ВШЭ в 2013 г.). — Режим доступа : http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/Presentations/LINK2012/Link2012_rus.pdf (Дата обращения: 14.05.2013).

5. **Ксенофонтов, М.** К вопросу о целевых установках, ограничениях и рисках структурно-технологической модернизации российской экономики [Текст] / М. Ксенофонтов // Проблемы прогнозирования. — 2010. — № 3. — С. 3–18.

6. **Ротэрмель, А.** Воспроизводство и обращение: институциональные особенности синтеза новой модели рыночного взаимодействия [Текст] / А. Ро-

тэрмель // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — № 3.

Bibliographic list

1. **Albekov, A.** Post-Crisis Development of the World Economy: the Vector and the Model of Restorative Growth [Text] / A. Albekov, S. Reznikov // The Last Economic Crisis and Future Trends: Proceedings of the 7th International Scientific Conference of the Association of Economic Universities of South and Eastern Europe and the Black Sea Region (ASECU) (Russia, 2011, October, 6–8). — Rostov-on-Don : Rostov State University of Economics (RINH), 2011. — P. 194–200.

2. **Ivanter, A.** We Do Not Produce [Text] / A. Ivanter, T. Gurov // Expert. — 2012. — № 47. — P. 19–26.

3. **Ivanter, V.** Summary of the Concept of Innovative Modernization of Russia [Text] / V. Ivanter, V. Komkov // Problems of Forecasting. — 2012. — № 5. — P. 3–12.

4. The Results of 2012 and the Economic Outlook for the Medium Term // Review of Macroeconomic Trends № 73 (Prepared in the Framework of the Program of Basic Research in the HSE, 2013). — Mode of access : http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/Presentations/LINK2012/Link2012_rus.pdf (Date of access: 14.05.2013).

5. **Ksenofontov, M.** On the Target Plants, Limitations and Risks of Structural and Technological Modernization of the Russian Economy [Text] / M. Ksenofontov // Problems of Forecasting. — 2010. — № 3. — P. 3–18.

6. **Rotermel', A.** Reproduction and Circulation: Institutional Features of the Synthesis of a New Model of Market Interaction [Text] / A. Rotermel' // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2013. — № 3.

Е. Ю. Андреева

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ ТЕРМИНАЛЬНО-СКЛАДСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация

В статье рассматриваются современные подходы к организации терминально-складской деятельности. Все больше российских предприятий осознают необходимость использования и применения информационного обеспечения. В связи с этим в данной работе автором были рассмотрены и проанализированы основные подходы к организации складской деятельности, такие как системный и процессный подходы.

Ключевые слова

Системный подход, процессный подход, терминально-складская деятельность, логистика.

Е. Yu. Andreeva

LOGISTIC APPROACH TO THE ORGANIZATION OF WAREHOUSE PRACTICE

Annotation

This paper considers current approaches to the organization of terminal and warehouse operations. More and more Russian companies are aware of the need for and use of information systems. In this connection, the author has reviewed and analyzed the main approaches to the organization of warehouse activities in this paper, such as system and process approaches.

Keywords

Systems approach, process approach, terminal and storage operations, logistics.

На современном этапе развития наиболее востребованными для организации терминально-складской деятельности являются информационные системы и технологии. Данные продукты направлены на оптимизацию складских процессов, а также на интеграцию как внутрипроизводственных механизмов, так и синтез всей логистической терминально-складской инфраструктуры.

Общепринятыми методами организации складской деятельности являются системный и процессный подходы (табл. 1). Каждый из этих подходов имеет свои преимущества и недостатки при построении терминально-складской деятельности и инфраструктуры.

Таблица 1 — Подходы к организации терминально-складской деятельности

	Преимущества	Недостатки
Системный подход	<ul style="list-style-type: none"> – интеграция различных отраслей наук; – синтез знаний из различных областей наук; – отражаются общие положения в объектах и процессах, что позволяет рассматривать процесс проектирования как систему; – интенсивно используются несколько моделей для проектирования; – основным результатом системного подхода является интегральный экономический эффект, который обеспечивает разработку высокоэффективных технологий 	<ul style="list-style-type: none"> – ряд методов, применяемых при системном подходе, не имеет апробированных и проработанных инструментов для построения системы, например: определение дефектных элементов системы, методы определения номенклатуры альтернатив, методы определения тактики и стратегии решения проблемы, оценка последствий решения проблем и т. д.; – отсутствие одного из основных принципов логистики — «целостности и единства»; – проблема оценки эффективности построенной модели на принципе системного подхода
Процессный подход	<ul style="list-style-type: none"> – обеспечивает оптимизацию системы управления предприятием, поскольку данный метод позволяет более четко отследить отклонения в деятельности предприятия; – направлен на решение стратегических целей и задач; – при построении, разработке и контроле модели используются информационные системы и технологии; – каждый элемент системы взаимосвязан с предыдущим и последующим элементом системы; – возможность использования показателей КРІ на всех этапах модели; – совершенствование всех процессов управления 	Сложность реализации процессного подхода

Таким образом, рассматривая в целом преимущества и недостатки системного подхода при моделировании складских процессов, данное направление позволяет: определить структуру складского хозяйства, а также определить и упорядочить элементы, цели, параметры, задачи; выявить внутренние свойства логистической системы склада; выделить и классифицировать связи между элементами складской логистической системы;

выявить факторы неопределенности, влияющие на функционирование складских процессов; выделить перечень и указать целесообразную последовательность выполнения задач функционирования складской системы и отдельных ее элементов; разработать модели, позволяющие обеспечить эффективное функционирование складского хозяйства.

Следующим подходом построения складской логистической деятельности

является процессный подход — это деятельность или комплекс деятельности, в которой используются ресурсы для преобразования входов в выходы.

Чтобы результативно функционировать, организации должны определять и управлять многочисленными взаимосвязанными и взаимодействующими процессами. Часто выход одного про-

цесса образует непосредственно вход следующего. Систематическая идентификация и менеджмент применяемых организацией процессов и прежде всего обеспечения их взаимодействия могут считаться «процессным подходом».

На рисунке 1 представлена модель процессного подхода на примере терминально-складского хозяйства.

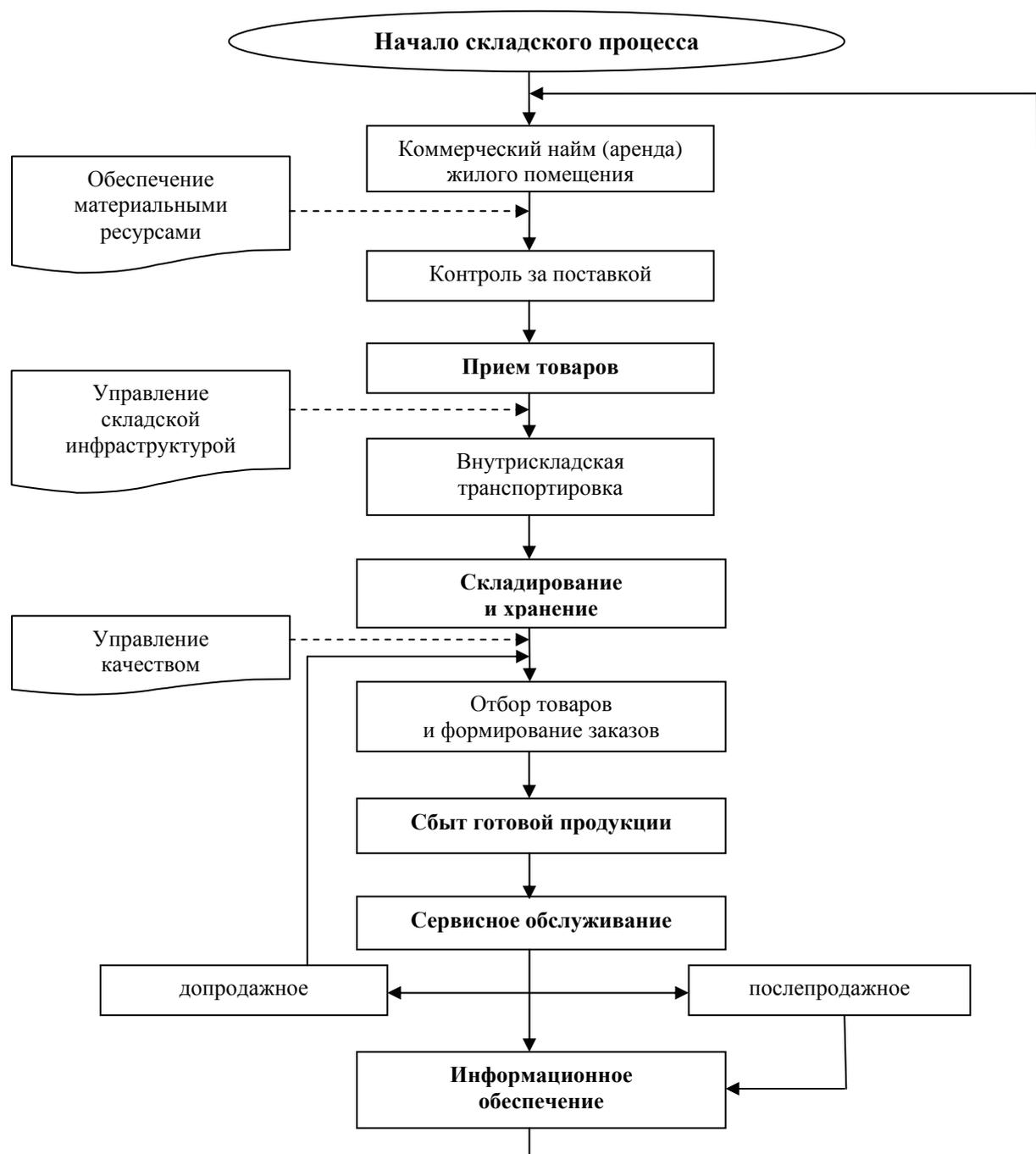


Рисунок 1 — Модель процессного подхода терминально-складского комплекса

Из рисунка 1 видно, что основу процессного подхода составляет формализация и декомпозиция складских логистических процессов до операции. Согласно ГОСТ Р ИСО 9000–2001, модель процессного подхода включает в себя основные и вспомогательные процессы.

Данные рисунка 1 показывают, что основными операциями в процессе складирования являются:

1) снабжение запасами, т. е. совокупность взаимосвязанных мероприятий логистического воздействия на формирование и обеспечение склада товарами с последующей их переработкой и комплектацией для конечного потребителя. Основные логистические операции: прием транспортных средств, разгрузка, прием товаров и др.;

2) прием товаров — это комплекс мер и методов по проверке товаров по количеству и качеству, а также обеспечение склада товарными запасами. Основные логистические операции: проверка сопроводительной документации, осмотр тары и упаковки, транспортировка в зону хранения и др.;

3) складирование и хранение — комплекс мероприятий, направленных на рациональное размещение и складирование в зоне хранения с последующим доведением товаров до конечного потребителя с целью удовлетворения его потребностей. Основные логистические операции: упаковка, маркировка, комплектация заказа, отпуск товара со склада (сбыт) и др.;

4) сбыт готовой продукции — сочетание различных средств и методов, направленных на доведение готовой продукции конечному потребителю. Основные логистические операции: разработка вариантов систем распределения готовой продукции и/или услуги, формирование каналов распределения и др.;

5) сервисное обслуживание — совокупность услуг, оказываемых в процессе доведения готовой продукции и/или услуги потребителю. Основные

логистические операции: гарантийное обслуживание, обмен, консультирование потребителя и др.;

б) информационное обеспечение — совокупность единой информационной системы, связанная и обеспечивающая эффективное управление предприятием, а также всеми логистическими процессами на складе. Основные логистические операции: сбор, обработка и систематизация информации и др.

Необходимо отметить, что кроме основных логистических процессов на складе также существует определенная совокупность вспомогательных процессов, поскольку без рационального и эффективного их внедрения и использования в процессе невозможно решить ряд задач по обеспечению эффективного функционирования складского логистического процесса.

В данной модели процессного подхода (рис. 1) выделяются следующие вспомогательные логистические процессы: обеспечение материальными ресурсами, управление складской инфраструктурой, управление качеством. Кроме того, к вспомогательным процессам также можно отнести и комплекс операций по оказанию сервисных услуг. Это, как видно из данных рисунка 1, допродажное (т. е. предоставление информации о количестве товара, хранимом на складе (предоставляется в отдел сбыта)) и послепродажное (т. е. замена товаров, прием дефектной продукции) обслуживание.

Вспомогательные логистические процессы, также как и основные, выполняют ряд определенных функций и задач:

- обеспечение материальными ресурсами, процесс грузопереработки, хранения и распределения материальных ресурсов нужного качества и количества в строго ограниченные сроки;

- управление складской инфраструктурой — предполагает деятельность по решению задач ремонта и технического обслуживания складского оборудования, организации складских и

транспортных работ, определению оптимальных зон складирования и грузопереработки, определению пропускной способности склада и т. д.;

- управление качеством — комплекс мероприятий, направленных на достижение высокого уровня логистических процессов в области качества за счет внедрения и использования высокотехнологических систем и методов контроля за складскими логистическими процессами.

Необходимость процессного подхода к менеджменту вообще и менеджменту риска в отдельности обусловлена преимуществами процессного подхода к организации деятельности на предприятии: непрерывность процесса управления рисками, охват всех видов деятельности предприятия. Это дает возможность рассмотреть все риски и найти способы управления ими, а также скоординировать процесс у одного руководителя, который несет ответственность за результаты работы процесса.

Библиографический список

1. ГОСТ Р ИСО 9000–2001.
2. **Алесинская, Т. В.** Основы логистики. Функциональные области логистического управления [Текст] / Т. В. Алесинская. — Таганрог : изд-во ТТИ ЮФУ, 2009. — 79 с.

3. **Кирисов, С. В.** Теория и практика применения процессного подхода к управлению качеством деятельности организации [Текст] : моногр. / С. В. Кирисов. — Тамбов : изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. — 80 с.

4. **Назаренко, И. С.** Разработка информационного обеспечения логистической системы современной организации на основе процессного подхода [Текст] / И. С. Назаренко // Вестник Томского государственного университета. — 2011. — № 350. — С. 163–165.

Bibliographic list

1. GOST R ISO 9000–2001.
2. **Alesinskaya, T. V.** Fundamentals of Logistics. Functional Areas of Logistics Management [Text] / T. V. Alesinskaya. — Taganrog : SFU, 2009. — 79 p.
3. **Kiris, S. V.** Theory and Practice of the Process Approach to Quality Management Activities of the Organization [Text] : monograph / S. V. Kiris. — Tambov : Publishing House of Tambov State Technical University, 2009. — 80 p.
4. **Nazarenko, I. S.** Development of Logistics Information Management System of the Modern Organization, Based on the Process Approach [Text] / I. S. Nazarenko // Vestnik of Tomsk State University. — 2011. — № 350. — P. 163–165.

С. С. Астафуров, В. Б. Украинцев

РАЗВИТИЕ СЕТЕВОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ: ВЕКТОР И ДИНАМИКА ИНФРАСТРУКТУРНОГО РОСТА

Аннотация

В статье рассматриваются и обосновываются основные факторы и особенности современного развития сетевой розничной торговли в России, фиксирующие ее институциональный профиль в рыночной инфраструктуре товароснабжения потребительского рынка страны.

Ключевые слова

Сетевая розничная торговля, торговая сеть, ритейлер, товародвижение, рыночная инфраструктура.

DEVELOPMENT NETWORK RETAIL IN RUSSIA: VECTOR AND GROWTH DYNAMICS OF INFRASTRUCTURE

Annotation

The article discusses and justifies the key factors and features of the modern development of the retail network in Russia, retaining its institutional profile in the infrastructure consumer market in the country.

Keywords

Network retail, retail chain, retailer, merchandising, market infrastructure.

Современное развитие потребительского рынка страны оказалось связано с качественной трансформацией его рыночной инфраструктуры, которая не является тривиальной, а разнонаправленна и формирует как прогрессивные сдвиги в развитии институциональной структуры рынка, так и усиление конкурентного напряжения в системе товароснабжения розничной торговли. Развитие форматного ритейла формирует масштабный прогрессивный сдвиг в инфраструктурном развитии рынка, однако при этом порождает ряд эффектов, связанных с ярко выраженным смещением центра накопления стоимости в сферу распределения, формированием неравновесных условий кооперационного взаимодействия сетевого ритейла с поставщиками, постепенную, но устойчивую монополизацию торгового пространства и др.

Наблюдается снижение доли рынков в обороте розничной торговли, которое вызвано ослаблением их конкурентоспособности. При этом уменьшение их количества и общего числа торговых мест можно рассматривать как прямое следствие противостояния им со стороны торговых сетей.

В частности, повышение качества ассортимента в торговых сетях вызывает снижение конкурентоспособности розничных рынков. В целом, сегодня также невозможно говорить о ценовом преимуществе открытого рыночного

формата. Динамика цен на продовольственные товары, реализуемые на розничных рынках, является симметричной тенденции изменения потребительских цен на аналогичные продукты питания в форматированной торговле. Кроме того, в 2011–2012 гг. зафиксирован более высокий уровень цен на большую часть продуктов питания, реализуемых на рынках, а не в торговых сетях.

Важно отметить тот факт, что инфраструктурное преобразование рынка розничной торговли сопровождается кардинальным переходом от внемагазинных форм реализации продукции к более цивилизованным форматам, технологический апофеоз которых сегодня олицетворяют собой торговые сети. В русле данного тренда мы постепенно наблюдаем сокращение количества розничных рынков в результате их постепенного преобразования в торговые центры (крытые торговые ряды).

Уменьшение количества рынков в 2004–2009 гг. вызвало снижение их доли в обороте розничной торговли: наиболее активно этот спад протекал в 2007 г. и в первом квартале 2008 г. Масштабное перепрофилирование в торговые комплексы стабилизировало этот тренд в последующие годы и в современный период.

Как показывает исследование INFOLine, за последние 6 лет количество рынков в стране сократилось в 2 раза. Во многих случаях эти рынки были за-

мещены либо крупноформатными магазинами типа «гипермаркет», либо торговыми центрами [2].

Таким образом, выявленные изменения позволяют обосновать существование мощных предпосылок инерционного закрепления инфраструктурного роста современной форматированной сетевой розничной торговли. Однако, как по определению следует уже из проблематики настоящей статьи, этот рост не является безболезненным для производственных компаний как ключевых поставщиков в сети. Экстенсивный рост форматного ритейла, с точки зрения продуцируемых им общих маркетинговых изменений в системе целевой коммуникации с потребительскими сегментами, закладывает определенные риски для отечественных производителей.

Во-первых, при всех разговорах о важности качества продуктового предложения более осязаемым его параметром для покупателей была и остается цена. Несмотря на рост конкуренции на рынке, поставщики, равно как и сети, по большому счету не переходят в поле неценовой конкуренции, предпочитая быстро и понятно завоевывать симпатии покупателей путем снижения цены. Кризис 2008–2009 гг. придал отдельный импульс этому тренду, усиливая спрос на недорогую продукцию высокого функционального качества. То есть снижение уровня ценовой толерантности потребителя перенацелило стимулы на то, чтобы цена в магазине была самой низкой. В итоге эта логика была зафиксирована сетями, которые ориентированы, в первую очередь, не качество товара, а на его минимальную цену. В системе товарно-сбытовой кооперации продуцентов и ритейлеров появилось понятие совершенствования концепции производства, реализация которой априори открывает новые технологические возможности для сжатия производственной себестоимости выпуска и снижения отпускных цен. Сохранение данной практики потребует формирова-

ния условий для ускоренного инвестиционно-промышленного развития товарного сектора экономики, которое сегодня невозможно стимулировать в условиях сохраняющегося денежного сжатия.

Во-вторых, в системе розничной сетевой дистрибуции наблюдается сужение ассортимента реализуемой продукции. В операционно-институциональном отношении торговым сетям крайне неудобно работать с большим числом поставщиков продукции. Так, если в Европе количество поставщиков в гипермаркет не превышает 100, то в России их количество уже сегодня достигает 500–700 поставщиков, что не является эффективным с точки зрения управления. Данная логика встречает одобрение и со стороны самих потребителей, которые становятся все более консервативными и сужают свой ассортимент. Согласно последним исследованиям, покупатель становится все более склонным формировать определенную корзину потребления, которая лишь незначительно меняется с течением времени из-за новинок и других факторов. Таким образом, структурная трансформация спроса создает определенную опасность для производителей, число которых также будет сокращаться. Развитие данной тенденции формирует мощные маркетинговые предпосылки для повышения эффективности и уровня конкурентоспособности производственных компаний.

Проблемы, рассматриваемые в данной статье, имеют двоякую эмпирическую предопределенность. С одной стороны, технологизация и структурный рост форматного ритейла выступили факторами, усиливающими асинхронность развития производства и торговли, породившую асимметрию их рыночной власти в системе товародвижения внутреннего рынка страны. С другой стороны, технологическая слабость отечественного производства, деиндустриализация экономики фактически сделали продукцию и логистические

возможности ее поставки в сети неадекватными требованиям рынка и форматного ритейла.

В сложившихся условиях возникает необходимость теоретической переоценки факторов, эмпирически фиксирующих данные проблемы, что позволит выработать определенные стратегии оптимального изменения позиций участников рыночного процесса, прежде всего поставщиков и торговых предприятий малого сектора экономики.

Эта логика крайне слабо фиксируется в системе государственного управления экономикой, которая вместе с тем чтобы создавать условия и механизмы фундаментальной трансформации производственной инфраструктуры товарного рынка, формирует механику прямого администрирования договорных практик рыночного обмена, абсолютно неэффективных по своим результатам.

В целом, торговые сети обеспечивают уже почти треть розничного товарооборота страны. Данный показатель в последние пять лет устойчиво возрастал за вычетом кризисного периода, падение сетевых продаж во время которого практически полностью восстановилось после кризиса.

Динамика роста форматного ритейла достаточно хорошо верифицируется на региональном уровне. Так, проведенный анализ темпов роста сетей в Ростовской области показал, что при неизменности данного показателя сети могут удвоить свою рыночную долю в ближайшие двадцать лет [4, 5].

Опуская чисто конъюнктурные колебания, отметим, что российский потребительский рынок окончательно перешел в стадию зрелости. Новый этап его развития будет, вероятно, характеризоваться постепенным замедлением роста и повышением уровня конкуренции между его операторами в будущем.

Нельзя не отметить тот факт, что те изменения, которые сегодня претерпевает институциональная структура товаро-

проводящей сети потребительского рынка, обусловлены спецификой потребления и построения экономики в целом.

С одной стороны, в структуре отраслевого хозяйства наблюдается асимметричный переток добавленной стоимости, в частности в торговлю, где наблюдается стабильный рост отрасли и сверхконцентрация капитала над возможностями его использования.

С другой стороны, эта самая концентрация торгового капитала обусловлена национальными особенностями конечного потребления и поведения домохозяйств в целом. Речь идет о том, что сегодня российский уровень потребления пока что заметно опережает зрелые рынки стран Европы и США. Высокая скорость роста продаж в России обусловлена:

- снижением нормы накопления (сокращение объемов сбережений);
- ростом трат на потребительские товары и выплат по кредитам.

Отмеченное постоянное снижение объемов сбережений и ослабленный интерес к рынку ценных бумаг и другим инвестиционным инструментам продиктованы как крайне низким предложением в данном секторе, так и здоровым недоверием со стороны населения. Высокий уровень инфляции стимулирует рост трат, которые становятся, несомненно, резонными в условиях обесценивания сбережений.

Отмечая экстенсивный рост форматного ритейла и крайне неравномерное распределение товарооборота между сетями апостериори можно констатировать, что изменяется также и структура российского продовольственного ритейла.

Популярные некогда в кризисные 2009–2010 гг. дисконтные модели в послекризисный период сменяются более привлекательным форматом (супермаркеты).

Фактором ускорения рыночного роста форматного ритейла может выступить дальнейшая структуризация

форматов. Вполне оправданной сегодня выступает стратегия перевода магазинов сетями в формат пошаговой доступности. С одной стороны, рыночное противостояние крупных форматов сопровождается использованием одноименных и понятных инструментов конкуренции. Эта борьба приобретает экстенсивный характер: победа требует времени, возможностей для нестандартного маневра становится все меньше. С другой стороны, привлекательную часть емкости рыночного пространства образуют традиционные магазины, конкуренция с которыми со стороны сетей уже в их рыночной нише может протекать успешнее и быстрее.

Эмпирическим отображением этих резонных доводов становится тенденция роста магазинов шаговой доступности в структуре торговых форматов FMCG-ритейла, доля которых увеличилась с 3 до 8 % в 2011 г. «Столь заметный рост связан главным образом со сменой формата крупных сетей. В 2011 г. ГК «Дикси» изменила формат своих одноименных магазинов: если раньше они работали в формате «дискаунтер», то сейчас перешли в формат «у дома» с соответствующим изменением ассортимента и внутренней организации пространства магазинов. Постепенно меняется и формат магазинов «Магнит», который с каждым годом становится ближе к формату магазина шаговой доступности. Похожая тенденция отмечается и в менее крупных сетях, более активно развивающихся сейчас формат магазинов шаговой доступности» [3].

Таким образом, реальная конкурентная ситуация и постепенное насыщение рынка сформировали новый стратегический крен на сокращение формата торгового предложения. Его реализация ускорит процесс экспансии торговых сетей в регионы, усиливая конкурентное напряжение в торговом пространстве периферии.

Изначально во многих регионах были приняты государственные про-

граммы развития магазинов шаговой доступности, что не дало ожидаемого эффекта, после чего проекты со временем исчезли. В современный момент большая часть несетевых магазинов «у дома» — это одиночные торговые точки с различной ассортиментной матрицей, не объединенные общими стандартами. Усиление конкуренции, вероятно, приведет как к уходу многих из них с рынка, так и рыночно ориентированной трансформации оставшихся, соответствующей уровню торгово-сервисного предложения сетей в этом сегменте.

Относительно прогнозов общего развития форматного ритейла на близлежащую перспективу можно отметить, что в 2013 г. темпы прироста рынка, скорее всего, сохранятся.

Тем не менее этот позитивный тренд может быть разрушен дестабилизацией конъюнктуры на внешних рынках, которая косвенно может влиять на динамику потребительского спроса. Сохраняющиеся риски рецессии в Европе и ожидаемое снижение темпов роста развивающихся экономик, прежде всего Китая, могут вызвать удорожание заемных средств, что приведет к замедлению развития розничной торговли в целом.

Сам вектор развития форматированного ритейла, структурного усиления его рыночной власти будет укрепляться вне зависимости от изменения экономической конъюнктуры.

Отмеченное в статье переформатирование сетей в сторону развития магазинов шаговой доступности, расширение сетей дискаунтеров и супермаркетов повысит возможности экспансии ритейлеров в средние и небольшие города. С каждым годом сети будут постепенно занимать все большую долю в обороте российской розничной торговли. На это указывают темпы сверхскоростного развития отечественного ритейла. Заметим, что сегодня российский сетевой ритейл занимает все более значительную долю на мировом рынке, де-

монстрируя двузначные темпы прироста, в то время как для большинства европейских стран данный показатель не превышает 5–7 %.

Тем не менее вхождение рынка в фазу зрелости положит ресурсные пределы для экстенсивной модели роста, после чего произойдет замедление темпов развития. Как мы отметили выше, потребительский спрос в среднесрочной перспективе также будет трансформироваться в сторону новой модели совершения покупок, учет которой потребует новых подходов к формированию ассортимента и работы с покупателями.

Таким образом, можно говорить о том, что российским ритейлерам предстоит работать на более конкурентном рынке. Это потребует смены управленческих подходов и иного стратегического позиционирования сетей в процессе товарно-сбытовой кооперации с поставщиками. Должны быть выработаны новые стратегии и тактики развития, отличные от тех, что использовались сетями на рынке сегодняшнем — развивающемся.

Библиографический список

1. **Андреева, Е.** Развитие терминально-складской инфраструктуры Ростовской области [Текст] / Е. Андреева // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — № 3. — С. 23–29.

2. Промежуточные итоги развития российской продуктовой розницы в 2012 г. [Электронный ресурс] // По результатам исследований аналитического агентства INFOLine. — Режим доступа : <http://www.oilworld.ru/news.php?view=235714> (Дата обращения: 10.07.2013).

3. Розничные торговые сети FMCG в России [Электронный ресурс] // По результатам исследований маркетингового агентства РБК.research. — Режим доступа : <http://www.oilworld.ru/news.php?view=235714> (Дата обращения: 06.08.2013).

4. **Чайка, А.** Трансформация процессов товарно-сбытовой кооперации в рыночной инфраструктуре товарного рынка: логистический аспект [Текст] / А. Чайка, О. Маркитантов // Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты : материалы междунар. науч.-практ. конф. (25 ноября 2011 г.) : в 2-х т. / отв. ред. А. А. Горохов ; Юго-Зап. гос. ун-т. — Курск, 2011. — Т. 1.

5. **Чайка, А.** Эмпирические особенности современного синтеза рыночной инфраструктуры: логистический аспект [Текст] / А. Чайка, О. Маркитантов // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития : материалы междунар. науч.-практ. конф. (29 декабря 2011 г.) : в 2-х т. / отв. ред. А. А. Горохов ; Юго-Зап. гос. ун-т. — Курск, 2011. — Т. 2.

Bibliographic list

1. **Andreeva, E.** Development of Terminal and Storage Infrastructure of Rostov Region [Text] / E. Andreeva // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2013. — № 3. — P. 23–29.

2. Interim Results of the Russian Food Retail Market in 2012 [Electronic resource] // According to the Research of Analytical Agency INFOLine. — Mode of access : <http://www.oilworld.ru/news.php?view=235714> (Date of access: 10.07.2013).

3. FMCG Retail Chains in Russia [Electronic resource] // According to the Research of Marketing Agency RBC.research. — Mode of access : <http://www.oilworld.ru/news.php?view=235714> (Date of access: 06.08.2013).

4. **Chaika, A.** Transformation Processes of Inventory and Marketing Cooperatives in the Market Infrastructure of the Commodity Market: the Logistics Aspect [Text] / A. Chaika, O. Markitantov // Strategy for Socio-Economic

Development: Management, Legal and Economic Aspects : Materials of International Scientific and Practical Conference (2011, November, 25) : in 2 vol. / ed. by A. A. Gorochov ; South-West. State University. — Kursk, 2011. — Vol. 1.

5. **Chaika, A.** Empirical Features of the Modern Synthesis of Market Infra-

structure: Logistics Aspect [Text] / A. Chaika, O. Markitantov // Study of Innovative Potential of Society and the Formation of Strategic Directions of its Development : Materials International Scientific-Practical Conference (2011, December, 29) : in 2 vol. / ed. by A. A. Gorochov ; South-West. State University. — Kursk, 2011. — Vol. 2.

Я. А. Батыгов

ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА АВТОМОБИЛЬНЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ПЕРЕВОЗОК ГРУЗОВ

Аннотация

В статье автор проводит комплексный анализ факторов и условий развития грузовых автомобильных перевозок, обосновывая макроэкономические и институциональные ограничения дальнейшего роста рынка, а также предпосылки его качественной трансформации в результате возрастания значимости логистического фактора в товароснабжении потребительского рынка страны.

Ключевые слова

Грузовой автомобильный транспорт, коммерческие перевозки, производство, ритейл, логистика.

Ya. A. Batygov

FACTORS AND CONDITIONS OF THE MARKET ROAD FREIGHT BUSINESS

Annotation

The author conducts a comprehensive analysis of the factors and conditions for the development of road freight transport, justifying the macro-economic and institutional constraints to further growth of the market, as well as the preconditions of its qualitative transformation as a result of increasing importance of logistics factor in the consumer market in the country.

Keywords

Road freight transport, commercial transportation, manufacturing, retail and logistics.

Проблемы развития рынка грузовых перевозок в России в последнее десятилетие становятся производными усиления зависимости транспортной отрасли от макроэкономических изменений и общего развития отраслевого комплекса страны.

Любые подвижки в уровне деловой активности, изменение конечного спроса на потребительском рынке и масштабов промышленного потребления автоматически resultируются в динамике грузовых перевозок, изменении их структуры. Так, в 2012–2013 гг.

в экономике транспортной отрасли наблюдалось определенное перемещение грузов на автотранспорт с железной дороги, что привело к двукратному увеличению плеча доставки (рассчитывается как частное от деления грузооборота на объем груза).

Учитывая тот факт, что увеличение грузооборота на железной дороге происходит в результате увеличения количества перевозимых грузов, а на автотранспорте — вследствие увеличения расстояния, то рост транспортного плеча является показателем преобладания объема автоперевозок над доставкой железнодорожным транспортом.

Это перераспределение обусловлено традиционными преимуществами автоперевозчиков (оперативность, гибкая ценовая политика и возможность доставки «от двери до двери»), использование которых позволяет им наращивать объем грузоперевозок, перераспределяя их от железной дороги, которая проигрывает эту конкуренцию по причине малой скорости доставки. Средняя скорость на железной дороге в 2012 г. составила 219 км в сутки, или 9,1 км/ч — минимальный показатель за 15 лет. Причины — избыток подвижного состава и несоблюдение графика [3].

Отмеченное перераспределение грузовой базы между автомобильным и железнодорожным транспортом касается не всех видов грузов, то есть дифференцированно. Так, рост конкурентного напряжения наблюдался, прежде всего, в сегменте дорогих грузов. Для сырьевых и массовых грузов, которые являются традиционными для железнодорожного транспорта, в последние годы ситуация остается достаточно стабильной.

Наиболее сильную конкуренцию автомобильный транспорт составляет в перевозках готовой продукции, потребительских товаров, а также продуктов питания, что связано в том числе и с сокращением объемов производства. В

этих условиях более широкие перспективы для развития автоперевозчиков на рынке формирует появление крупнотоннажных грузовиков, что в целом соответствует общемировому тренду развития рынка. Так, в Европе сегодня производятся грузовики, которые могут перевозить грузы до 60 т. В силу этого автомобильный транспорт наращивает свои конкурентные преимущества и становится серьезным главным конкурентом железных дорог.

В России на рынке постепенно развивается аналогичный вектор изменений, хотя в стране имеют место принципиально иные условия развития отрасли в виде огромных пространств и низкой развитости автомобильных дорог. На железнодорожный транспорт приходится 4/5 всего объема грузовых перевозок, однако, как мы отметили, в сфере автомобильных грузоперевозок имеется значительный потенциал для развития.

Все это актуализирует вопрос о том, что может выступить драйвером развития автомобильной отрасли в условиях, когда традиционные факторы ее роста фактически себя исчерпали. Прежде всего, речь идет о мощном импульсе, который был сформирован в результате реализации масштабных инфраструктурных инвестиционных проектов [4]. Эти проекты практически завершены, а перспективы реализации новых весьма неконкретны.

Так, например, на юге страны фактически завершается фаза инвестиционного роста, а сам макрорегион входит в состояние инвестиционной паузы. Основными драйверами роста внутреннего спроса территории выступали: строительная индустрия; реализация инфраструктурных проектов с бюджетным финансированием; АПК и пищевая промышленность. Эти точки инвестиционного роста в ближайшие годы не будут продуцировать серьезной динамики экономического подъема, вызывая падение объемов грузооборота.

Таким образом, в экономике формируется ситуация, в которой спрос на доставку будет значительно превышать предложение. Это будет обусловлено снижением интенсивности реализации инфраструктурных проектов, падением объемов промышленного производства (под которое сегодня производится секвестр расходов в государственном бюджете на 2014 г.), вероятной стагнацией промышленного и жилищного строительства. Нешироко разворачивая эмпирические предпосылки развития этого системного спада, можно отметить, что вероятность снижения динамики экономического роста обусловлена макроэкономической политикой страны. С 2011 г. Банк России проводит рестрикционную денежную политику, опуская темпы роста денежной массы ниже уровня прироста ВВП страны. Картину довершает стагнирующий экспорт, который сокращается уже не столько по причине ухудшения внешнеэкономической конъюнктуры и/или падения цен на сырьевые товары, сколько в силу невозможности наращивая его физическое объема в условиях, когда все основные месторождения выработаны.

Все это вызывает торможение развития товарного сектора экономики, спрос на продукцию которого, равно как и импорт, формируется через сужающуюся инъекцию наличности в виде выручки сырьевых компаний и природно-сырьевой ренты самого государства. В свою очередь, сокращение объемов выпуска продукции со стороны производственных FMCG-компаний ведет к снижению спроса на перевозки.

На потребительском рынке можно наблюдать производный от этих изменений эффект замещения федеральных поставщиков на региональных. Это определенным образом решает проблему роста продаж товаров местных производителей, которую крайне тяжело решить в периоды экономического подъема и стабильного спроса. В настоящее

время стабилизация уровня заработной платы в регионах, а последняя почти не растет, дополняется повышением стоимости товаров и топлива, что системно результируется в снижение покупательской способности населения. В итоге, во многих регионах потребители и местные оптовики постепенно переключаются на дешевые продукты местного производства, рост продаж которых устойчиво растет. При этом происходит отказ от покупки продукции федеральных брендов, что формирует второй эффект торможения транспортной отрасли в виде сокращения грузооборота у междугородных автоперевозчиков.

На начальном этапе развития сетевой розничной торговли в России в основном только подрастающие ритейлеры использовали схему аутсорсинга для организации перевозок продукции. По мере их укрупнения сегодня многие из них («Магнит», «Лента» и др.), а также различные производители продуктов питания (например «Балтийский берег») переходят на путь формирования собственного автопарка. Имея достаточно прочные позиции на рынке, эти компании наращивают инвестиции в создание собственного автопарка и уже автономно перевозят грузы.

То есть, на внутреннем рынке страны формируется ряд трендов, которые оказывают тормозящее воздействие на рост объемов грузовых перевозок и заказы транспортных компаний, что объясняется рядом причин.

Во-первых, как мы отметили, это обусловлено инвестиционной паузой в развитии отраслевого хозяйства страны в условиях, когда прежняя «модель роста» внутреннего спроса сходит на нет, а новая еще не сформировалась. Этот фактор является достаточно важным, поскольку многие годы мы имели стабильные источники промышленного роста. Сегодня новые точки развития только зарождаются, в том числе в виде новых проектов в АПК и пищевой про-

мышленности. «Скорость замещения проектов здесь характеризуется традиционно коротким периодом реализации и окупаемости, а также относительно небольшими бюджетами. В среднем срок реализации проектов в АПК и пищевой промышленности находится в пределах трех-пяти лет. Эти отрасли продолжают сохранять статус сфер, в которых сегодня появляются немногочисленные недорогие проекты, не связанные с государственным финансированием» [2].

Во-вторых, в макроэкономическом плане в стране наблюдается определенный факторно и эмпирически обусловленный спад деловой активности. Он не является конъюнктурным, а вызван фундаментальными макроэкономическими диспропорциями, когда экономическая политика развития и монетарный пресс в форме денежного сжатия не стимулируют переход к более устойчивой модели несырьевого роста. Кредитное финансирование потребления, дефицит инвестиций в промышленное производство и инженерно-транспортную инфраструктуру формируют разрыв в динамике спроса и способности его автономного удовлетворения за счет внутреннего производства. Такое несоответствие воспроизводит модель неустойчивого роста, не формирует новых драйверов инвестиционной активности. В результате мы наблюдаем сокращение объемов товароснабжения экономики, что приводит к уменьшению грузооборота.

В-третьих, в современный период экономика России, в частности производство и сфера товарного обращения, накопили определенную инерцию роста и выходят на финишную стадию своей первичной рыночной эволюции. В результате, мы наблюдаем множество процессов самоорганизации производственного и торгового бизнеса, которые привели к: ослаблению традиционной бизнес-модели дистрибьюции; усилению форматированной сетевой рознич-

ной торговли; институциональной перестройке рынка, в ходе которой формируется его инфраструктура в подчеркнуто обновленном виде и др. В процессе этих преобразований наблюдалось избыточное давление торговли на товарный сектор экономики. Производство в сложных экономических условиях и при отсутствии промышленной политики оказалось хронически недоинвестировано, а торговля перманентно наращивала объем инвестиций, теперь уже не только в торговую инфраструктуру, но и в инфраструктуру товародвижения. Институциональное ослабление опта, рост форматного ритейла сформировали определенный импульс для развития логистики и транспортно-логистической инфраструктуры товарного рынка в целом [1].

Мы рассмотрели некоторые релевантные факторы, формирующие определенное экзогенное давление на рынок автомобильных транспортных перевозок, которое отчасти носит опосредованный характер, но, тем не менее, значительно определяет его динамику.

Однако важно отметить и тот факт, что рынок автомобильных перевозок представляет собой относительно автономный сегмент и также развивается не только под воздействием внешних факторов, но и в форме развития предложения на самом рынке, его институционализации, перестройки конкурентной среды рынка. Важным трендом в контексте этого самостоятельного преобразования рассматриваемого нами сегмента является выход на рынок междугородных перевозок международных перевозчиков и продавцов автотехники.

Отметим, что этот рынок достаточно волатильный, а изменение доходности бизнеса автоматически и достаточно динамично может менять географию грузопотоков, структуру грузов и т. д. Тем не менее под воздействием такого хаотичного развития часть международных перевозчиков переходит на

внутренний рынок и составляет конкуренцию междугородным. Эти операторы имеют несомненные конкурентные преимущества, что ускоряет их экспансию и делает ее экономически эффективной. Так, при стоимости международного лизинга полуприцепов в 3–5 % годовых против 20 %-х займов на внутреннем рынке России международные автоперевозчики имеют более высокий уровень доходности и меньшие сроки окупаемости техники. Зачастую международные перевозчики, не имея допуска, перемещаются через всю Россию на нерастаможенной технике.

На фоне стагнации спроса на рынке автомобильных грузовых перевозок при возросшей конкуренции перспективы развития автомобильных грузовых перевозок российскими операторами являются слабыми, что приводит к выходу отдельных из них из этого бизнеса.

Важно отметить, что в кризисные 2008–2009 гг. грузоперевозчики в надежде на дальнейший устойчивый экономический подъем после посткризисного восстановления активно скупали технику. В современный момент, не имея аргументов для обоснования предпосылок и условий дальнейшего улучшения макроэкономической ситуации и рыночной конъюнктуры, многие компании пытаются избавиться от техники и выйти из бизнеса.

Операторы негативно оценивают динамику конъюнктурного тренда на рынке и не видят предпосылок для исправления ситуации. На уровне экономического планирования перевозчики уже не оценивают возможности повышения рентабельности проектов, лавируя между работой в убыток и отысканием возможностей окупаемости бизнеса.

Эту ситуацию усугубляет перманентный рост стоимости ГСМ, постоянное повышение цен на автомобильный транспорт, особенно после введения утилизационного сбора на грузовики, рост штрафов и др.

Таким образом, с нашей точки зрения, сегодня рынок автомобильных грузовых перевозок в России переживает сложный период, в течение которого в экономике наблюдается вызревание устойчивых предпосылок к снижению уровня деловой активности при невнятности отраслевого профиля новых точек инвестиционного роста. Происходит перестройка конкурентной среды рынка, на который выходят международные перевозчики, имеющие более высокий запас прочности по уровню доходности бизнеса по причине заниженной стоимости финансирования бизнеса.

Все это требует от компаний пересмотра стратегий развития, которые должны быть комплексно адаптированы к вероятному снижению темпов роста коммерческих автомобильных перевозок, факторами которого могут выступить: падение объемов промышленного производства; сокращение выпуска в аграрном секторе экономики; сужение спроса на внешних рынках и темпов роста импорта.

Резюмируя основные выводы статьи, можно констатировать, что сфера автомобильных коммерческих перевозок весьма эластична к изменению рыночной конъюнктуры и динамике роста экономики. В период спада отрасли необходима государственная поддержка, например в направлении опережающего развития логистической инфраструктуры, что означает модернизацию автомобильных дорог, внедрение новых технологий строительства, открывающих принципиально иные возможности обеспечения их повышенной пропускной способности без сезонных ограничений.

Поскольку сфера автомобильных грузовых перевозок институционально встроена в более широкий контекст рыночной инфраструктуры, то необходимо сформировать условия для строительства ее якорных объектов в виде новых складских терминалов и мультимодаль-

ных комплексов. Эта задача также не является тривиальной, поскольку инвестиции должны быть окупаемы, и инвесторы требуют более прозрачную картину развития отрасли.

Можно констатировать, что основным драйвером роста рынка грузоперевозок является рост благосостояния населения, который через рост спроса стимулирует увеличение объемов товароснабжения потребительского рынка. Устойчивость данного процесса способствует расширению торгово-сбытовой инфраструктуры, сетевых форм организации бизнеса на товарном рынке, росту ритейла и его географической диверсификации, что означает не только увеличение объема грузовых перевозок, но и их качественную трансформацию через поиск оптимальных транспортных и логистических решений.

Применение высокотехнологичных форм дистрибуции, операционализация сетевого ритейла, развитие системы прямых продаж при росте объемов производства и расширении ассортиментных линеек постепенно будут вынуждать розничные сети сокращать складские площади в торговых точках и увеличивать частоту пополнения запасов. Это сформирует еще более мощные предпосылки для увеличения темпов роста грузовых коммерческих перевозок при условии, что в экономике будет сформирована качественно новая модель роста, позволяющая стабилизировать доходную базу домохозяйств и сократить спросовые ограничения на рынке.

Библиографический список

1. **Андреева, Е.** Развитие терминально-складской инфраструктуры Ростовской области [Текст] / Е. Андреева // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — № 3. — С. 23–29.

2. **Барсукова, А.** Инвестиции в постолимпийском похмелье [Текст] / А. Барсукова, В. Козлов, В. Кот // Эксперт Юг. — 2013. — № 34–36. — С. 19–24.

3. **Воропаев, А.** Грузовая пробуксовка [Электронный ресурс] // Эксперт Северо-Запад. — 2013. — № 29–31 (628). — Режим доступа : <http://expert.ru/northwest/2013/31/gruzovaya-probuksovka> (Дата обращения: 04.10.2013).

4. Оценка влияния на экономический рост госинвестиций в инфраструктурные проекты [Электронный ресурс] // По данным Центра макроэкономических исследований Сбербанка России. — Режим доступа : http://sberbank.ru/common/img/uploaded/analytics/2013/cmi_16072013.pdf (Дата обращения: 08.09.2013).

Bibliographic list

1. **Andreeva, E.** Development of Terminal and Storage Infrastructure Rostov Region [Text] / E. Andreeva // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2013. — № 3. — P. 23–29.

2. **Barsukova, A.** Investments in Postolympical Hangover [Text] / A. Barsukov, V. Kozlov, V. Cot // Expert of South. — 2013. — № 34–36. — P. 19–24.

3. **Voropaev, A.** Cargo Slip [Electronic resource] / A. Voropaev // Expert of North-West. — 2013. — № 29–31 (628). — Mode of access : <http://expert.ru/northwest/2013/31/gruzovaya-probuksovka> (Date of access: 10.04.2013).

4. Assessing the Impact on the Economic Growth of Public Investment in Infrastructure Projects [Electronic resource] // According to the Center for Macroeconomic Research of Sberbank of Russia. — Mode of access : http://sberbank.ru/common/img/uploaded/analytics/2013/cmi_16072013.pdf (Date of access: 08.09.2013).

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РЕГИОНА

Аннотация

В статье представлены методы управления цепями поставок фармацевтического рынка, обоснована необходимость разработки инструментария логистической оптимизации, раскрыты характеристики и тенденции, характерные для современного этапа развития фармрынка, охарактеризованы основные проблемы фармацевтической промышленности Южного федерального округа.

Ключевые слова

Логистическая система, фармацевтический рынок, рыночное взаимодействие, оптово-розничное звено.

Е. П. Bogocharova

SUPPLY OF CHAIN MANAGEMENT OF PHARMACEUTICAL MARKET IN THE REGION

Annotation

This article presents the methods of supply chain management of the pharmaceutical market, the necessity of developing tools for logistic optimization, disclosed characteristics and trends specific to the modern development of the pharmaceutical market, and describes the main challenges of the pharmaceutical industry of the Southern Federal District.

Keywords

Logistics system, the pharmaceutical market, market interaction, wholesale and retail unit.

На основе аналитического исследования методов управления цепями поставок фармацевтического рынка следует отметить, что большинство представителей современного региона хоть и стараются оптимизировать путь движения продукции от производителей к потребителям, однако при этом практически не используют аналитические методы управления цепями поставок, опираясь в большинстве случаев на статистические методы. Из научно-прикладного инструментария используется инструментарий, не учитывающий реальных рыночных тенденций дальнейшего развития регионального оптово-розничного звена фармацевтического рынка региона. В основе таких

методов лежит анализ складской и бухгалтерской отчетности, который не является основательным, не дает возможности оценить потенциальные возможности, потребности рынка.

Проблема разработки современной теоретико-методической платформы управления цепями поставок фармацевтического рынка региона, направленной на формирование системы организационно-управленческих мероприятий по минимизации логистических издержек, является одной из приоритетной для развития логистики.

Стратегии управления цепями поставок многообразны, в большинстве из них тактика управления зависит от показателей планирования поставок, спро-

са, сочетания и аналитического исследования значительного количества рыночных показателей.

Так, региональная система управления цепями поставок оптово-розничного звена фармацевтического рынка региона имеет явные недостатки: исследования рынка и мониторинг системы управления цепями поставок не проводятся в региональной логистической системе в полной мере; как следствие, страдает информационная составляющая в цепях поставок фармпродукции; ограничены объемы производства препаратов отечественными производителями, так как условия их функционирования нестабильны.

Осуществление логистического информационного обеспечения, своеобразной поддержки, организации управляющего органа — информационного центра позволит решить все указанные проблемы по управлению цепями поставок в мезологистической системе фармрынка региона. Исследования предопределили необходимость разработки инструментария логистической оптимизации в трех основных направлениях: складировании, транспортировке, грузопереработке.

Создание необходимой инфраструктуры и управляющей логистической надстройки в процессе моделирования сетевой структуры цепей поставок и конфигурации логистических сетей фармацевтического рынка не влечет глобальных затрат, но при этом создает ряд определенных условий, устойчивых предпосылок активизаций конкурентных позиций отечественного производителя лекарственных препаратов. Алгоритм совершенствования системы моделирования сетевой структуры цепей поставок и конфигурации логистических сетей фармацевтического рынка можно представить следующим образом.

1. Развивать законодательно-правовую базу, что можно возложить на один из уже существующих и наиболее

эффективно и успешно действующих логистических центров региона. С помощью инновационных технологий, применимых в мезологистике, система управления запасами, подверженная мониторингу управляющей надстройки, проявит больше способностей к оптимизации потоковых процессов.

2. Совершенствовать систему грузопереработки и служебный комплекс логистического сопровождения материального потока лекарственных препаратов (пакетирование, разукрупнение партий поставок). При этом следует иметь в виду, что комплексным сервисным предложением обладают лишь несколько рыночных игроков.

3. Сформировать более эффективную систему распределения фармрынка, которая предоставит региональным операторам реальные преимущества. Необходимо создание и использование логистического инструментария по оптимизации системы управления запасами на мезоуровне.

Несомненно, будущее развития фармацевтического рынка региона заключается в реализации комплекса мероприятий по активации производственных мощностей регионального фармрынка. Но данное научно-методическое направление лежит вне плоскости теоретико-прикладного инструментария современной логистики и находится в поле интересов исключительно медицины. Поэтому в рамках научного поиска потребуются найти иные возможности оптимизации цепей поставок фармацевтического рынка региона.

Следует охарактеризовать потребность регионального рынка лекарственных препаратов в складских мощностях и представить комплекс организационно-управленческих мероприятий, направленных на развитие рыночных возможностей складирования и грузопереработки.

Характеризуя ситуацию, сложившуюся в рамках регионального фарм-

рынка ЮФО, следует отметить, что важным фактором его развития является повышение эффективности деятельности системы распределения оптово-розничного звена, оптимизация посреднических форм, участников каналов сбыта. Касательно производства следует отметить, что отечественное производство, как и любая высококвалифицированная сфера, часто не имеет возможности создавать самостоятельно логистическую систему распределения, поэтому серьезнейшими игроками на фармрынке являются именно дистрибьюторы, чей оборот во многих случаях превосходит обороты производителей.

Логистические звенья распределения — оптово-посреднические структуры — выполняют ряд важнейших функций на фармрынке, одна из которых — формирование ассортимента продукции. На рынке региона отмечается наличие как узкоспециализированных организаций, чей ассортимент состоит из 100–500 позиций, так и компаний, задачей которых является обеспечение аптечным и больничным ассортиментом населения (от 2000 и более 10000 наименований).

Следует отметить, что исходя из огромного ассортимента внутри номенклатуры продукции медицинского назначения и аптечного ассортимента, фармрынок не может обходиться без оптово-посреднических структур, которые обеспечивают концентрацию массы продукции различных заводов в одном месте, производят складскую обработку товара, дают возможность приобретения продукции более мелкими партиями, а также помогают производителям в их маркетинговых исследованиях и в акциях, направленных на продвижение продукции, осуществляют транспортировку и т. д.

Тенденции, характерные для современного этапа развития фармрынка, могут быть представлены следующим перечнем.

1. Планомерное вытеснение крупными игроками более мелких, концентрация доли рынка у национальных дистрибьюторов.

2. Государство способствует данному процессу, особенно через ужесточение процедур таможенной очистки товара, а также федеральной — через механизм обеспечения населения льготными лекарствами.

3. Крупные дистрибьюторы стремятся полностью контролировать весь процесс распределения товара, начиная с производства и кончая розничным потреблением, в связи с этим поглощаются старые и строятся новые заводы, развиваются подконтрольные национальным дистрибьюторам аптечные сети.

4. Образуется более узкая специализация дистрибьюторов в связи с невозможностью полноценной конкуренции, по всему ассортименту продукции; результатом становится появление так называемого вторичного рынка производителя. Узкоспециализированные посредники для того чтобы выбрать необходимый объем, по сути, формируют укрупненную партию за счет других оптовиков и распределяют продукцию по ценам, близким к тем, которые имеют национальные дистрибьюторы. Кроме того, фармацевтические оптовые структуры все больше участвуют в близких к ним отраслях, имея побочные товарные группы, которые распространяются по каналам распределения фармрынка, в результате чего фармацевтический капитал появляется на рынках косметики, минеральных вод и других товаров, которые являются дополнительными.

Фармацевтический рынок любой страны — это особое поле деятельности, так как данное направление является частью системы здравоохранения государства, то есть стратегически важным для государства направлением [1, 2]. Именно в связи с этой функцией фармрынка на нем действуют особые правила ведения бизнеса и доля госу-

дарственного участия крайне высока. Исходя из этого, задача бесперебойного снабжения населения медикаментами является приоритетной для участников рынка, а правильное и экономически обоснованное определение нормы запаса — это важнейший инструмент в руках коммерсанта на фармрынке, так как, с одной стороны, стоит необходимость минимизации издержек, а с другой, — полное и своевременное обеспечение медикаментами.

Для эффективного решения поставленных задач необходимо выстраивать четкую логистическую систему, способную бесперебойно обеспечивать население всеми необходимыми медикаментами. Очень важная роль здесь отводится складским комплексам, так как медикаменты могут утратить свои лечебные свойства при неправильном хранении, а ненадлежащая работа складской системы может привести к самым разным отрицательным последствиям, начиная от недополученной прибыли от неудовлетворенного спроса и заканчивая опасностью для человеческой жизни вследствие отсутствия необходимого для жизнедеятельности препарата.

В состав Южного федерального округа входят 6 субъектов Российской Федерации: Республика Адыгея, Республика Калмыкия, Краснодарский край, Астраханская, Волгоградская и Ростовская области.

Территориально данный регион расположен на крайнем юге европейской зоны России и простирается на протяжении 420,9 тыс. кв. километров на южной части Восточно-Европейской равнины, северо-западе Прикаспийской низменности и западной области Большого Кавказского хребта.

Главными особенностями Южного федерального округа являются:

- выдающееся в масштабах Евразии транспортно-географическое положение, обусловленное наличием Волго-

Каспийского пути из Северной и Центральной Европы в страны Средней, Юго-Западной и Южной Азии, а также наличием Транссибирско-Черноморского пути, связывающего страны Азиатско-Тихоокеанского региона (Китай, Корея, Япония) со странами Средиземноморского бассейна. Уникальный транспортно-транзитный потенциал Южного федерального округа должен стать важнейшим фактором развития данного макро-региона;

- наиболее благоприятные для проживания, отдыха и для сельского хозяйства природно-климатические условия и природно-ресурсный потенциал;

- достаточно мощный промышленно-производственный потенциал, занимающий в некоторых отраслях агропромышленного комплекса, сельскохозяйственного машиностроения, металлургии, химии и нефтехимии, пищевой промышленности ведущие позиции в стране. При этом наблюдается положительный вектор структурного развития экономики: по обороту малых предприятий товаропроизводящих отраслей на душу населения Южный федеральный округ занимает 3-е место (после Северо-Западного и Приволжского федеральных округов);

- формирующийся спортивно-рекреационный и транспортно-инфраструктурный Сочинский олимпийский комплекс, который стал катализатором социально-экономического развития Краснодарского края (в перспективе, после окончания работ на олимпийских объектах его основные производственные звенья: трудовое, строительное, технико-технологическое — могут и должны стать экономической базой развития инфраструктуры международных транспортных коридоров на всей территории округа) [4].

Рассматриваемый регион обладает высокой социально-экономической привлекательностью; по показателям плотности населения он занимает 3-е

место среди федеральных округов страны, по динамике численности населения — 2-е место (после Северо-Кавказского федерального округа), по масштабам, уровню и темпам развития санаторно-курортной сферы — 1-е место.

Следует отметить, что Южный федеральный округ, находясь в большей своей части в природно-привилегированных условиях в сравнении с другими регионами страны, играет важнейшую роль и обеспечивает значимую часть производства Российской Федерации. Как показывают данные статистических материалов, в ЮФО сосредоточена почти шестая часть всех посевных площадей страны, ряд значимых отраслей народного хозяйства региона.

Современный фармацевтический рынок России является одним из наиболее быстрорастущих в мире. Фармацевтическая отрасль Российской Федерации обеспечивает отечественное здравоохранение лекарственными средствами в среднем на 65–70 % (в натуральных показателях). Фармацевтическая промышленность Южного федерального округа уступает другим регионам по объему производства лекарственных средств, но в то же время представлена широким спектром предприятий, выпускающих разнообразную фармацевтическую продукцию. Предприятия отрасли сосредоточены в основном в Волгоградской, Ростовской, Астраханской областях и Краснодарском крае [4].

Основными проблемами фармацевтической промышленности Южного федерального округа являются:

- большая степень износа основных фондов;
- низкий уровень инноваций, используемых при разработке и производстве лекарственных средств;
- невозможность в полной мере обеспечивать население Южного федерального округа широкой номенклатурой современных лекарственных препаратов из-за недостатка на территории

округа предприятий, обеспечивающих полный цикл их производства;

- большая доля импортных лекарственных препаратов и фармацевтических субстанций;
- рост цен на фармацевтические субстанции;
- низкая оплата труда квалифицированных специалистов фармацевтической промышленности в Южном федеральном округе (по сравнению со многими регионами России);
- низкий уровень оплаты труда преподавателей вузов, готовящих специалистов в области фармацевтической промышленности, а также неразвитая материально-техническая база вузов [3, 4].

Правительством России утверждена Федеральная целевая программа «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 г.», анализируя которую следует отметить, что:

- объем потребления лекарственных препаратов на данном этапе производимых в Российской Федерации составляет не более 22 % рынка в денежном выражении;
- к сожалению, российские производители лекарственных средств не в состоянии конкурировать с крупнейшими мировыми фармацевтическими корпорациями в отношении разработки новейших инновационных препаратов; производители воспроизведенных лекарственных препаратов и сырья для их производства преимущественно из Китая и Индии;
- в результате происходит нарастание отставания или стагнации отечественной фармацевтической промышленности — такая ситуация сулит не лучшие перспективы обеспечения национальной безопасности, это неэффективно с экономической точки зрения.

О производстве субстанций необходимо отметить особо, что производство субстанций в России обеспечивает не более 22 % потребности российской фарма-

цветической промышленности, в то время, как доля Китая и Индии на российском рынке составляет около 70 %.

Важная роль в программе уделяется и патентной защите новых инновационных препаратов, которые будут разработаны в России. Для реализации обсуждаемой программы «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» необходимо проведение в жизнь гигантского количества организационных, научных, технологических, производственных мероприятий и вложение в их осуществление значительных финансовых средств. Для преодоления создавшейся ситуации правительством намечены следующие цели [5]:

1) вывод на рынок инновационной продукции, выпускаемой отечественной фармацевтической промышленностью;

2) ускоренное формирование потенциала для разработки импортозамещающих и инновационных лекарственных средств;

3) производство отечественными предприятиями субстанций для производства готовых лекарственных препаратов.

Необходимо отметить, что в Ростовской области уже имеется положительный практический опыт реализации такого типа задач.

Библиографический список

1. **Coyle, J. J.** Logistics Management [Text] / J. J. Coyle, E. J. Bardi. — L. : Longman, 2002. — 320 p.

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

3. **Халын, В. Г.** Инновационное управление складским хозяйством на принципах логистики в системе товаро-

движения [Текст] / В. Г. Халын // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2011. — № 34. — С. 74–82.

4. Стратегия социально-экономического развития Южного федерального округа на период до 2020 г. : Распоряжение Правительства Российской Федерации [от 05.09.2011 № 1538-р]. — С. 5.

5. **Страдомский, Б. В.** Развитие инновационной фармацевтической промышленности на территории Ростовской области [Текст] / Б. В. Страдомский // Современная формация: проблемы и перспективы : сб. ст. обл. науч.-практ. конф. — Ростов н/Д, 2012. — С. 107.

Bibliographic list

1. **Coyle, J. J.** Logistics Management [Text] / J. J. Coyle, E. J. Bardi. — L. : Longman, 2002. — 320 p.

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

3. **Halyn, V. G.** Innovative Warehouse Management on the Principles of Logistics in the Distribution System [Text] / V. G. Halyn // Vestnik of the Rostov State University of Economics (RINH). — 2011. — № 34. — P. 74–82.

4. Strategy for Socio-Economic Development of the Southern Federal District until 2020 : Order of the Government of the Russian Federation [from 05.09.2011 № 1538-p]. — P. 5.

5. **Stradomsky, B. V.** Development of Innovative Pharmaceutical Industry in the Rostov Region [Text] / B. V. Stradomsky // Modern Formation: Problems and Prospects : Compilation of Regional Scientific-Practical Conference. — Rostov-on-Don, 2012. — P. 107.

В. В. Борисова, К. Г. Гордей

СКЛАДСКАЯ ЛОГИСТИКА КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРОПОТОКАМИ

Аннотация

В статье представлена информационно-технологическая поддержка управления складскими функциями в логистической системе и управлении коммуникациями; раскрыты существенные характеристики WMS — системы управления складом в хранилищах; сформирована информационная поддержка логистических складских систем.

Ключевые слова

Управление складским хозяйством, WMS (Warehouse Management System) в складировании, информационная поддержка складских логистических систем.

V. V. Borisova, K. G. Gordei

WAREHOUSE LOGISTICS AS UNIVERSAL INSTRUMENT OF COMMODITY STREAMS MANAGEMENT

Annotation

The article presents information and technological support warehouse management functions in the logistics system and management of Communication; disclosed the essential characteristics of WMS — management system in warehouse storage; formed informational support logs-terrorism storage systems.

Keywords

Warehouse management, WMS (Warehouse Management System) in storage, warehouse and logistics information support systems.

Управление товаропотоками целесообразно рассматривать в рамках полной логистической системы, представленной на рисунке 1. Из данных рисунка 1 видно, что складская логистика представляет собой ключевую функциональную активность, а складирование присутствует в логистических фазах снабжения, производства и сбыта. Информационная логистика хотя и представляет собой самостоятельный вид

логистики, находится на особом положении, поскольку непосредственно связана с другими ее видами. Информационный поток обслуживает коммерческую, финансовую, сервисную деятельность. Не является исключением и складская логистика, где информационный поток сопровождает материальные и связанные с ним финансовые и сервисные потоки.

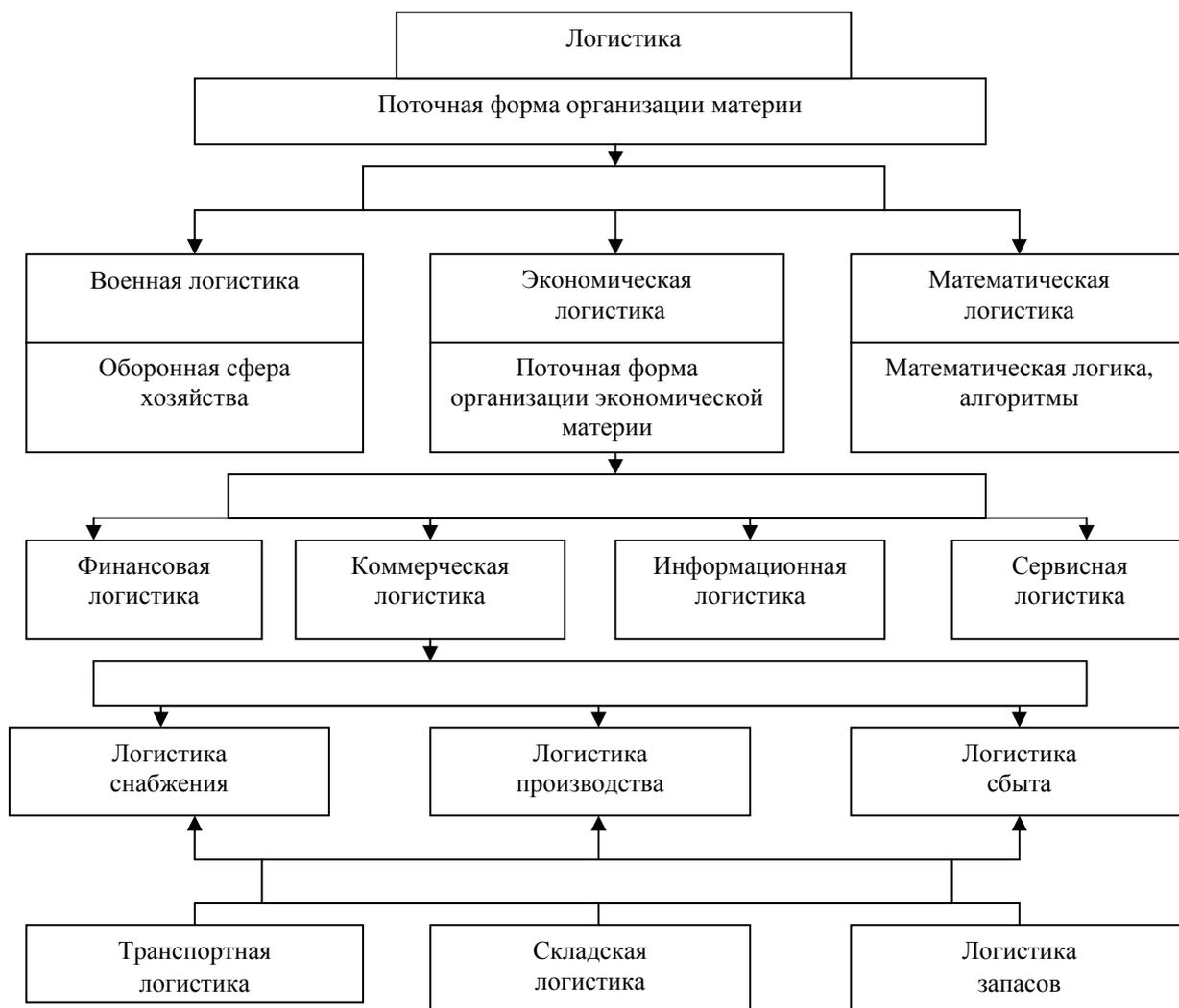


Рисунок 1 — Логистическая система [1, с. 15]

Ныне традиционная роль складов как мест хранения претерпела принципиальные изменения: требуется ускоренный оборот складских запасов, быстрое исполнение заказов потребителей, расширяется спектр складских услуг. Многие склады предоставляют клиентам полный набор услуг — от обработки их заказов до исполнения поставки продукции в окончательном виде. Клиент получает услуги по управлению запасами, подготовке товаров для продажи, проведению проверки их количества и качества, транспортно-экспедиторские услуги, составлению документов и консультированию по их оформлению [1, с. 347]. Качественное и своевременное выполнение складских

услуг во многом зависит от их информационной поддержки.

На технологию выполнения разгрузки, приемки, размещения, хранения, отборки, комплектации, упаковки, погрузки и внутрискладского перемещения товаров влияет уровень механизации и автоматизации складских работ. Замена ручного труда машинным сопровождается оперативным регулированием материального и информационного потока. Это связано с обеспечением складских функций инструментами и средствами разработки и практического использования современных информационно-компьютерных технологий, ориентированных на реализацию целей складской логистической системы.

Процесс формирования условий для удовлетворения информационных потребностей участников складской логистической системы происходит не изолировано — это результат анализа потенциальных возможностей склада и его логистических партнеров в этом направлении. Поэтому важно учитывать взаимосвязь информационных ресурсов склада с информационными ресурсами других участников системы товародвижения и уровень их интегрированности в полном логистическом цикле.

Гибкость складской системы становится все более востребованной для потребителей продукции в нетранзитных количествах. Это свойство системы обеспечивается на основе информационной поддержки планирования, контроля приемки, размещения, хранения, поиска, комплектации и выдачи продукции со склада.

Объединяя в различных вариантах модули приемки, грузопереработки, упаковывания, комплектации и транспортирования, гибкая система складирования способна быстро адаптироваться к изменяющимся параметрам перерабатываемой продукции и условиям внешней среды. Итак, информационная поддержка процессов в складской логистике представляет собой обеспечивающую подсистему, в рамках которой работают функциональные модули: контроля за состоянием запасов на складе; контроля поставок; управления технологическими процессами грузопереработки, штрихкодирования и др. Методическую основу информационной подсистемы составляют программные продукты, методы и алгоритмы планирования и контроля работы складской логистической системы. Она непосредственно связана с решением задач оперативного и бухгалтерского блоков: комплектацией заказов, оптимизацией маршрутов складского оборудования, ведением документации по расчетам с поставщиками и потребителями, учетом поступления продукции на склад, выдачей продукции со склада.

Рассматривая информационную поддержку процессов в складировании целесообразно подчеркнуть, что она включает в себя не только информационно-технологическое обеспечение управления складскими функциями в логистической системе, но и управление коммуникациями.

Управление коммуникациями и информационно-инструментальными средствами на складе осуществляется в рамках хорошо зарекомендовавшей себя на практике WMS-системы (Warehouse Management System).

Информационная поддержка складских процессов позволяет не только собирать и обобщать оперативные, бухгалтерские и статистические данные в режиме реального времени, но и обрабатывать их для получения полной ситуационной картины и далее моделировать допустимые управляющие воздействия на подчиненные объекты, включая выработку оптимальных решений.

Складским работникам информационная система управления существенно облегчает труд и способствует повышению производительности работ. Возрастает роль информационных систем и баз данных на основе кодирования информации. Их внедрение позволяет повысить оперативность складских операций, автоматизировать процессы сортировки, упаковки, отгрузки товаров, ускорить прием, обработку и выдачу заказов, расширить возможности торгово-посреднической деятельности. Полные безбумажные и беспроводные технологии на складе включают: а) аппаратное обеспечение работы склада (серверы, рабочие станции); б) устройства идентификации, позволяющие работать на основе безбумажных технологий (радиотерминалы, сканеры штрихкодов, радиометки и антенны, пластиковые карточки, системы видеораспознавания и светового управления, гарнитуры для голосового отбора); в) программное обеспечение для баз

данных (Oracle, Sybase, Informix и др.); г) программное обеспечение для управления складом (WMS — Warehouse Management System); д) программы взаимодействия операционных систем складирования с общей системой управления в виде интерфейса между ERP (Enterprise Resource Planning) — планирование ресурсов предприятия и WMS (Warehouse Management System) — планирование и управление складом.

Ныне все большее распространение в складской деятельности получают программные технологии, устанавливаемые на складском конвейерном оборудовании (конвейерах, системах AS/RS и др.) и устройствах идентификации, работающих по безбумажной технологии [2, с. 273].

Складские операции, поддерживаемые современными техническими системами, позволяют вначале автоматизировать учетные процедуры, а затем и процессы принятия решений.

Информационную поддержку процессов в складской логистике считаем целесообразным связать с совершенствованием системы управления коммуникациями. Процессы управления коммуникациями обеспечивают взаимодействие участников логистической системы складирования, своевременную трансляцию управленческой информации, способствуют достижению целей развития логистической системы складирования.

Менеджмент информационных связей в рамках логистической системы складирования включает: планирование системы коммуникаций; анализ и обработку состояния складских работ; оценку соотношения параметров «план-факт»; прогнозирование; сбор и своевременную передачу необходимой информации участникам системы; формирование баз данных, документирование, хранение и обновление информации.

Необходимо обратить внимание на то, что система коммуникаций логистической системы базируется не столько

на программных и технических средствах, сколько на организационной культуре и гуманизации взаимодействий ее структурных подразделений.

Информационные средства, используемые в складской логистике, можно сгруппировать следующим образом: 1) программные средства управления складскими функциями; 2) инструментальные средства аналитического характера (например оценки времени обработки товара при его приемке и размещении, так называемые DTS (Dock-to-stock)). Эти инструменты позволяют осуществить мониторинг временных параметров товара: от момента его прибытия товара на склад до момента, когда он готов к отбору или отгрузке. Оптимизации логистического цикла складирования способствуют инструменты оценки длительности технологии подготовки заказа. Это системы формата WOCT (Warehouse Order Cycle Time), в рамках которых отслеживают время, прошедшее с момента от поступления заказа на склад, до момента, когда он отобран, упакован и готов к отгрузке; 3) программные средства экономического и маркетингового анализа; 4) средства автоматизации документооборота, управления документами и бизнес-процессами.

Библиографический список

1. **Афанасенко, И. Д.** Экономическая логистика [Текст]: учебник для вузов / И.Д. Афанасенко, В. В. Борисова. — СПб.: Питер, 2013. — 432 с.

2. **Фразелли, Э.** Мировые стандарты складской логистики [Текст] / Э. Фразелли. — М.: Альпина Паблшер, 2012. — 330 с.

Bibliographic list

1. **Afanassenko, I. D.** Economic Logistics [Text]: Textbook for High Schools / I. D. Afanassenko, V. V. Borisova. — St. Petersburg. Peter, in 2013. — 432.

2. **Frazelli, E.** Global Standards Warehousing [Text] / E. Frazelli. — M.: Alpina Publisher, 2012. — 330 p.

ПОТОКОВО-ПРОЦЕССНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СЕРВИСНЫХ СИСТЕМ В СЕКТОРЕ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА

Аннотация

В статье проводится концептуальное обоснование особенностей и направлений институциональной трансформации рынка средств размещения в России, связанной с логистическим развитием сетевых форм организации гостиничного бизнеса. Автор обосновывает центральный вектор и специфику эволюционного перехода к более прогрессивным формам логистической интеграции гостиниц, расширяющей потенциал рыночного роста гостиничных сетей и возможности повышения уровня гостиничной услуги за счет комплексного внедрения сервисной логистики.

Ключевые слова

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

R. M. Zakharova

TRENDS HOTEL CHAINS AND LOGISTICS HOTEL BUSINESS ORGANIZATION HOSPITALITY INDUSTRY IN DOMESTIC

Annotation

The article presents the conceptual underpinnings of features and trends of the institutional transformation of the market of accommodation in Russia associated with the development of a logistics network forms of organization of the hotel business. The author proves the central vector and specificity of the evolutionary transition to more advanced forms of integration of the logistics of hotels, expanding the potential market growth of hotel chains and the possibility of raising the level of hospitality services through the implementation of integrated logistics service.

Keywords

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

В настоящее время развитие российского гостиничного рынка характеризуется достаточно сложной ситуацией. С одной стороны, повышение уровня деловой активности городов и их развитие как центров привлечения туристов стимулируют рост спроса на гостиничные услуги, который не покрывается адекватным по объему и качеству предложением. Падение интенсивности институционального роста рынка средств размещения происходит в условиях, когда одни гостиницы не могут обеспечить

высокого качества предоставления услуг, а другие — низких цен [1].

В условиях складывающейся на рынке конъюнктуры возможность сбалансирования спроса и предложения открывается только в случае наращивания номерного фонда, что представляется крайне сложным. Это обусловлено рядом причин, прежде всего макроэкономического порядка. Сегодня в экономике России формируются крайне слабые предпосылки для устойчивого экономического роста в ближайшие годы. Такой вывод

можно сделать на основе сравнения механики и параметров восстановительного роста экономики после кризиса 1998 и 2008 гг. В 1998 г. в условиях отсутствия социальных программ главным пострадавшим стало население, в отличие от которого бизнес получил мощный импульс для развития за счет сокращения расходов на труд. В 2008 г. медленный рост доходов обеспечил оживление экономики в течение первых посткризисных лет, однако серьезного импульса ей не сообщил. В итоге современное восстановление промышленного производства идет с существенным отставанием от траектории цикла 1998 г., драйверами роста в которой выступали и девальвация, и быстрый рост цен на нефть [2].

Ключевым отличием восстановления экономики выступил быстрый рост денежной массы в 1998 г. и серьезные ограничения в части наращивания ликвидности в экономике в последний кризис. Дополняет эту достаточно ограниченную картину ситуация во внешней торговле: в посткризисный период с 2008 г. сырьевой экспорт имеет гораздо менее скромный прирост по сравнению с его динамикой в период после 1998 г. Это существенно ослабляет торговый баланс страны, вызывая плавную девальвацию рубля, а значит удорожание импорта.

На наш взгляд, такие условия в случае дальнейшего воспроизводства в экономике модели, которая и привела к нынешней ситуации, снижают вероятность дальнейшего роста деловой активности и могут привести ко второй волне кризиса в России. Для рассматриваемых нами проблемных аспектов развития гостиничных цепей это означает, как минимум, повышение вероятности двойного негативного эффекта:

- падение уровня спроса на гостиничные услуги и снижение цен — падение объемов рынка и рентабельности бизнеса, консервация гостиничных проектов и снижение рентабельности бизнеса в целом;

- снижение инвестиционной привлекательности отрасли, в том числе для иностранных инвесторов.

В результате можно наблюдать стагнацию развития гостиничного бизнеса как в крупных городах, прежде всего Москве и Санкт-Петербурге, так и более мелких. Нестабильность макроэкономического компонента рыночной конъюнктуры в ближайшие годы может существенно тормозить рост рынка, эволюционно надламывая тренды, которые определяют его текущее развитие. Так, закрытие в Москве и Санкт-Петербурге недорогих гостиниц и строительство 4- и 5-звездочных отелей может быть приостановлено в условиях вероятного затяжного кризисного смещения спроса в более дешевый сегмент. В данном случае эта миграция будет иметь не конъюнктурный характер, а обусловлена инерционным макроэкономическим сдвигом фундаментального порядка.

В течение последнего десятилетия развитие гостиничного бизнеса в России происходило в рамках его роста снизу, индикатором чего являлось строительство и реконструкция минигостиниц. Представленная выше макроэкономическая прогнозная оценка позволяет говорить о том, что фаза развития рынка в рамках этой модели, вероятно, будет пролонгирована.

Диспаритет в развитии *модели снизу* и *модели сверху* будет определяться макроэкономическими параметрами функционирования отраслевого хозяйства страны, производными от которых станут: уровень спроса; уровень деловой активности в экономике; инвестиционная привлекательность крупных и средних гостиничных проектов. В условиях повышения конкуренции и более жесткого перераспределения спроса между операторами внутри сегмента — если он не будет расти — реализация модели сверху будет сопряжена с определенными рисками. В этих условиях большие возможности получит развитие гостиничного бизнеса снизу, что будет сопряжено с меньшими за-

тратами и не потребует разработки и реализации сложной рыночной стратегии.

С нашей точки зрения, в 2014–2016 гг. в России могут быть сформированы благоприятные экономические условия для развития малых форм гостиничного бизнеса, образующего траекторию, схожую с траекторией институционализации гостиничного рынка на Западе в самом начале его развития.

Результаты идентификации эволюционной специфики организационного развития гостиничных цепей в России позволяют заключить, что на протяжении последнего десятилетия они не представляли собой цепи в строго научном смысле этого слова.

Причины складывающихся гибридных форм процессно-институциональной интеграции в гостиничном сегменте сервисной отрасли можно дифференцировать следующим образом, разделив на:

1) связанные с объективными ограничениями: дефицит ресурсов не позволял строить новые гостиничные объекты, а имеющиеся на рынке для приобретения старые имели принципиально отличное друг от друга концептуальное исполнение и позиционирование, что сужало возможности для их строгого однородного сетевого объединения;

2) субъективные причины, обусловленные фрагментарным подходом к сетевому построению и операционно-процессной унификации производства и реализации гостиничной услуги во всех объектах, объединяемых в цепь;

Обобщение данных причин позволяет заключить, что развитие российского рынка характеризуется нетривиальным процессом его институционализации и воспроизводит специфическую структуру рынка, которая:

– является бимодальной, поскольку на рынке предложение гостиничных услуг дифференцировано на крупные и мелкие гостиничные компании, которые имеют принципиально различный потенциал конкурентного роста и ресурсные возможности развития;

– может описываться двумя моделями развития гостиничного рынка — *снизу и сверху*, имеющими неодинаковый потенциал для воспроизводства, который трансформируется под воздействием колебания конъюнктуры рынка и/или макроэкономической среды его функционирования;

– является сложной для устойчивого эмпирического вызревания прогрессивного вектора его трансформации: низкая инвестиционная привлекательность, не стабильность развития и разнородность гостиничных объектов вторичного рынка коммерческой недвижимости ограничивают возможности формирования и развития гостиничных цепей.

Все это формирует неэффективную модель развития рынка, эмпирически фиксирующую механизм воспроизводства организационно неполноценных гостиничных цепей, фрагментарная процессно-институциональная конвергенция которых формирует паллиативный характер развития системы гостиничного сервиса. Оценка входящих в сети гостиничных объектов не позволяет сформировать истинное и завершённое представление обо всей гостиничной цепи, которая может иметь мозаичное инфраструктурное оформление, нецелостное рыночное позиционирование, а также лоскутно интегрированный сервис.

Таким образом, можно заключить, что на российском рынке имеются существенные институциональные и макроэкономические ограничения, сужающие возможности широкомасштабного синтеза и тиражирования логистических сервисных систем, которые по определению представляют собой завершающую рыночную форму эволюционного развития гостиничных цепей [3].

На наш взгляд, именно сложности в однородной организационной интеграции объектов и, как следствие, их операционной конвергенции позволяют рассматривать специальные управляющие компании как возрастающий в своей

значимости фактор снижения рыночных рисков недостаточно эффективного синтеза гостиничный цепей в России.

Тем не менее в послекризисный период на рынке формируется определенное движение к формированию более качественных сетевых образований в гостиничном бизнесе. Мы сознательно уходим от использования понятия «гостиничная цепь» и тем более такого эталонного теоретического штампа, как «сеть логистическая», чтобы подчеркнуть текущую незавершенность процесса институциональной эволюции сетевых структур в гостиничном бизнесе России.

Многим компаниям необходимо развиваться не только вширь (создание сети), но и вглубь, совершенствуя менеджмент и работая над имиджевыми характеристиками. Эта разновекторность образует важную синергию по-

вышения эффективности сетевого гостиничного бизнеса, которая в целом определяет возможности полноценной трансформации гостиничных цепей в логистические сети гостиничного бизнеса. Таким образом, рассматриваются эмпирические особенности вызревания устойчивого цикла прогрессивной организационной и технологической (процессно-операционной) эволюции рыночных структур в отечественной индустрии гостеприимства. На наш взгляд, данный цикл имеет следующий вид:

разрозненный гостиничный бизнес → гостиничные цепи → логистические сети гостиничного бизнеса

Базовые особенности факторной среды такой эволюции сформулированы и дифференцированы по блокам в рамках разработанной выше матрицы СВОТ-анализа (табл. 1).

Таблица 1 — Матрица СВОТ-анализа современных условий формирования и развития логистических сетей в гостиничном бизнесе России

Потенциальные внутренние сильные стороны	Потенциальные внутренние слабости
Сохранение бимодальной структуры рынка и недостаточного уровня развития предложения в сегментах, что означает существование потенциала для развития нишевых операторов	Фрагментарность рынка, неодинаковые условия развития его сегментов в рамках модели сверху и модели снизу
Узнаваемая потребителем традиционная территориальная локализация гостиничных объектов, объединяемых в гостиничную цепь, и далее — в логистическую сеть	Дефицит квалифицированных кадров на фоне возрастания требований к уровню управления потоками потребителей и их логистического обслуживания
Наличие ресурса конкурентного роста за счет интегрированного преобразования форм организации гостиничного бизнеса и повышения уровня сервисного обслуживания, в том числе и прежде всего за счет применения сервисной логистики	Неиспользование логистики в части организации сервиса
	Невозможность использовать синергетический эффект, объединяя его слагаемые в виде сетевой организации бизнеса и развития сервисной логистики
	Асинхронность качественного развития двух компонентов рынка: собственников гостиничных объектов и профессиональных управляющих операторов гостиничного рынка
Потенциал для дальнейшего расширения емкости рынка	Высокая стоимость земельных ресурсов, что снижает вероятность реализации гостиничных проектов

Окончание табл. 1

Потенциальные внутренние сильные стороны	Потенциальные внутренние слабости
Бимодальная структура гостиничного рынка, снижающая конкурентное напряжение в распределительных каналах, ниши крупных и мелких компаний, которые существенно пересекаются только в периоды резкого колебания рыночной конъюнктуры и/или скачкообразного развития институциональной структуры предложения, размывающего низшие границы рынка	Существенные институциональные и макроэкономические ограничения, сужающие возможности широкомасштабного синтеза и тиражирования логистических сервисных систем, которые по определению представляют собой завершающую рыночную форму эволюционного развития гостиничных цепей
Инфраструктурное обновление малого сектора гостиничного рынка, расширяющее возможности сетевой интеграции отелей и потенциал повышения уровня гостиничного сервиса за счет его технологизации (логистика) и унификации (логистическое объединение отелей в сеть)	Нестабильность макроэкономических факторов, выступающих драйвером роста спроса на рынке гостиничных услуг
	На гостиничном рынке эмпирически закреплены две модели его развития — <i>снизу и сверху</i> , имеющие неодинаковый потенциал для воспроизводства, который трансформируется под воздействием колебания конъюнктуры рынка и/или макроэкономической среды его функционирования
	Специфическая структура рынка, ограничивающая предпосылки для устойчивого эмпирического вызревания прогрессивного вектора его трансформации: низкая инвестиционная привлекательность, нестабильность развития и разнородность гостиничных объектов вторичного рынка коммерческой недвижимости ограничивают возможности формирования и развития гостиничных цепей
	Сложность сетевой интеграции на уровне инфраструктурного объединения гостиничных объектов в реальных экономических условиях российского рынка средств размещения. Эта сложность автоматически ограничивает потенциал маркетингового развития гостиничных цепей рынка, которым гораздо проще интегрировать объекты, чем сформировать на основе этой интеграции полноценный и нервующийся в позиционном контексте (внутренне непротиворечивый и ясно отображающий однородный концепт всей цепи) бренд
	Высокая стоимость кредитных ресурсов
	Экспансия на национальный рынок международных гостиничных сетей, усиливающих конкурентное давление на отечественных операторов

Подытоживая аналитические выкладки настоящей статьи можно констатировать, что российская индустрия гостеприимства формирует колоссальное инерционное сопротивление прогрессивному эволюционному сдвигу в развитии рынка, которое имеет место как на институциональном, так и на технологическом уровне — уровне управления.

Развитие отечественных управляющих компаний сдерживается очень медленным внедрением эффективных форм управления гостиницами, которые уже получили широкое распространение в международной практике. Многократно отмеченная фрагментарность рынка имеет место на всех уровнях: организационная дивергенция гостиничного бизнеса, при которой собственники гостиничных объектов неохотно передают их в управление; их незначительное количество у одного собственника не позволяет ему сформировать сеть; разные собственники не могут консолидироваться для объединения принадлежащих им объектов в одну гостиничную сеть; на уровне управления, когда каждое гостиничное предприятие функционирует автономно и выживает в высококонкурентной среде самостоятельно, девальвируя идею организационного объединения в сеть уже и на операционном уровне.

Таким образом, специфика рынка и особенности национального менталитета собственников объектов в отечественном гостиничном бизнесе имеют крайне важное значение. Сдвиги в изменении этой ситуации происходят достаточно медленно и носят паллиативный характер.

Все это позволяет сделать вывод о том, что в отечественной сфере госте-

приимства процесс эволюционного перехода к образованию логистических сетей будет достаточно длинным, поскольку может развиваться только в рамках «формальных» объединений гостиниц, принадлежащих одному собственнику.

Именно в этом сегменте рыночного поля могут быть синтезированы рыночные структуры, которые объединят несколько гостиничных предприятий и будут способствовать продвижению прогрессивных методов управления на российском рынке гостиничных услуг.

Системно выстраивая картину будущего развития рынка, можно построить схему логистически организованной и эмпирически направленной трансформации институциональной структуры рынка, которая одновременно «охватывает» все рассмотренные факторы и условия (рис. 1). Конструируя такую схему можно заключить, что принципиальным аспектом ее синтеза является оценка возможностей развития гостиничных цепей (и далее — логистических сетей) в рамках бимодальной структуры рынка. На наш взгляд, с учетом аналитических выводов относительно изменения макроэкономических параметров развития экономики можно предполагать, что наиболее привлекательным и вероятным будет формирование гостиничных цепей в малом секторе гостиничного рынка. Сегодня во многих городах России наблюдается бум строительства малых отелей, объем ввода которых ежегодно растет. Этот тренд сопровождается приобретением наиболее привлекательных участков в центре городов, строительством совершенно новых зданий.

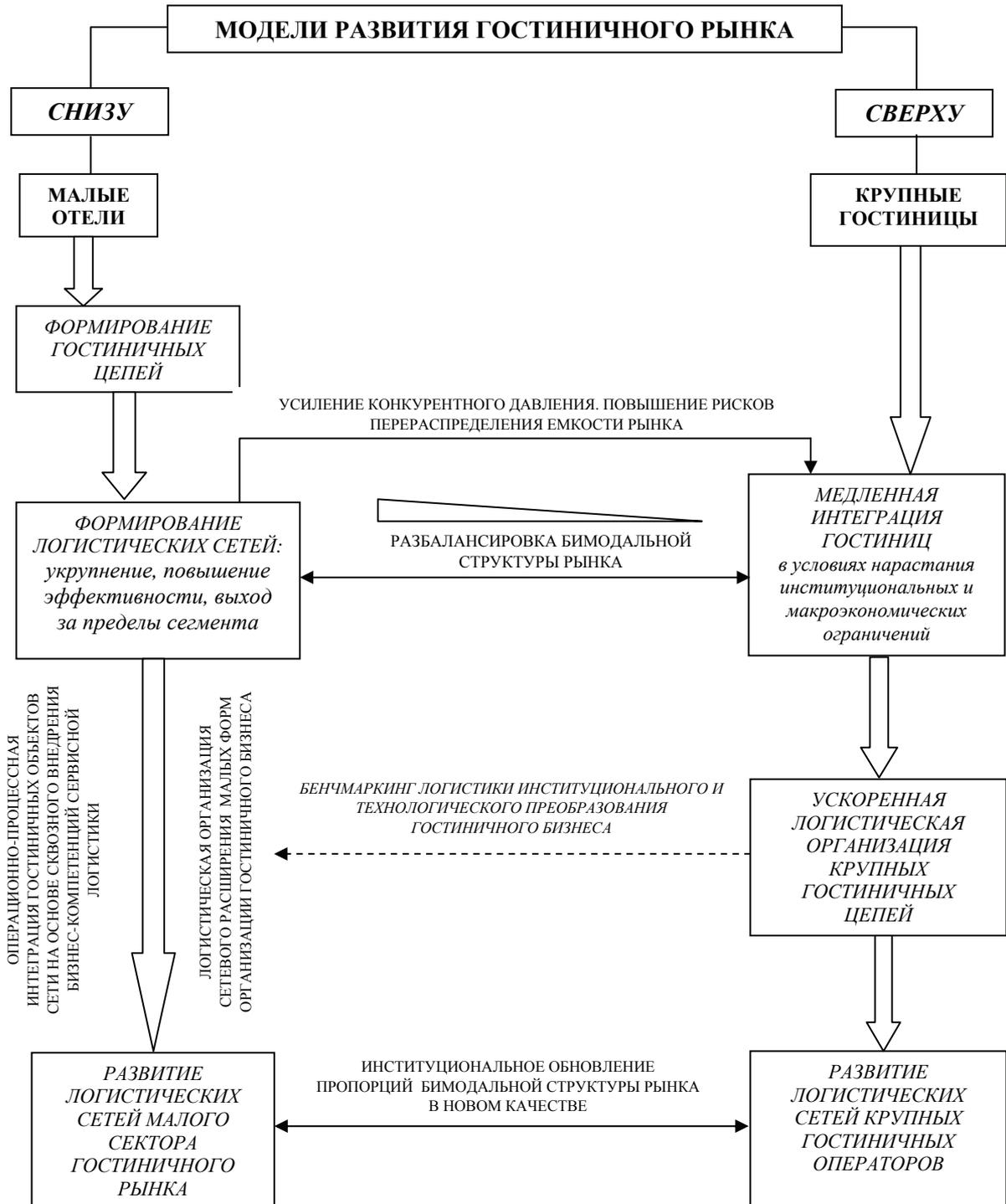


Рисунок 1 — Цикл развития логистических форм организации гостиничного бизнеса в отечественной сфере гостеприимства

Таким образом, в условиях определенной умеренной макроэкономической динамики рынка процесс институциональной трансформации отечественной индустрии гостеприимства будет активно протекать в его малом сек-

торе. Другими словами, мы обосновываем формирование определенной специфики организационной трансформации рынка, которая будет определяться рядом императивов:

– дефицит инвестиций в малом секторе гостиничного рынка может ограничивать потенциал инфраструктурного расширения малых гостиничных предприятий, что будет сужать возможности для дальнейшего тиражирования прогрессивного опыта в гостиничном бизнесе. Если гостиничная цепь мала, это будет сковывать возможности использования более широкого числа приемов и методов в части совершенствования операционно-процессной платформы гостиничного сервиса. Мы можем пролонгировать этот вывод с точки зрения невысокой оценки возможностей формирования логистически собранных (сконфигурированных) сетевых форм организации гостиничного бизнеса. В настоящей статье мы обозначаем этим термином логистические сети гостиничного бизнеса или логистические сервисные системы гостиничного бизнеса;

– строительством новых гостиничных объектов. Относительно низкая капиталоемкость строительства малых отелей позволит, на наш взгляд, более интенсивно развивать сети — инфраструктурно расширять их. Тиражирование этого процесса позволит снять систему ограничений, которые традиционно снижали возможности образования гостиничных цепей в отечественной системе гостеприимства, когда объединению подлежат неоднородные гостиничные объекты, которые невозможно интегрировать в сеть в силу их неунифицируемости по всем основным параметрам (концепция; конструктивное исполнение зданий и планировка; система гостиничного сервиса и др.).

С научно-практической точки зрения принципиально важно оценить результирующий баланс эмпирического наложения сформулированных нами императивов в реальной рыночной среде. Считаем, что он будет положительным. То есть, потребность в относительно меньшем объеме инвестиций при стабильном, вполне вероятно растущем

спросе (за счет перемещения между сегментами) в нижнем ценовом сегменте гостиничного рынка позволит «неограниченно» расширять гостиничную цепь, умножая возможности более эффективного внедрения и отработки бизнес-компетенций сервисной логистики.

Таким образом, именно в этом сегменте могут быть сформированы системные предпосылки и условия для институционального произрастания логистических сервисных систем гостиничного бизнеса. Опережающее развитие бюджетных форматов малого сектора отечественной индустрии гостеприимства позволит сформировать и запустить здесь самовоспроизводящийся цикл:

разрозненные малые формы организации гостиничного бизнеса (малые отели) → гостиничные цепи → логистические сети в малом секторе гостиничного бизнеса

В целом, рассмотренные и обоснованные нами особенности формирования и развития логистических сетей гостиничного рынка, дифференцированные для различных сегментов рынка позволяют заключить, что ситуация на рынке будет постепенно меняться. Эти изменения будут представлять собой благодатную почву, открывая окно принципиально новых более широких возможностей для инвесторов, которые готовы вложить средства в развитие гостиничных цепей, но не могут сделать этого ввиду отсутствия необходимого опыта.

Вполне возможно, что именно разнотемповая институционализация рынка в разрезе отдельных его сегментов будет стимулировать еще более не линейное, но ярко выраженное — подчеркнуто прогрессивное переопределение бимодальной структуры рынка. Здесь мы можем выделить одновременно несколько вероятных фазовых переходов в его дальнейшем развитии.

1. Формирование самовоспроизводящегося цикла формирования логистических сетей гостиничного бизнеса, растянутого во времени.

2. Интенсивное развитие логистических сетей в малом секторе рынка средств размещения, его укрупнение и выход за пределы сегмента — усиление конкурентного давления в сегменте более качественных отелей 4- и 5-звездочных (временное нарушение бимодальной структуры рынка) — активное развитие дорогих отелей по пути ускоренной логистической интеграции. Здесь опираясь на прогрессивный опыт логистической интеграции малых отелей в логистические сети и отработки там компетенций сервисной логистики, рыночные структуры более дорогого сегмента рынка будут «сразу» логистически образовывать и сетевую структуру, и операционно-процессную платформу гостиничного сервиса, максимально сжимая временной период институционального и технологического «реформирования» бизнеса. Предпосылкой к этому будет конкурентное давление со стороны растущих малых отелей, интегрированных в логистические сети и значительно выросших в размере настолько, что это позволило им перешагнуть границы сегмента и поднять качество сервиса на нужный уровень, стратегически подтянув под него и маркетинговое позиционирование гостиничной сети.

3. Восстановление бимодальной структуры рынка уже в новом качестве. Запуск процесса интенсивного появления логистических сетей отелей 4- и 5-звездочных позволит сбалансировать предложение на рынке, восстанавливая новые границы между сегментами при более высоком качестве сервисного обслуживания.

Наиболее сильные институциональные подвижки в формировании рыночной инфраструктуры отечественной сферы

гостеприимства произойдут именно в рамках этих трех фазовых переходов.

Библиографический список

1. **Багирян, В.** Международный туризм и его влияние на развитие экономики [Текст] / В. Багирян // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — № 3. — С. 147–152.

2. Итоги 2012 г. и прогноз экономического развития на среднесрочную перспективу [Электронный ресурс] // Обзор макроэкономических тенденций № 73 (подготовлен в рамках программы фундаментальных научных исследований НИУ ВШЭ в 2013 г.). — Режим доступа : http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/Presentations/LINK2012/Link2012_rus.pdf (Дата обращения: 14.05.2013).

3. **Скоробогатова, Т.** Синергетический эффект производства и потребления в логистических сервисных системах [Текст] / Т. Скоробогатова // РИСК. — 2012. — № 2. — С. 17–20.

Bibliographical list

1. **Bagiryan, V.** International Tourism and Its Impact on the Economy [Text] / V. Bagiryan // Vestnik of the Rostov State University of Economics (RINH). — 2013. — № 3. — P. 147–152.

2. The Results of 2012 and the Economic Outlook for the Medium Term [Electronic resource] // Review of Macroeconomic Trends № 73 (Prepared in the Framework of the Program of Basic Research in the HSE 2013). — Mode of access : http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/Presentations/LINK2012/Link2012_rus.pdf (Date of access: 14.05.2013).

3. **Skorobogatov, T.** Synergistic Effect of Production and Consumption in the Service Logistics Systems [Text] / T. Skorobogatov // RISK. — 2012. — № 2. — P. 17–20.

ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ ТРАНСПОРТ В СИСТЕМЕ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОГО ПАССАЖИРСКОГО ТРАНСПОРТА НА ПРИМЕРЕ Г. РОСТОВА-НА-ДОНУ

Аннотация

В статье рассматривается функционирование транспортной системы города Ростова-на-Дону, выявлены проблемы в развитии городского пассажирского транспорта, рассмотрена возможность использования железнодорожных путей в черте города для внутригородских перевозок пассажиров.

Ключевые слова

Город, транспорт, внутригородские железнодорожные перевозки, эффективность, преимущество, организация.

Е. А. Мамаев, Н. А. Ковалиова

RAILWAY TRANSPORT IN DEVELOPMENT OF CITY PASSENGER TRANSPORT ON THE EXAMPLE OF ROSTOV-ON-DON

Annotation

The authors consider the functioning of the transport system of the city of Rostov-on-Don and found problems in the development of city passenger transport. The possibility of the use of railways in the city for transportation of passengers are offered.

Keywords

City, transport, rail transportation in the city, efficiency, advantage, organization.

Важным фактором устойчивого социально-экономического развития города является бесперебойное функционирование транспортной системы. Перевозка пассажиров — основная функция городского общественного пассажирского транспорта, определяющая уровень жизни населения, безбарьерную среду развития общества.

Система городского пассажирского транспорта (ГПТ) сама является частью градообразующей системы, в деятельности которой выделяются внутренний и внешний аспекты. Первый связан с тем, что ГПТ должен обеспечивать условия для своего собственного устойчивого функционирования и развития. Внешний аспект — ГПТ как звено в цепи территориального разделения труда — является составляющим территориальной социально-экономической системы. Следова-

тельно, для нормального функционирования ГПТ необходимо, с одной стороны, учитывать градообразующие функции города, расселение населения, а с другой — четко определить место ГПТ в системе функциональных взаимосвязей, сложившихся в том или ином регионе.

Пассажирские перевозки в Ростове-на-Дону выполняются железнодорожным, автомобильным, электрическим транспортом. Пассажиры по-разному оценивают достоинства и недостатки того или иного вида транспорта, такие как: безопасность, надежность, регулярность, стоимость проезда, условия передвижения (удобство, комфорт), скорость и затраты времени на доставку к месту назначения [4, 5, 6].

Несмотря на высокий уровень развития транспортной системы Ростова-на-Дону, улично-дорожная сеть (УДС) го-

рода перегружена и не имеет резервов для дальнейшего развития: размеры движения наземного городского пассажирского транспорта в часы пик на основных магистралях города достигают 300 машин в час в одном направлении. В сложившейся системе расселения населения средние затраты времени на поездку по городу при нормативе не более 35 минут фактически составляют 55 минут. Это влияет на качество транспортного обслуживания, приводит к несоблюдению интервалов движения, увеличению наполняемости салона, росту транспортной усталости.

По данным управления автодорог, на конец 2012 г. в Ростове было зарегистрировано 373 машины на тысячу жителей, а с учетом гостевого транспорта этот показатель составляет 485. Количество машин на ростовских дорогах уменьшить сложно, в связи с чем необходимо развивать систему общественного транспорта, используя для перевозки пассажиров по городу в том числе и возможности железной дороги.

Согласно «Стратегии развития транспортного комплекса Ростовской области до 2030 г.», интеграция пригородного железнодорожного сообщения в систему городского пассажирского транспорта должна обеспечить рост качества перевозок. Известно, что средняя скорость сообщения на маршрутах автобуса и троллейбуса составляет в среднем 15,0–17,0 км/ч, а на отдельных направлениях снижается до 9,0–13,0 км/ч, тогда как в электропоездах 35–40 км/ч [1].

Основными целями, достигаемыми при использовании электропоездов в черте города, являются: разгрузка УДС; обеспечение мобильности населения близлежащих районов надежным видом транспорта с гарантированным подвозом к местам приложения труда, учебы и отдыха, диверсификацией железнодорожных перевозок в социальную жизнь города для обеспечения межрайонных экономических связей.

Внутригородской железнодорожный транспорт обладает высокой пропускной способностью. Негативное отношение населения к расположению железной дороги в черте города и мнение о необходимости «демонтажа железнодорожного полотна» может быть снижено в процессе использования железнодорожного сообщения для перемещения по городу. Существуют примеры (Лондон, Рим, Киев и др.), когда изначально негативное восприятие предложений по развитию общественного транспорта и массовой перевозки пассажиров железнодорожным транспортом становилось позитивным в период их реализации, что подтверждено социальными исследованиями. Положительный облик таких проектов должен подтверждаться в процессе их функционирования при активной поддержке со стороны муниципальных органов в направлении формирования позитивного сознания пассажиров.

Для повышения привлекательности и конкурентоспособности экологичного железнодорожного транспорта на рынке транспортных услуг необходимо создать условия для удовлетворения потребностей населения в мобильности (развитие инфраструктуры остановочных площадок и подходов к ним).

Анализ действующего графика движения поездов в пригородном железнодорожном сообщении, проходящих по территории г. Ростова-на-Дону, показывает, что все маршруты концентрируются (зарождаются или погашаются) на одной станции — Ростов-Пригородный, то есть имеют радиальную схему, а внутригородская железнодорожная корреспонденция между районами отсутствует (рис. 1). Жители г. Ростова-на-Дону также пользуются поездами пригородного сообщения для перемещения в черте города, при этом основными направлениями являются:

- Таганрог 1 — Ростов: внутригородские пассажирообразующие оста-

новки о. п. Левенцовская, Первомайская, Гниловская, Ростов-Берег, Ростов-Главный;

- Таганрог 2 — Ростов: внутригородские пассажирообразующие остановки Западная, о. п. 1337 километр, Ростов-Главный;

- Лихая — Ростов: внутригородские пассажирообразующие остановки Кизитеринка, Развилка, Орджоникидзе, Сельмаш, Ростов-Товарный, Рабочий городок, Ростов-Главный;

- Батайск — Ростов.

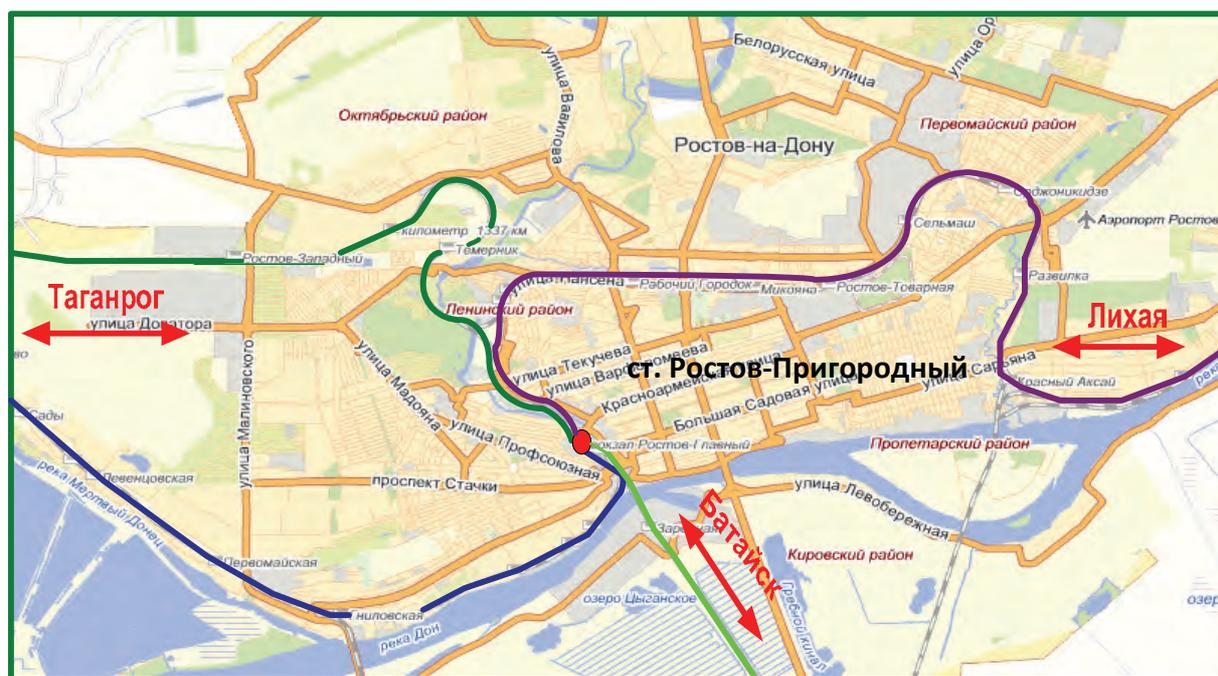


Рисунок 1 — Схема направлений пригородных железнодорожных перевозок (г. Ростов-на-Дону)

Железнодорожная сеть имеет достаточную развитость в западной, южной и восточной частях города. Исторически сложилось так, что железная дорога проходит вдоль крупных промышленных предприятий и может быть использована для подвоза жителей к ним.

Преимущества железнодорожного транспорта делают его универсальным и

для перевозки пассажиров как в пригородном, местном и дальнем сообщениях, так и в системе городского пассажирского транспорта.

Организация железнодорожных перевозок в черте города позволит решить ряд задач ГПТ (рис. 2).



Рисунок 2 — Преимущества железнодорожного транспорта в системе ГПТ

Повышение эффективности использования железной дороги для внутригородских и пригородных перевозок возможно за счет повышения интенсивности использования территорий, прилегающих к вокзалу Ростов-Главный, остановочным пунктам на ул. Нансена, на Западном обходе; при этом необходимо создавать полноценные пересадочные узлы. Наблюдается тенденция увеличения подвижности населения с использованием пригородных поездов для перемещения внутри города. Основные направления: о. п. 1337 км — Ростов-Главный, Сельмаш — Рабочий городок — Ростов-Главный.

Структура железнодорожной сети позволяет организовать кольцевые мар-

шруты следующих направлений внутригородских перевозок в г. Ростове-на-Дону:

- Батайск — Пригородный вокзал — Рабочий городок — Сельмаш — Зеленый остров — Батайск;
- Батайск — Казачья — Гниловская — Ростов-Западный — Пригородный вокзал — Батайск;
- Пригородный вокзал — Гниловская — Ростов-Западный — Рабочий городок — Развилка — Рабочий городок — Пригородный вокзал;
- Пригородный вокзал — Гниловская — Ростов-Западный — Пригородный вокзал.

Данные кольцевые маршруты исторически сформировались для обеспечения грузовых перевозок по промышленным

зонам с низкой плотностью заселения. При организации нового маршрута железнодорожного сообщения или оптимизации уже имеющегося необходимо оценить его целесообразность и разработать предложения по корректировке, то есть оценить эффективность внедрения нового маршрута, определить рациональность увеличения (уменьшения) протяженности маршрута, возможность организации интермодального железнодорожно-автомобильного сообщения, а также провести оптимизацию остановочных площадок железнодорожного маршрута.

$$\sum_{z=1}^Z d_z x_z + c^{\text{don}} p \geq (1 + r_{\min}) \left(\sum_{z=1}^Z z_z x_z + p(z_u + z_n) + Z^{\text{don}} \right), \quad (1)$$

где d_z — тариф на перевозку пассажира в зоне z , $z = 1, 2, \dots, Z$;

x_z — объем перевезенных пассажиров в зоне z ;

c^{don} — дополнительные доходы на одну поездку по маршруту;

p — число поездок по маршруту;

r_{\min} — минимальная норма рентабельности пассажирских перевозок;

z_u — плата за пользование инфраструктурой на одну поездку;

z_n — плата за пользование подвижным составом на одну поездку;

$$\sum_{z=1}^n d_z \Delta x_z + \Delta c^{\text{don}} p \geq (1 + r_{\min}) \left(\sum_{z=1}^n z_z \Delta x_z + p(\Delta z_u + \Delta z_n) \right). \quad (2)$$

Организация интермодальных железнодорожно-автомобильных перевозок преследует цель получения результирующего положительного эффекта от реализации проекта. При этом доходные и затратные составляющие включают автомобильную составляющую поездки. Тогда пассажиропоток x_z складывается из:

$$x_z = x_z^{\text{ж}} + x_z^{\text{а}}, \quad (3)$$

где $x_z^{\text{ж}}$, $x_z^{\text{а}}$ — пассажиропоток, реализуемый железнодорожным и автомобильно-железнодорожным транспортом соответственно.

Оценка эффективности внедрения нового маршрута включает факторы доходности, связанные с перевозками пассажиров, оказанием сопутствующих услуг пассажирам и получением иных доходов, связанных с публичностью организации работы пассажирского транспорта, например рекламой. Расходными статьями являются плата за пользование железнодорожной инфраструктурой, подвижного состава и издержек по организации перевозок. Реализация нового маршрута перевозок возможна, если выполняется следующее условие:

Z^{don} — затраты, связанные с предоставлением дополнительных услуг на один рейс;

z_z — затраты на организацию поездки одного пассажира в зоне z .

Увеличение (уменьшение) протяженности маршрута базируется на анализе изменения доходных и затратных частей показателей результативности маршрута. В частности, в условиях предыдущей постановки задачи изменению подвергаются составляющие Δx_z , Δc^{don} , ΔZ^{don} , Δz_u , Δz_n , то есть изменение протяженности маршрута возможно при выполнении условия:

Приращения доходной и расходной частей в условии (1) следующие:

$$\Delta D = c_{\text{авт}} x^{\text{а}} + c_{\text{авт}}^{\text{don}} \cdot x^{\text{а}}, \quad (4)$$

$$\Delta Z = z_{\text{авт}} x^{\text{а}} + z(x^{\text{а}}), \quad (5)$$

где $c_{\text{авт}}$ — тариф на перевозку автомобильным транспортом;

$x^{\text{а}}$ — пассажиропоток, реализуемый автотранспортом;

$c_{\text{авт}}^{\text{don}}$ — дополнительные доходы, получаемые от организации пассажирских перевозок $x^{\text{а}}$;

$z(x^{\text{а}})$ — затраты на организацию автомобильных перевозок, зависящие от объема пассажиропотока $x^{\text{а}}$.

Оптимизация остановочных площадок железнодорожного маршрута связана с обеспечением привлекательной скорости перемещения пассажиров и эффективного использования инфраструктуры и подвижного состава, в том числе за счет привлечения дополнительного пассажиропотока. Условием реализации новой схемы остановок является положительное сальдо между доходностью новой и старой схем.

Одними из перспективных маршрутов являются маршруты «Пригородный вокзал — Гниловская — Ростов-Западный — Рабочий городок — Развилка — Рабочий городок — Пригородный вокзал» и «Батайск — Пригородный вокзал — Рабочий городок — Сельмаш — Зеленый остров — Батайск», охватывающие жилые районы и промышленные зоны Западного жилого массива, Центрального района, Сельмаша и г. Батайска.

Планирование расписания городских электропоездов для обеспечения зарождающегося пассажиропотока на остановочных площадках осуществляется исходя из двух критериев:

1) минимизация времени ожидания транспортного средства пассажиром — критерий, отражающий социальную ориентацию организации внутригородских электропоездов и качество перевозок;

2) максимизация охвата пассажиров — экономический интерес предприятия, предоставляющего данную услугу.

Для определения оптимального расписания движения электропоезда используются следующие данные: $p(i, t)$ — пассажиропоток по i -й остановочной площадке в момент времени (интервал времени) t , $i = 1, 2, \dots, I$. Данные формируются на основе анкетирования пассажиропотока на прилегающих к остановочной площадке электропоезда остановках общественного городского транспорта; J — число альтернативных вариантов ниток графика

движения электропоезда в данном маршруте. Количество и время отправления электропоездов по альтернативным ниткам графика движения поездов определяется из технологических возможностей перевозчика безотносительно к пассажиропотоку; g_{ij} — время прохождения i -й остановочной площадки электропоезда по варианту нитки графика j , $j = 1, 2, \dots, J$. Тогда для определения одной нитки графика для городского электропоезда можно воспользоваться критерием:

$$j_{opt} = \arg \max_j \sum_{i=1}^I p(i, t) f(g_{ij}, t), \quad (6)$$

где

$$f(g_{ij}, t) = \begin{cases} 1, & \text{если } 0 \leq (g_{ij} - t) \leq \Delta t, \\ 0, & \text{в остальных случаях} \end{cases}$$

Δt — единичный интервал планирования движения электропоездов в графике движения.

Формула (6) выражает выбор такого варианта графика движения электропоезда, который обеспечил бы максимум загрузки пассажиров с ожиданием не более Δt . Функция $f(g_{ij}, t)$ определяет возможность отправления пассажиров с остановочной площадки электропоезда i с их ожиданием не более Δt .

Выбор электропоезда по (6) определяет и минимальное ожидание для пассажиров (7), и охват максимального пассажиропотока. Для обеспечения нормальных условий проезда пассажиров большое значение имеет правильное установление количества внутригородских поездов, которое необходимо предусмотреть в графике движения. Исходными данными для определения размеров движения поездов являются прогнозируемые пассажиропотоки в утренние и вечерние часы на момент начала реализации проекта, вместимость состава и тип графика.

Таким образом, развитие внутригородских железнодорожных перевозок пассажиров в г. Ростове-на-Дону объективно обусловлено необходимостью обеспечения сбалансированного развития видов транспорта в системе ГПТ, устранения диспропорций между темпами развития транспортной инфраструктуры и жилого, общественного, промышленного и других видов строительства, снижения нагрузки на улично-дорожную сеть.

Библиографический список

1. Стратегия развития транспортного комплекса Ростовской области до 2030 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.donland.ru/Default.aspx?pageid=104661> (Дата обращения: 03.10.2013).

2. Стратегический план экономического развития г. Ростова-на-Дону на период до 2025 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.rostov-gorod.ru/documents/3883.doc (Дата обращения: 03.10.2013).

3. **Гузенко, А. В.** SWOT-анализ системы городского пассажирского транспорта г. Ростова-на-Дону [Текст] / А. В. Гузенко, Э. А. Мамаев // Вестник Ростовского государственного университета путей сообщения. — 2009. — № 3. — С. 83–88.

4. **Гузенко, А. В.** Система городского пассажирского транспорта: логистика и регулирование [Текст] : моногр. / А. В. Гузенко, Н. А. Вихрева ; Рост. гос. ун-т путей сообщения. — Ростов н/Д, 2011. — 212 с.

5. Improving Urban Public Transport: Experience of Rostov-on-Don (Russia) [Text] / V. Zyryanov, R. Sanamov // International Journal of Transport Economics. — 2009. — № 1. — Т. 36. — P. 83–96.

6. **Эльдарханов, Э. Х.-М.** Организационная модель интегративного управления городским общественным транспортом [Текст] / Э. Х.-М. Эльдарханов // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2012. — № 3. — С. 24–30.

Bibliographic list

1. Strategy of Development of Transport Complex of the Rostov Region Up to 2030 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.donland.ru/Default.aspx?pageid=104661> (Date of access: 03.10.2013).

2. Strategic Plan of Economic Development of Rostov-on-Don Up to 2025 [Electronic resource]. — Mode of access : www.rostov-gorod.ru/documents/3883.doc (Date of access: 03.10.2013).

3. **Guzenko, A. V.** SWOT-Analysis of the Rostov-on-Don Passengers Transport System [Text] / A. V. Guzenko, E. A. Mamaev // Vestnik of Rostov State Transport University. — 2009. — № 3. — P. 83–88.

4. **Guzenko, A. V.** Passenger Transport System: Logistics and Regulation [Text] : Monograph / A. V. Guzenko, N. A. Vikhreva ; RTSU. — Rostov-on-Don, 2011. — 212 p.

5. Improving Urban Public Transport: Experience of Rostov-on-Don (Russia) [Text] / V. Zyryanov, R. Sanamov // International Journal of Transport Economics. — 2009. — № 1. — Т. 36. — P. 83–96.

6. **Eldarkhanov, E. H.-M.** The Organizational Model of the Integrative Management of Urban Public Transport [Text] / E. H.-M. Eldarkhanov // Vestnik of the Rostov State University of Economics (RINH). — 2012. — № 3. — P. 24–30.

Т. В. Пархоменко

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ФОРСАЙТИНГ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

Аннотация

Данная статья содержит основные характеристики применения логистического форсайтинга в электроэнергетическом комплексе российских регионов, раскрывает направления применения форсайтинговых исследований в России и за ее пределами, представляет перспективы формирования наиболее эффективных в применении фьючерсных проектов развития стратегически важной отрасли национального хозяйства.

Ключевые слова

Логистика, форсайтинг, электроэнергетический комплекс.

T. V. Parkhomenko

LOGISTIC FORSYTING POWER COMPLEX DEVELOPMENT OF THE REGION

Annotation

This article contains the basic characteristics using a logistic forsyting in the electricity sector of the Russian regions, reveals the direction of forsyting application research in Russia and abroad, is the prospects of forming the most effective in the use of futures development projects strategically important sector of the national economy.

Keywords

Logistics, forsyting, electric power complex.

Рыночные реформы существенно преобразили российский электроэнергетический комплекс, превратив его логистическую систему в экономический механизм, результатом эффективного функционирования которого становится превращение формы материального потока электроэнергии в финансовый процесс и услугово-сервисный комплекс, необходимый для общественного потребления. Российский рынок электроэнергии и мощности, находящийся на протяжении последних лет в условиях реформирования и сложных процессов глобализации и цивилизационных изменений, в любом масштабе от макро- и до микрологистических систем, несколько далек от условий свободной конкуренции, что предопределяет появление дезорганизующих межсистемных звеньев и

элементов на пути следования электроэнергетического потока от стадии производства до сферы потребления.

Невозможно представить современный электроэнергетический рынок как комплексно-интегрированный механизм жизнеобеспечения всех отраслей экономики без соответствующей логистической поддержки, организация которой начинается с этапа проектирования логистической системы и далее поэтапно корректируется, заканчиваясь реализацией на основе синергии использования последних научных инноваций, техники и рыночного развития логистического менеджмента. Общий инструментарий логистического форсайтинга сформирован на основе предположения, что будущее экономических систем вариативно. Учитывая тот факт, что в рам-

ках анализа электросетевого комплекса региона основные объективные факторы говорят о высокой степени износа производственных фондов российского электроэнергетического комплекса, неудовлетворительном состоянии передающих систем и ограниченности ресурсной базы, следует подчеркнуть, что долгосрочную логистическую стратегию, или форсайт-проект успешного развития исследуемой отрасли необходимо сформировать уже в настоящем. Сегодня будущее в исследуемой отрасли может быть своевременно скорректировано, возможен выбор компромиссных методов, но оно не должно являться следствием прошлого, а с применением логистического форсайт-метода в рыночной среде будет зависеть от объективных мировых и внутристрановых экономических условий и решений, которые примут участники функционально-технологической логистической цепи в электроэнергетическом комплексе.

За последние десятилетия в отечественной электроэнергетике произошли существенные перемены, касающиеся совершенствования нормативно-правовой и законодательной базы обеспечения логистических систем, организационно-функциональной системы внутренней и внешней интеграции и контроля, формирования рыночной структуры отрасли. Значительное число иностранных государств, пытаясь адаптироваться к динамике социально-экономических явлений, применяли тактику форсайтинга бизнес-процессов или в данный момент используют данный рыночный инструментарий.

Такую масштабную, имеющую колоссальный территориально-рыночный охват отрасль народного хозяйства, как электроэнергетика, наделенную многогранным набором потоковых процессов, невозможно представить без разработки долгосрочных технико-технологических, финансово-аналитических проектов и сценарных прогнозов развития. Руководствуясь основными принципами и по-

ложениями форсайтинга в логистике, воспроизводственные системы электроэнергетического комплекса региона нуждаются в проведении исследований функционирования и внедрения наиболее перспективных проектов организации бизнес-процессов. Следовательно, применение технологий логистического форсайтинга в электроэнергетике имеет ряд системно-интеграционных преимуществ: применяется для формирования образов будущего в сфере технологий; в качестве основного элемента в процессе разработки проектов развития включает перспективы и динамику создания и внедрения достижений в области науки и технологий, что является основополагающим для технологического развития отрасли; имеет возможность оценки фьючерсных проектов внедрения альтернативных форм производства и потребления электроэнергии; предоставляет возможность сочетания и аналитики экспертной среды, которая очень разнообразна из-за грандиозного охвата заинтересованных в процессе электрификации и потребления сторон (начиная от позиции государственного управления отраслью, политики инвестора, заканчивая домохозяйством); в рамках формирования организационно-управленческих воздействий в области развития логистики электроэнергетического комплекса форсайт становится инструментом для создания и разработки социально-экономических направлений стратегического развития отрасли, имеющей высокую социальную значимость; форсайт в логистической системе электроэнергетического рынка региона выступает в качестве инструмента поддержки отраслей народного хозяйства, определяющих научно-технологическое и экономическое развитие страны.

Таким образом, теоретико-эмпирическая необходимость разработки инструментально-методологического обеспечения логистического форсайтинга электроэнергетического комплекса ре-

гиона, значимость информационной интеллектуализации системно интегрированного подхода способны нивелировать элементы недостаточности проработки теоретико-методологической базы логистики, признанной большинством мирового экономически развитого сообщества парадигмой научного знания, но при этом объективно используемой в некоторых отраслях и сферах деятельности, в исследованиях по оценке эффективности функционирования бизнес-проектов, в которых организационно-функциональный блок логистики в самостоятельной форме недостаточно активен.

Логистический форсайтинг в электроэнергетике — это моделирование будущего развития региональных, государственных и коммерциализированных в период формирования свободного рынка субъектов как отрасли в целом, так и отдельных логистических систем, предприятий и организаций, осуществляющих деятельность на энергетическом рынке. Данный теоретико-прикладной инструментарий выступает не в научной формации предвидения — это выверенная методология развития отрасли, универсальная и управляемая на всех этапах организации и функционирования логистических систем.

Определив эталон будущего развития, выявляя, предполагая и сочетая различные прогнозные фьючерсные характеристики развития экономической, политико-правовой, законодательной и социальной среды, можно сформировать оптимальные для стратегического обеспечения страны и ее регионов направления развития российского энергетического рынка.

Мировой опыт форсайтинга, разработки форсайт-проектов и дорожных карт, инструментарий формирования стратегий в бизнесе, позволивших получить качественно новые результаты в сфере науки и технологий, экономики, государства и общества, представлен в отечественной и в значительно большей степени в ино-

странной литературе (С. Виолин, Н. Ключнова [1], Б. Лазар [2]).

Вопросам реформирования электроэнергетики России и разработке программ системно-аналитической интеграции материальных потоков, направлениям формирования эффективных стратегий рыночного функционирования в рамках развития свободного рынка электрической энергии посвящены работы многих российских и зарубежных исследователей [3, 4].

Необходимо отметить недостаточную разработанность некоторых конкретных проблем, связанных с императивами проведения логистического форсайтинга областей распределения, сбыта и потребления электроэнергии, особенно в части организации логистических систем региональных электросетевых комплексов, что предопределило выбор предмета и объекта исследования, постановку цели и ряда задач для ее достижения.

В условиях трансформации в электроэнергетике нашей страны за последнее десятилетие произошли радикальные преобразования, которые коснулись корректировки системы государственного регулирования непосредственно самого электроэнергетического комплекса и формирования конкурентного рынка электроэнергии, в результате чего на рынке электроэнергии появились новые компании, усовершенствовавшие его структуру. На пути экономических реформ наиболее востребованным рыночно адаптивным инструментарием, способным усовершенствовать отрасль, определить основные стратегические направления формирования проектов развития мезо- и макрологистических энергосистем, не раз выступала именно логистика, оптимизирующая потоковые процессы, циклично функционирующие в рамках определенных организационно-управленческих и территориальных границ.

Необходимо выявить основные стратегические направления формиро-

вания проектов развития мезо- и макрологистических энергосистем: использование доступного потенциала энергосбережения, реализованное ранее в экономически развитых странах; постепенная унификация технологий, используемых в процессе производства, передачи и реализации электроэнергии; усиление роли государственного воздействия через косвенные механизмы, такие как: политика в отношении возобновляемых источников энергии (ВИЭ), альтернативные способы добычи электроэнергии, исследование которых на основе теоретико-методологического инструментария форсайтинга позволяет обеспечить гарантии энергетической безопасности страны и определяет логистические возможности ее успешного экономического развития.

Управление энергосистемами может быть скорректировано, что является своего рода необходимостью; формирование и развитие более эффективного логистически оптимального энергорынка внутри страны и ее регионов является необходимым условием роста эффективности функционирования отрасли. Уникальное положение ресурсной базы российской энергетики в мировом контексте и в российской социально-экономической системе, основанное на природных и технологических возможностях отрасли, актуализируется благодаря возрастающей роли экспортных доходов в бюджете страны. Роль и значимость электроэнергетического комплекса, эффективность его функционирования в рамках внешнего экспортноориентированного рынка с целью повышения уровня обеспеченности национальной экономики материальными, финансовыми, информационными ресурсами в оптимальном сочетании предопределяют разработку и реализацию долгосрочной логистической стратегии развития исследуемого сектора экономики. Несомненно, анализ и прогноз развития мировой и российской энергетики как инструмента-

рий логистического форсайтинга, достижения технико-технологического баланса, совершенствования инфраструктурного обеспечения выступают определяющими факторами при принятии крупных управленческих, и в том числе инвестиционных, решений в энергетике.

Рыночные условия для образования конкурентного рынка электроэнергии (мощности) созданы, при этом основные предпосылки свободного рынка — это цены на нем, которые не регулируются непосредственно государством, а способны формироваться на основе соотношения спроса и предложения, когда участники конкурируют за право обеспечивать определенное количество потребителей, снижая свои издержки, поэтому рынок электроэнергии нашей страны, как и во многих государствах мира, не может на данный момент считаться вполне конкурентным, так как монополизация для электроэнергетического комплекса естественна. Применение теоретико-методологического инструментария логистического форсайтинга способно путем внедрения интеграционных, стратегических, сервисных фьючерсных методик моделирования потоковых процессов ослабить внешние и внутренние условия в исследуемой отрасли.

Соответственно, следует установить наиболее эффективные и используемые модели функционирования энергорынка на основе двухсторонних договоров и модель ДПМ-штрих, системно-аналитическое исследование концептуальных, базовых инвариантов логистического управления которыми с помощью форсайтинга позволило более четко спроектировать функционально-организационные взаимосвязи между управлением, производством, распределением и потреблением электроэнергии в зависимости от разновидностей и уровней организации потокодвижения, уточнять количественно-качественные внутрисистемные и специфические характеристики материального потока, необходимые при разработке

многокритериальных целей форсайт-проектов и способов их реализации.

Следствием реформационных преобразований послужило разделение естественно-монопольных, таких как передача электроэнергии, оперативно-диспетчерское управление логистических подсистем и потенциально конкурентных субъектов, выступающих в качестве производства и сбыта электроэнергии, ремонтных и сервисных функций. Появились на рынке электроэнергии и новые структуры, специализирующиеся на отдельных видах аутсорсинга, инсорсинга потоковых процессов и других методик.

Сформирован концептуально новый теоретико-методологический подход логистического форсайт-исследования процессов формирования и использования потенциала энергоотрасли, учитывающий инфраструктурно-технологическое, ресурсное обеспечение экономического роста стратегически важного сектора экономики, способный обеспечить привлечение инвестиций, поэтапное устранение проблемных элементов и условия проектируемых логистических систем, что позволит стимулировать развитие процессов энергосбережения при сохранении и развитии единой инфраструктурной базы комплекса.

Перспективными стратегическими целями реформы можно считать оптимизацию подсистемных логистических звеньев и создание благоприятных условий для привлечения частных инвестиций в отрасль. В результате продажи пакетов акций генерирующих, сбытовых и ремонтных компаний, принадлежавших ОАО РАО «ЕЭС России», эта задача была решена, а в естественно монопольных звеньях в результате реформ государственный контроль и участие, наоборот, усилилось. Необходимо смоделировать логистический форсайт-проект минимизации уровня потерь в сетях, инструментарий которого включает решение ключевых проблем: способу увеличить по-

тенциальный уровень инвестиций в производственные фонды отрасли, стимулировать рост показателей их возобновляемости, что поможет нормализовать высокий уровень потерь и соответственно издержек в электроэнергетических распределительных сетях.

Форсайт появился более пятидесяти лет назад и с развитием рыночных систем стал наиболее эффективным инструментарием современной модификации экономической мысли. Данное научное направление позволяет сформировать долгосрочные перспективы развития бизнес-процессов. Форсайт применяется довольно часто в практике иностранных государств, например использован в проектах развития целых городов (Дублин, Барселона, Штутгарт) или отраслей (экономики, производства) мирового и внутристранового хозяйства, в процессе формирования и реализации экономического развития государств (Великобритания, Австрия, Испания, Финляндия, Франция, ЮАР), является востребованным рыночно адаптивным, экономически целостным механизмом, способным предвидеть и оценить фьючерсные характеристики развития мировых и внутристрановых рынков, оценить риски и угрозы, проблемные области, а также выявить основные сценарно исследованные и проанализированные возможности успешного стабильно эффективного процесса обеспечения электроэнергией промышленных и бытовых потребителей на долгосрочную перспективу.

Электроэнергетическая отрасль России является не только самодостаточной, но и производит в избытке (9,6 % мировой первичной энергии), при этом тратит ежегодно с целью ввода новых объектов и предотвращения износа технических фондов около 4,5 % ВВП на собственные инвестиции. В целях обеспечения стратегического планирования национальных инвестиционных решений необходимо актуализировать целесообразность мониторинга

управленческих преобразований и функционирования комплекса в целом, что подтверждает весомую приоритетность проведения тщательного и системно-аналитического исследования ситуации на мировых энергетических рынках, не ограничиваясь рамками прошлого или иностранного опыта, а делая упор на разработку логистических форсайтинговых проектов.

В сфере идей и долгосрочного планирования российские специалисты осознают необходимость поддержания конкурентоспособности электроэнергетического комплекса страны и использования инструментария логистического форсайтинга посредством построения стратегии комплексного фундаментального развития межсистемных элементов энергетического рынка на основе постоянства глубокого анализа мировой экономики и энергетики России с учетом поэтапной модернизации технико-технологических, информационных и финансовых потоковых процессов. Необходимо информационно-модельный инструментарий развития проектов форсайтинга бизнес-процессов регионально-электроэнергетического рынка, способный адаптировать к нуждам логистики математическую модель комплексной оптимизации долгосрочного плана развития народного хозяйства, позволяющий путем решения системы уравнений методами динамического программирования установить рыночный баланс между потребляемой электроэнергией и ее части, которая до определенного времени находится в составе производственных энергетических мощностей.

Выступая одной из основных отраслей экономики России, электроэнергетика покрывает потребности и обеспечивает электрической и тепловой энергией внутренние нужды потребления, а кроме этого осуществляет экспорт электроэнергии в страны СНГ и дальнего зарубежья, поэтому стабильное инновационное развитие и надеж-

ное функционирование отрасли, разработка алгоритмизированной модели формирования форсайт-проектов аналогового моделирования систем энергопотребления, рассчитанные на долгосрочную перспективу, обеспечат стабильное функционирование стратегически важного сектора экономики.

Результатом станет разработка логистического механизма аналитического форсайтинга процессов технического и коммерческого учета энергопотребления, способного на основе определения статуса развития обеспечить эффективность и системность формирования инфраструктурного обеспечения. Это непосредственно связано с реализацией перспективных форсайт-проектов создания потоковых бизнес-процессов, функционирующих в данной отрасли в генерирующих и сбытовых компаниях, что повысит доступность инфраструктурного обеспечения для всех участников производства и потребления и создаст условия для стабильной и надежной работы в рамках единой логистической рыночно адаптивной системы электроэнергетического комплекса страны.

Следует разработать алгоритмизированную модель формирования форсайт-проектов аналогового моделирования систем энергопотребления, учитывающую существенные характеристики организационно-экономического потенциала энергорынка, основанную на применении механизмов энергосбережения объектов электропотребления, на симбиозе теоретико-прикладных направлений выделения естественно монопольных элементов передачи и диспетчеризации энергии и приоритетном развитии конкуренции в производстве и распределении электроэнергии, что позволит обеспечить общий принцип сохранности технологического единства в отрасли, а также соблюдения общих принципов финансовой прозрачности и защиты прав и гарантий инвесторов, акционеров и конечных потребителей электроэнергии.

Библиографический список

1. Берл Лазар. Не напрягайся — ты работаешь! / Берл Лазар [Электронный ресурс]. — Режим доступа : skruber.livejournal.com>242208.html.
2. Калюжнова, Н. Я. Форсайт: 20 вопросов и ответов [Текст] / Н. Я. Калюжнова, С. И. Виолин. — Иркутск, 2006. — С. 12.
3. Пархоменко, Т. В. Модернизация электроэнергетической отрасли ЮФО на принципах энергетической логистики [Текст] / Т. В. Пархоменко // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2011. — № 3 (35).
4. Пархоменко, Т. В. Основы формирования логистического процесса реорганизационных преобразований системы электросетевого хозяйства [Текст] / Т. В. Пархоменко // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2012. — № 1 (37).

Bibliographic list

1. Berel Lazar. Do not Strain Yourself — You Work! [Electronic resource] / Berl Lazar. — Mode of access : skruber.livejournal.com>242208.html.
2. Kalyuzhnova, N. Ya. Foresight: 20 Questions and Answers [Text] / N. Ya. Kalyuzhnova, S. I. Violin. — Irkutsk, 2006. — P. 12.
3. Parkhomenko, T. V. Modernization of the Electricity Industry SFD on the Principles of Energy Logistics [Text] / T. V. Parkhomenko // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2011. — № 3 (35).
4. Parkhomenko, T. V. Foundations for the Logistic Process of Reorganization Transformations of Electric Grid [Text] / T. V. Parkhomenko // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2012. — № 1 (37).

А. О. Петросьян

**МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ
РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ
ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК**

Аннотация

В статье автор проводит научно-практическое обоснование базовых направлений развития торгово-сбытовой инфраструктуры распределения продукции на российском рынке детских игрушек, опираясь на эмпирическую диагностику текущих и прогнозирование перспективных эмпирических сдвигов в части институционализации логистических каналов сбыта и их географической диверсификации на рассматриваемом отраслевом рынке.

Ключевые слова

Рынок детских игрушек, канал сбыта, логистика, маркетинг, торгово-сбытовая инфраструктура.

DIRECTIONS OF COMMERCE INFRASTRUCTURE DISTRIBUTION IN THE DOMESTIC MARKET OF TOYS

Annotation

The author carries out scientific and practical substantiation of basic directions of development of trade and marketing infrastructure of distribution in the Russian market of toys based on the empirical diagnosis of current and forecast future changes in the empirical part of the institutionalization of the logistics of distribution channels and geographic diversification in the considered industry market.

Keywords

Market for children's toys, distribution channel, logistics, marketing, trade and marketing infrastructure.

В современный период развитие потребительского рынка России характеризуется усилением конкуренции в отдельных каналах сбыта, связанных с притоком товарного импорта и существенной консолидацией предложения на рынке [3]. Одной из таких ниш является рынок детских игрушек, который стремительно эволюционирует на фоне крайне медленного развития процессов импортозамещения, роста и усложнения спроса, а также интенсивного развития рынка торговой недвижимости, торговых и торгово-развлекательных центров.

С одной стороны, товарная ниша продукции для детей в целом повторяет тренды, определяющие развитие ритейла на современном потребительском рынке, трансформацию его цепей поставок, насыщение рынка мегаполисов и крупных городов и формирование центробежного тренда в сторону развития в регионах. С другой, на рынке детских игрушек тиражирование данных тенденций оказалось крайне специфическим. Динамичное качественное развитие спроса и консолидация предложения сформировали нетривиальную результирующую институционализации торгово-сбытовой инфраструктуры товароснабжения рынка детских игрушек, которая входит в новую фазу роста.

Последняя, вероятно, потребует от ритейлеров более глубокой интеграции маркетинга и логистики, повышения уровня торгово-сервисного обслуживания, а также сквозной организации управления издержками в цепи поставок.

Все это позволяет актуализировать необходимость научно-практической разработки и обоснования направлений развития логистических каналов сбыта и цепей поставок на рынке детских игрушек России в условиях усиления конкуренции мультиформатного предложения других операторов, активно развивающих системы многоканальной торговли детскими игрушками.

Результаты такой проработки позволили выявить и эмпирически развернуть общую диспозицию операторов, формирующих основные тенденции развития торговой инфраструктуры в системе товароснабжения рынка детских игрушек России. Оценка этих трендов позволяет уточнить, какие компании преобладают в логистических каналах продаж рассматриваемого нами рынка, какова специфика организационного построения торговой инфраструктуры, которая в значительной степени детерминирована маркетинговыми особенностями сбыта и факторами, определяющими динамику покупательских потоков.

Проведенный анализ показал практически доминантную локацию магазинов рассмотренных сетей в ТЦ/ТРЦ, что составляет важную особенность распределения продукции на рассматриваемом рынке.

Изменение стратегий построения системы распределения на рынке детских игрушек будет определяться двумя условиями: необходимостью развития в регионах и учета специфических условий конкуренции на локальных рынках. Речь идет о том, что конкуренция в регионах существенно отличается от столичной, что отчасти является следствием определенной специфики самих региональных ТРЦ.

В условиях попеременного запуска фешн-игроками детских коллекций, конкуренция будет постепенно усиливаться. Это может серьезно усилить конкурентное напряжение в сформировавшихся логистических каналах сбыта. Современная дифференциация стратегий развития распределительных каналов сбыта на рынке детских игрушек за счет развития в направлении регионов показывает, что это направление и условия его развития:

- существенно отличается от принципов и возможностей построения инфраструктуры сбыта на столичном рынке;

- имеет несколько ограниченный потенциал роста и «обставлено» большим числом условий, порождающих нетривиальную задачу обеспечения их выполнения.

Другой важной особенностью развития регионального компонента детского ритейла является ограниченная емкость рынка и невысокий уровень качества торговой недвижимости. Этот фактор автоматически блокирует возможности формирования расширенного пула арендаторов в региональных городах с населением менее полумиллиона человек. Синергетический эффект роста продаж за счет стимулирования увели-

чения покупательского трафика со стороны других территориально смежных операторов в региональных ТРЦ фактически не работает.

Этот вывод является аргументом для более широкого обобщения политики самого мола, решения которого будут опираться на резоны и соблюдение приемлемых условий конкуренции якорных арендаторов. Ввиду специфики рынка региональных городов, меньшего уровня покупательского спроса в системе распределения детских игрушек будет эмпирически оформляться определенная диалектика противоречий.

Крупные сетевые магазины, осваивая последние, рассчитывают выступить в качестве якорных арендаторов наиболее привлекательных ТРЦ, не до конца оценивая собственный потенциал в части генерирования соответствующего трафика. Фактически мы можем говорить о двух сценариях развития этого тренда. По первому сценарию в региональных ТРЦ будет доминировать крупный формат детской розницы, который ограничит приход сюда более мелких операторов. Это возможно лишь при условии, если крупные сети будут рассматривать регионы как потенциальное направления своего дальнейшего органического роста. По второму сценарию мы имеем менее однородную конкурентную среду, которая будет характеризоваться менее интенсивным развитием в регионах крупных операторов, что усилит конкурентное напряжение в ТРЦ за счет более хаотичного и менее эффективного сосуществования мелких магазинов.

Таким образом, детский ритейл на современном этапе развития фактически входит в общую траекторию развития розничного рынка страны и сетевых форматов дистрибуции, однако имеет свою специфику, которая детерминирована исключительно особенностями рассматриваемого отраслевого рынка [2].

В современный момент все торговые сети на рынке детских товаров, и детских игрушек в частности, декларируют в качестве одной из центральных — стратегию развития в регионах. В русле этого рыночного маневра компании рассматривают различные вариации роста. Так, сеть «Бегемот» делает ставку на развитие формата гипермаркетов в городах-миллионниках, по остаточному принципу «отдавая» малые города своим франчайзинговым партнерам. Компания Lego стратегически сконцентрировалась на городах с численностью населения не менее 500 тыс. человек, рассматривая более мелкие агломерации только в рамках их вероятного точечного освоения. Это обусловлено проблемой более низкого и нестабильного спроса, более жесткой конкуренцией, а также повышенной чувствительностью населения к ценовым флуктуациям.

Данный вектор развития распределительной сети разделяют и другие магазины, представленные до сегодняшнего дня исключительно на московском рынке, но имеющие планы развития в составе перспективного пула арендаторов лучших региональных ТРЦ. У отдельных магазинов такая стратегия построения инфраструктуры каналов продаж не является единственной и дифференцированно используется в отношении продвигаемых ими брендов. Оценивая все сложности и экономическую эффективность региональной экспансии можно констатировать, что изначально более приоритетное направление развития ритейла на рынке детских игрушек представляет собой г. Москва и Московская область. Значительный потенциал рыночного роста в столице сегодня динамично увеличивается новыми территориями Подмосковья, темпы роста которого сегодня значительно опережают московские.

Именно это объясняет тот факт, что наиболее крупные и опытные девелоперы формируют конкурентную среду сто-

личного рынка, в которой они обладают возможностью альтернативного предложения (оптимальный выбор товаров и услуг, в том числе в детском сегменте), способного сдерживать темпы роста и продвижения на этом рынке федеральных сетей. К этому добавляется специфика самого рынка, емкий спрос которого и особенности модели потребительского выбора позволяют генерировать дополнительный поток покупателей.

Прогнозируя и аналитически прорабатывая перспективы дальнейшего развития торгово-сбытовой инфраструктуры в сформировавшихся каналах сбыта на рынке детских игрушек необходимо учитывать, что диверсификация последних в рамках столичного рынка и региональных городов будет проходить под знаком нового эволюционного тренда, меняющего условия конкуренции и сбыта в каждом из этих каналов. В регионах возможны несколько сценариев освоения ТРЦ, которые будут определять различный уровень рыночной устойчивости сбыта и его экономической эффективности, а также стоимостного объема.

В Москве и Московской области мы будем наблюдать завершение фазы развития детского ритейла, когда на один крупный торговый центр приходился один крупный детский магазин. В перспективе детским якорным операторам придется жестко конкурировать в условиях пересекающегося ассортимента, что означает дополнительное конкурентное напряжение в некогда менее насыщенных каналах сбыта столичного рынка детских игрушек.

Как показало проведенное исследование, параметрами, определяющими стратегии развития сетевых торговых операторов в сегменте товаров для детей, выступают размер торговой сети и размер среднего чека.

Тиражирование одноименных стратегий роста детского ритейла между городами-миллионниками многие годы

было детерминировано схожими особенностями построения высокоурбанизированной крупной городской агломерации, в которой динамика спроса, качество развития торговой инфраструктуры (ТЦ/ТРЦ), эволюционный вектор этого развития (ТЦ → ТРЦ) были эквивалентны. Приемлемые условия развития детского ритейла в мегаполисах, который показывал устойчивый рыночный рост и повышательную динамику продаж (быстрое посткризисное восстановление рынков), позволяют говорить о тенденции органического роста торговых сетей в рамках крупных городов. Однако постепенное насыщение этих рынков, не теряющих своей привлекательности и не уступающих потенциальной периферийной локации распределительных сетей ритейлеров, привело к достижению максимального уровня экстенсивного развития на этих территориях. Удержание этих рынков в перспективе потребует маркетинговых и прочих новаций, грамотного менеджмента и сокращения уровня издержек, а главное неминуемо развернет внимание ритейлеров к менее привлекательным, но потенциально более емким региональным рынкам.

Все это позволяет идентифицировать и концептуально обосновывать стратегический микс возможных направлений развития каналов сбыта на рынке детских игрушек. При этом показательным выводом проведенной аналитической проработки рассмотренных стратегий и направлений развития каналов сбыта является перманентная связь между логистикой и маркетингом. Маркетинг, покупательская среда, емкость рынков определяют потенциал роста компаний и их инфраструктурного расширения тогда, когда сама инфраструктура каналов сбыта (ТЦ/ТРЦ) формирует встречный поток требований к организации бизнес-процессов, маркетингу, брендированию, управлению издержками и ассортиментом, уровню торго-

сервисного обслуживания. Эта стратегическая переключка формирует имманентную характеристику современного и будущего развития торгово-сбытовой инфраструктуры логистических каналов распределения продукции на отечественном рынке детских игрушек.

Основная часть сетевых операторов рынка детских игрушек, вероятно, будет развиваться, прежде всего, в Москве и городах-миллионниках, адаптивно перестраивая маркетинг и логистику под изменяющиеся условия конкуренции и трансформирующийся спрос. Сохраняя региональные города в дальнем приоритете, эти компании попытаются максимально долго использовать преимущества этого емкого, но при этом высококонкурентного рынка.

По мере исчерпания этого потенциала в оптику их внимания попадут региональные города с динамично растущим платежеспособным спросом, а также поднимающимся качеством развития торговой инфраструктуры детских сетей в виде ТЦ/ТРЦ.

В качестве маргинальной стратегии роста, приемлемой лишь для ограниченного числа сетей детских товаров, будет рассматриваться стратегия уплотнения и закрепления на уже освоенных рынках. Результирующая логика сформулированных нами выводов и научно-практических рекомендаций в части развития каналов распределения детских игрушек и дальнейшего развития торгово-сбытовой инфраструктуры представлена на рисунке 1.

Проблема состоит и в том, что размытость целевой аудитории (которую точно не составляют дети, а делят ее с взрослыми) не позволяет усиливать маркетинг и через него расширять логистические каналы коммуникационного доступа к потребителю. В современный период эта коммуникация характеризуется определенной спецификой ритейла и потребителя.

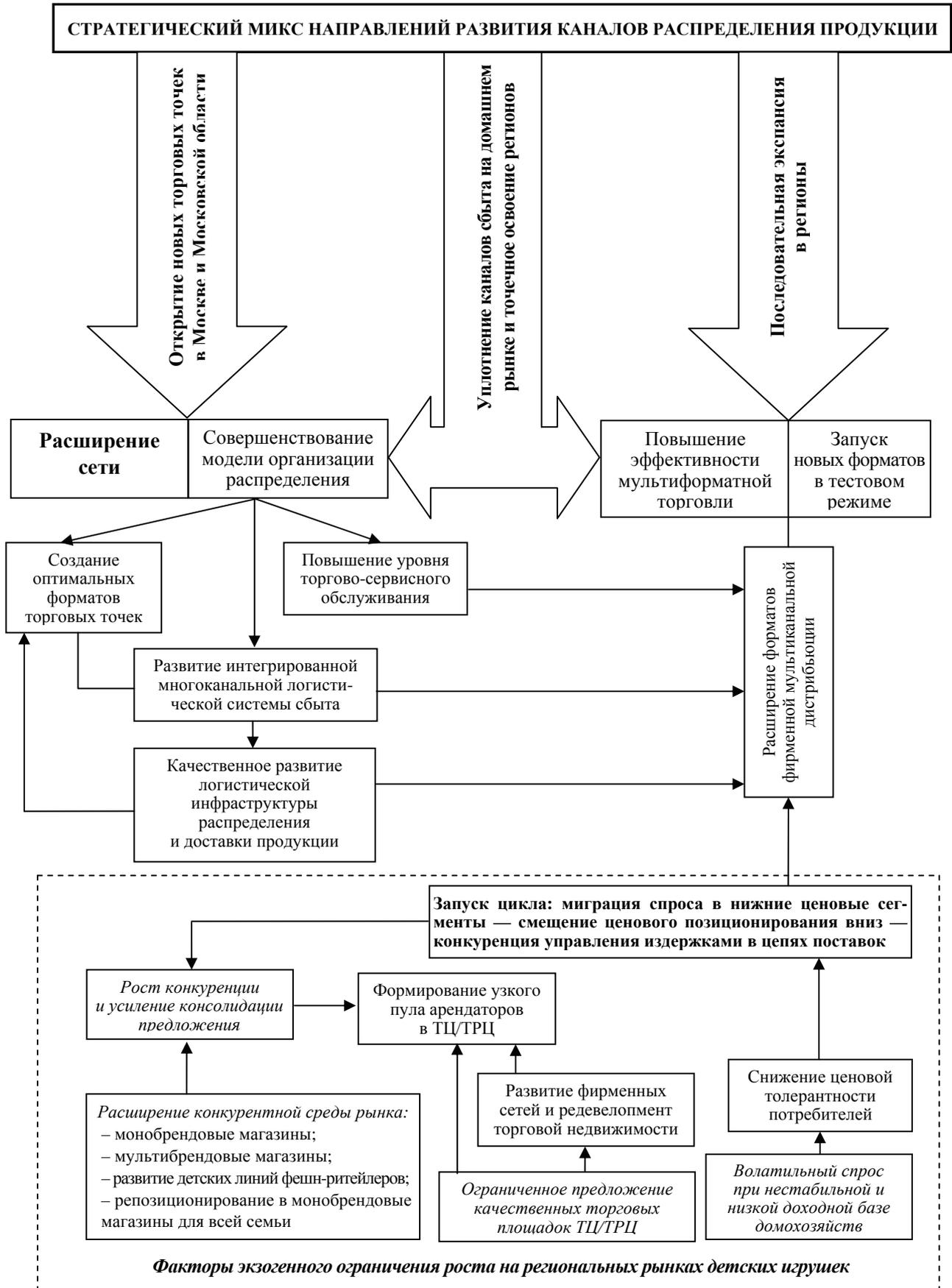


Рисунок 1 — Направления развития каналов распределения продукции на рынке детских товаров в 2013–2015 гг.

В системе торговой дистрибьюции мы наблюдаем увеличение числа брендов, мультиформатность каналов сбыта, высокий уровень капитализации самой розничной торговли, которая стремительно глобализуется. Потребитель существенно расширил свои покупательские предпочтения за счет формирования вокруг себя среды, завязанной на индивидуальный образ и стиль жизни. Современный потребительский рынок отразил этот тренд и предлагает покупателю множество возможностей, которые автоматически корректируют и его мир тоже. Результатирующей этого взаимовлияния выступает, тем не менее, относительно индивидуальный выбор отдельно взятого потребителя, на удовлетворение которого максимально адаптированы (организационно и функционально трансформированы) современные форматы ритейла. Это принципиально отличает современную рыночную механику развития торговой сбытовой инфраструктуры от прежней, менее унифицированной и ориентированной на массовый рынок с более стандартизированным потреблением.

Рост в региональных городах испытывает инерционное торможение со стороны многих факторов, включая дефицит предложения в небольших региональных городах помещений, соответствующих параметру «цена — качество». Именно по этой причине собственники объектов, особенно в городах с населением от 50–70 тыс. человек, будут вынуждены проводить редевелопмент своих проектов и организовывать строительство новых качественных объектов.

Через 3–5 лет перенасыщение крупных городов вынудит сети прибегнуть к стратегии закрытия незанятых рынков, разворачиваясь в сторону более приоритетных городов и регионов, где они еще не представлены. Обратим внимание на то, что определенный потенциал развития открывает сам факт появления нового оператора, который,

безусловно, должен быть подкреплён соответствующими расчетами. В свою очередь, в этой фазе развития запуск пилотных проектов строительства качественных, с правильной концепцией ТЦ позволит стимулировать развитие конкуренции и привлечь в небольшие города федеральные сети, которые выступят в качестве потенциальных якорей детского ритейла.

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

Сегмент детских товаров на розничном рынке, в отличие от всех остальных секторов, выделяется практически полным отсутствием брендов, массово распространенных в ритейле. Специфической характерной чертой детского сегмента, который растет в целом достаточно динамично и концентрирует в себе множество операторов этого рынка, является низкий уровень брендируемости предложения (Lego, Mattel, Disney и несколько других). При этом сетевая дистрибьюция на рынке инфраструктурно представлена ограниченным числом форматов, в структуре которых крайне незначительна доля больших магазинов и дискаунтеров.

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

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

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

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

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

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

Даже при короткой логистике ввиду удорожания стоимости рабочей силы отечественные компании не в состоянии предложить низкую цену при сохранении адекватного качества продукции. Разра-

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

Все это позволяет положительно оценивать перспективы развития сбыта на данном рынке, который имеет высокий потенциал роста, имплицитно отображенный в сохраняющейся фрагментарности рынка. То есть на рынке сформировался отложенный спрос, а также имеет место преобладающий спрос, локализованный в различных ценовых сегментах, особенно нижнем. Индикатором этого является сохраняющийся открытый рыночный формат (вещевые рынки), медленно «отдающий» все большую часть

выручки цивилизованной мультиформатной дистрибьюции. Это позволяет заключить, что сдвиг ценового позиционирования вверх на рынке в перспективе не будет резким по причине сохраняющейся ограниченности платежеспособного спроса. Поскольку в близлежащей перспективе не просматриваются фундаментальные предпосылки для изменения соотношения в структуре спроса в сторону более дорогой продукции, мультиканальная дистрибьюция, перераспределяя потоки покупателей с открытых рынков в свою пользу, должна более активно развивать недорогие форматы продаж.

Библиографический список

1. **Андреева, Е.** Развитие терминально-складской инфраструктуры Ростовской области [Текст] / Е. Андреева // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — № 3. — С. 23–29.

2. Перспективы развития рынка сетей магазинов детских товаров [Текст] // По данным аналитического отчета исследовательской компании GVA Sawyer. — 2012. — Июнь. — С. 2–3.

3. **Чайка, А.** Эмпирические особенности современного синтеза рыночной инфраструктуры: логистический аспект [Текст] / А. Чайка, О. Маркитантов // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития : материалы междунар. науч.-практ. конф. (29 декабря 2011 г.) : в 2-х т. / Отв. ред. А. А. Горохов ; Юго-Зап. гос. ун-т. — Курск, 2011. — Т. 2.

пект [Текст] / А. Чайка, О. Маркитантов // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития : материалы междунар. науч.-практ. конф. (29 декабря 2011 г.) : в 2-х т. / Отв. ред. А. А. Горохов ; Юго-Зап. гос. ун-т. — Курск, 2011. — Т. 2.

Bibliographical list

1. **Andreeva, E.** Development of Terminal and Storage Infrastructure Rostov Region [Text] / E. Andreeva // Vestnik of Rostov State University of Economics (RSUE). — 2013. — № 3. — P. 23–29.

2. Market Prospects of Children's Goods Store Networks [Text] // According to the Analytical Report, the Research Company GVA Sawyer. — 2012. — June. — P. 2–3.

3. **Chaika, A.** Empirical Features of the Modern Synthesis of Market Infrastructure: Logistics Aspect [Text] / A. Chaika, O. Markitantov // Study of Innovative Potential of Society and the Formation of Strategic Directions of its Development : Materials of International Scientific-Practical Conference (2011, December, 29) : in 2 vol. / ed. by A. A. Gorokhov ; South-West. State University. — Kursk, 2011. — T. 2.

О. М. Пушкарь

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ЯИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ: ЛОГИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация

В статье проводится корреляционно-регрессионный анализ структуры производственной себестоимости яичной продукции на крупной птицефабрике яичного направления Ростовской области, оценка результатов которого позволяет обосновать возможности повышения финансовой эффективности сбыта на основе формирования конкурентного предложения в сформировавшихся каналах реализации продукции региона.

Ключевые слова

Яичная продукция, финансовая деятельность, рентабельность, себестоимость производства, реализация продукции, издержки обращения.

ECONOMETRIC ANALYSIS OF THE FACTORS OF PRODUCTION AND FINANCIAL PERFORMANCE OF EGG PRODUCTS: LOGISTICAL ASPECTS

Annotation

In the article conducted correlation and regression analysis of the structure of production costs of egg production on a large poultry farm egg direction of Rostov region, which allows the evaluation of the results justify the possibility of increasing the efficiency of the financial markets on the basis of competitive proposals in established sales channels in the region.

Keywords

Egg products, financial services, profitability, cost of production, sales, distribution costs.

В современный период важнейшим фактором рыночного успеха любого сельскохозяйственного предприятия является эффективная организация сбыта продукции. Данный процесс определяется, в свою очередь, возможностью снижения себестоимости сельскохозяйственной продукции, повышения ее качества, а также формированием оптимальных параметров логистики в части товароснабжения основных покупателей на рынке [1].

В связи с этим проведем корреляционно-регрессионный анализ структуры производственной себестоимости яичной продукции наиболее крупной птицефабрики Ростовской области — Таганрогской птицефабрики.

Использование аппарата эконометрического анализа позволит не просто оценить структуру производственной себестоимости яичной продукции, но и в динамике учесть, каким образом

происходит изменение отдельных ее стоимостных составляющих [5].

Результаты корреляционно-регрессионного анализа в логистике служат действенным инструментом планирования и прогнозирования производственной деятельности, что приобретает особую актуальность в условиях рынка. Ужесточение конкуренции, как ценовой, так и неценовой, попытки сформировать ее дополнительные конкурентные преимущества требуют расширения аналитического и управленческого видения возможностей умножения экономического потенциала агропроизводства.

В качестве модели объема производства яиц нами принята модель множественной регрессии $y = x\beta + \varepsilon$.

Для отбора влияющих факторов необходимо рассчитать корреляционную матрицу показателей, для чего построим таблицы 1 и 2.

Таблица 1 — Корреляционная матрица показателей себестоимости производства яичной продукции на Таганрогской птицефабрике

Год	Кол-во шт. яиц, y	Корма, x^1	Зарплата, x^2	Текущий ремонт и износ ОС, x^3	Ветобслуживание, водоснабжение, теплоснабжение, x^4
2006	190194690	147723968	10620750	23059577	3329745
2007	207782370	222303778	11485879	16103856	3187503
2008	190457200	167426442	10054176	19161182	3416164
2009	205469000	182552365	10273209	20251817	2516535
2010	209130200	193265121	11012106	21863125	2715233
2011	210362000	199652031	11095203	20652061	2793065
2012	216203010	209652031	11210302	21501023	2893258

В рамках данных таблиц численно рассчитаем корреляционную матрицу переменных y , x^1 , x^2 , x^3 , x^4 , x^5 , x^6 , x^7 ,

x^8 , формирующих общую производственную себестоимость яичной продукции (табл. 2).

Таблица 2 — Корреляционная матрица показателей себестоимости производства яичной продукции на Таганрогской птицефабрике

Год	Электроэнергия, x^5	Падеж птицы, x^6	Общехозяйственные расходы, x^7	Яйцо на сортировку, x^8
2006	3658857	3932044	32799424	11270012
2007	4105831	4142200	42696798	12145953
2008	4447993	6500790	30084031	13140714
2009	5529945	7766255	37936418	18283610
2010	6120352	6805798	40236420	20362042
2011	6826501	6903958	41065921	21658315
2012	7121345	7012421	42124574	22953151

Анализ представленных в таблицах 1 и 2 матриц попарных корреляций позволяет заключить, что влияние переменных x^2 (зарплата), x^3 (текущий ремонт и износ основных средств) и x^6

(падежа птицы) на зависимую величину y является незначительным. Исключив эти иррелевантные переменные из модели, получим следующую корреляционную матрицу (табл. 3).

Таблица 3 — Корреляционная матрица переменных y , x^1 , x^4 , x^5 , x^7 , x^8

	y	x^1	x^4	x^5	x^7	x^8
y	1					
x^1	0,847072	1				
x^4	-0,75829	-0,35184	1			
x^5	0,722544	0,376662	0,58483	1		
x^7	0,950283	0,884128	0,58837	0,503422	1	
x^8	0,723662	0,334254	0,84388	0,99097	0,502946	1

По значениям клеток (x^1, x^7) , (x^4, x^8) , (x^5, x^8) делаем вывод об автокорреляции переменных. Учитывая этот факт, построим две эконометрических модели, соответствующие зависимости y от

x^1 , x^4 , x^5 и зависимости y от x^7 , x^8 . Исходные данные для эконометрических моделей и корреляционные матрицы представлены в таблицах 4–7.

Таблица 4 — Исходные данные для эконометрической модели зависимости y от x^1 , x^4 , x^5

Год	Кол-во тыс. шт., y	Корма, x^1	Ветобслуживание, водоснабжение, теплоснабжение, x^4	Электроэнергия, x^5
2006	190194690	147723968	3329745	3658857
2007	207782370	222303778	3187503	4105831
2008	190457200	167426442	3416164	4447993
2009	205469000	182552365	2516535	5529945
2010	209130200	193265121	2715233	6120352
2011	210362000	199652031	2793065	6826501
2012	216203010	209652031	2893258	7121345

Таблица 5 — Корреляционная матрица переменных y, x^1, x^4, x^5

	y	x^1	x^4	x^5
y	1			
x^1	0,847072	1		
x^4	-0,75829	-0,35184	1	
x^5	0,722544	0,376662	0,58483	1

Результаты оценки коэффициентов уравнения регрессии показывают корректную статистически значимую зависимость количества производства яиц от

затрат на корма, ветобслуживание, водоснабжение, теплоснабжение и электроэнергию. Корреляционно-регрессионное уравнение имеет следующий вид:

$$y = 183725329 - 0,2318x^1 - 10,2936x^4 + 1,2327x^5.$$

Коэффициент детерминации для этого уравнения равен 0,96923889, что

свидетельствует о хорошем качестве подбора уравнения регрессии.

Таблица 6 — Исходные данные для эконометрической модели зависимости y от x^7, x^8

Год	Кол-во тыс. шт., y	Общехозяйственные расходы, x^7	Яйцо на сортировку, x^8
2006	190194690	32799424	11270012
2007	207782370	42696798	12145953
2008	190457200	30084031	13140714
2009	205469000	37936418	18283610
2010	209130200	40236420	20362042
2011	210362000	41065921	21658315
2012	216203010	42124574	22953151

Таблица 7 — Корреляционная матрица переменных y, x^7, x^8

	y	x^7	x^8
y	1		
x^7	0,950289	1	
x^8	0,723646	0,502946	1

На основе полученных нами результатов регрессионного анализа уравнение имеет следующий вид:

$$y = 136002693 + 1,4730739x^7 + 0,6835004x^8.$$

Для полученного уравнения показатель детерминации $D = R^2$, фиксирующий долю объясненной вариации результативного признака за счет рассматриваемых в регрессии факторов, равен 0,98.

Построим эконометрическую модель себестоимости продукции. Особое место в управлении на принципах логистики производственного предприятия птицеводческой отрасли отводится оп-

тимизации себестоимости готовой продукции.

Перейдем к рассмотрению себестоимости продукции как зависимой величины от определенных статей расходов и проанализируем результат. Для построения модели нами были выбраны те переменные факторы, которые являются управляемыми переменными для службы логистики при оптимизации производственных процессов, а именно:

x^1 — процент затрат на общехозяйственные и прочие расходы на 1000 шт. яиц, в который включены выплаты по заработной плате руководящего состава, бухгалтерии и зоотехнической службы, а также обслуживание автотранспорта;

x^2 — процент затрат на корма из расчета на 1000 шт. яиц;

x^3 — процент затрат из расчета на 1000 шт. яиц, включающих в себя сле-

дующие статьи: текущий ремонт оборудования, разница в цене по выращиванию птицы, сортировка и упаковка продукции.

В качестве результативного показателя у принята себестоимость 1000 шт. яиц. Используя имеющиеся исходные данные и просчитав среднегодовую себестоимость яйца, получим следующие результаты (табл. 8).

Таблица 8 — Анализ себестоимости яичной продукции и определяющих ее факторов

Год	y	x^1	x^2	x^3
2005	1405,5	13,5	51,02	22,3
2006	1550,2	12,2	52,3	23,5
2007	1681,04	11,1	49,2	27,2
2008	1781,86	13	55,9	28,9
2009	1922,05	11,9	51,6	31,9
2010	2013,55	12,6	51	33,2
2011	2121,05	13,2	55	33,8
2012	2370,25	14	55,09	34,1

Используя исходные данные, рассчитаем искомую корреляционную матрицу (табл. 9).

Таблица 9 — Результирующая корреляционная матрица переменных

	y	x^1	x^2	x^3
y	1			
x^1	0,759548	1		
x^2	0,804007	0,679855	1	
x^3	0,823701	0,214824	0,41356	1

Уравнение регрессии будет иметь следующий вид:

$$y = -3661,86 + 11,64x^1 + 89x^2 + 19,34x^3.$$

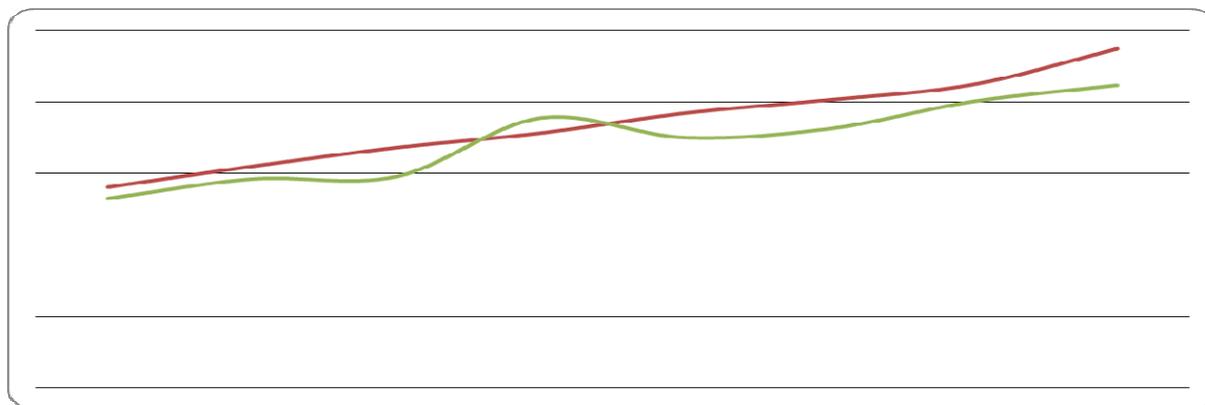


Рисунок 1 — Фактические (y) и расчетные (\hat{y}) значения себестоимости яичной продукции

На основе полученных результатов регрессионного анализа можно сделать вывод о том, что снижение затрат на общехозяйственные и прочие расходы на 1 % из расчета на 1000 шт. яиц ведет к сокращению себестоимости 1000 шт. яиц на 11,64 руб. Снижение затрат на корма на 1 % приводит к понижению себестоимости 1000 шт. на 89 руб.

Таким образом, потенциал управления расходами на непосредственное производство яичной продукции является намного более значительным, чем оптимизация затрат, связанных с организацией и осуществлением реализации продукции.

По мере завершения процесса институционализации каналов товароснабжения рынка сельскохозяйственной продукции, основной ресурс усиления конкурентного роста агропроизводства яичного направления будет формировать производственная база отдельно взятого предприятия.

В настоящее время консолидация торгового капитала в сфере товарного обращения ведет к углублению асимметрии переговорных позиций торгового бизнеса и сельхозтоваропроизводителей, которая будет характеризоваться усилением структурно-определенной власти торговых сетей [2, 4]. В этих условиях птицефабрики должны наращивать производственные мощности и совершенствовать технологии производства яичной продукции.

Можно констатировать, что в процессе совершенствования работы на птицефабрике службой логистики должны разрабатываться преимущественно оптимизационные модели, оказывающие особое влияние на виды деятельности, включенные в факторы x^1 , x^2 рассмотренной регрессионной модели.

Усиление управленческого акцента на производство яичной продукции должно сопровождаться рыночно ориентированной трансформацией задач товарной политики, включая поддержа-

ние определенного ассортимента с точки зрения как текущей рыночной конъюнктуры (структура потребления и конкурентное предложение на рынке), так и долгосрочных целей развития бизнеса.

Изменение продукта может быть связано с изменением его характеристик, а также уровня присутствия на рынке. Все это должно поддерживаться адаптивными решениями в области производства (расширение, сохранение, устранение), а также логистики (упаковка товара, сервис и послепродажное обслуживание). Синергетическая связка этих решений обеспечит эффективное рыночное позиционирование продукции, а также стимулирование увеличения товарных поставок высокорентабельных позиций (меланж, яйцо пищевое и др.), что не только позволяет повысить рентабельность продаж, но и сформировать предпосылки для закрепления и умножения имидж торговой марки яичной продукции конкретной птицефабрики.

Библиографический список

1. Агропромышленный комплекс России в 2012 г. (экономический обзор) [Текст] // АПК: экономика, управление. — 2013. — № 4. — С. 55–65.
2. **Азимова, Н.** Оптимизация каналов реализации сельхозпродукции [Текст] / Н. Азимова // АПК: экономика, управление. — 2013. — № 2. — С. 83–87.
3. **Колосов, Ю.** Инновационный путь развития АПК Ростовской области [Текст] / Ю. Колосов, Ю. Виноходова // Экономика в АПК. — 2012. — № 3 (19). — С. 33–38.
4. **Магомедов, А.-Н.** Инфраструктура и эффективность товародвижения на рынке мяса и мясopодуктов [Текст] / А.-Н. Магомедов, Н. Пролыгина, Р. Драчев // АПК: экономика, управление. — 2013. — № 5. — С. 31–38.
5. **Чаленко, Р.** Финансовый анализ как инструмент выявления тенденции к банкротству в российской эконо-

мике [Текст] / Р. Чаленко // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — № 3. — С. 147–152.

Bibliographic list

1. Agro-Industrial Complex of Russia in 2012 (Economic Review) [Text] // Agriculture: Economics, Management. — 2013. — № 4. — P. 55–65.

2. **Asimov, N.** Optimization Channels of Agricultural Products [Text] / N. Asimov // Agriculture: Economics, Management. — 2013. — № 2. — P. 83–87.

3. **Kolosov, Yu.** Innovative Way of Development of Agriculture Rostov

Region [Text] / Yu. Kolosov, Yu. Vinokhodova // Economy in Agriculture. — 2012. — № 3 (19). — P. 33–38.

4. **Magomedov, A.-N.** Infrastructure and Efficiency of Goods Movement in the Market of Meat and Meat Products [Text] / A.-N. Magomedov, N. Prolygin, R. Drachov // Agriculture: Economics, Management. — 2013. — № 5. — P. 31–38.

5. **Chalenko, R.** Financial Analysis as a Tool to Identify Trends in Bankruptcy in the Russian Economy [Text] / R. Chalenko // Vestnik of the Rostov State University of Economics (RINH). — 2013. — № 3. — P. 147–152.

С. Н. Резников

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация

В статье рассматриваются основные особенности современного развития цепей поставок в системе мирового товарного обмена. Выделяются фазы эволюционного перехода в их развитии, формирующие устойчивый вектор институциональной трансформации глобальной логистики в направлении формирования региональных цепей поставок.

Ключевые слова

Цепь поставок, торговые потоки, глобальная цепь поставок, региональная цепь поставок.

S. N. Reznikov

INSTITUTIONAL TRANSFORMATION OF GLOBAL LOGISTICS AND FORMATION OF REGIONAL SUPPLY CHAINS: CONCEPTUAL ASPECTS

Annotation

The paper discusses the main features of the modern development of the supply chain in the global commodity exchange. Stand evolutionary transition phase in their development, forming a stable vector of institutional transformation of the global logistics towards the formation of regional supply chains.

Keywords

The supply chain, trade flows, global supply chain, the regional supply chain.

Современное развитие глобальной системы производственно-торговой кооперации в последнее десятилетие происходило под знаком многих ключевых трендов, которые носили и конъюнктурный характер, и отражали фундаментальные пропорции, предпосылки и факторы, фиксирующие новый вектор специализации отдельно взятых экономик.

В период кризиса 2008–2009 гг. многие ученые впервые всерьез и далеко не без оснований заговорили о концепции декаплинга в мировой экономике, которая теоретически объясняла резонность эмпирического разрыва экономических циклов развития Севера и Юга [1].

Однако по прошествии кризиса мы наблюдаем уже процесс институционального закрепления декаплинга, связанный с формированием региональных союзов и более локализованных логистических цепочек создания добавленной стоимости в рамках отдельных торговых блоков. Развитие данного тренда позволяет сделать, как минимум, два вывода.

Во-первых, в новой нарождающейся фазе развития глобального рынка формирование производственно-торговых цепочек будет определяться преимущественно в рамках региональных торговых блоков, рост которых означает завершение процесса глобализации. Интенсивное развитие торговых связей на региональном уровне вызвало своего рода перерождение глобализации мировой экономики в ее регионализацию. Этот тренд был стимулирован новыми стратегическими императивами в организации мирового производства, которое фактически распалось на цепочки, локализованные в отдельных странах. Интеграция этих цепочек на региональном уровне была опосредована увеличением числа договоров о свободной торговле на региональном уровне.

Во-вторых, в контексте уже названной нами концепции *decoupling* в

последние два десятилетия в мировой экономике наблюдается снижение уровня влияния глобальных факторов. Колебания бизнес-цикла в отдельно взятой стране оказались в разной степени детерминированы изменением глобальных и региональных циклов.

Несмотря на повышение синхронизации бизнес-циклов в мире, «влияние глобальных факторов на выпуск заметно снизилось в последние 25 лет — с 13 % до 9 %» [2]. При этом региональный деловой цикл имеет более высокую степень влияния в развитых странах по сравнению с развивающимися.

С нашей точки зрения, такой разворот простимулирует более «локальное» развитие международных производственно-сбытовых цепочек, полный технологический цикл которых будет сконцентрирован — «уплотнен» между сравнительно меньшим числом стран, интегрированных в единый торговый блок. Предвестником эмпирического расширения этого тренда выступает создание еврозоны, которая за прошедшие 10 лет аккумулировала до 75 % торговли всей Европы. В Азии аналогичный процесс торговой интеграции был запущен АСЕАН: торговля внутри региона превысила 55 % оборота всего азиатского рынка. В Северной Америке аналогичная доля в общем объеме внутрирегиональной торговли приходится на внешнеторговый оборот между США, Канадой и Мексикой. Рост товарооборота в рамках таких союзов потребовал упрощения торгового режима, которое было достигнуто через более интенсивное заключение договоров о сотрудничестве.

С точки зрения научного осмысления рассматриваемой нами фактографии и основных факторов развития регионализации в логистической системе глобального товарного обмена важно отметить, что эти тренды были стимулированы имманентными конъюнктурными переходами в состоянии мировой экономи-

ки. Так, в 1970-е гг. экономические циклы развития большинства стран были действительно сильно синхронизированы [4]. Однако нефтяной шок 1970-х гг. и вызванный им рост цен на нефть фактически приостановил глобализацию. Потребность в снижении уровня инфляции заставила развитые экономики переопределить монетарные ориентиры их развития. Не меньший шок был нанесен кризисом 2008–2009 гг., который сформировал новый вектор развития по оси Юг-Юг, аккумулирующей теперь большую часть товарных потоков. В перспективе, скорость неравного восстановления отдельных экономик, сужение экспортных рынков богатого Севера неизбежно вызовут некоторое торможение процессов глобализации, которая не сможет развиваться органично как прежде. Обострение проблем европейского долгового кризиса, государственного долга США формируют риски сокращения поставок на эти экспортные рынки, что в свою очередь автоматически актуализирует проблему оживления внутрирегиональной торговли в Азии.

С точки зрения логистики, рост доли внутрирегиональной торговли в Азии сопровождается ускорением процесса институционализации производственно-торговой инфраструктуры этого региона, образующей цепь поставок с центром в Китае.

Сложность развития данного процесса обусловлена тем, что хвостовая часть этой цепи по-прежнему пока выходит на рынки Европы и США. При существующем потенциале оптимизации существующей конфигурации внутрирегиональной азиатской цепи не менее 60 % внутреннего товарооборота Азии формирует сбыт преимущественно посреднической продукции. Наблюдается устойчивая аллокация звеньев: производство — в Южной Корее или провинции Тайвань; сборка — в Континентальном Китае; конечный сбыт — в Европе и США.

Отсюда, несмотря на всю резонансность и действенность концепции декаплинга в современный момент, ее реализация испытывает инерционное торможение по причине жесткой привязки к крупнейшему для Китая экспортному рынку Европы — его доля составляет 20 % от общего размера экспорта Китая. Перманентное обострение европейского долгового кризиса вызывает замедление экономического роста Китая, что автоматически транслируется по цепочке на многие развивающиеся страны Азии.

Таким образом, в рамках сложившейся модели взаимодействия в цепях поставок Юг-Север более вероятным сценарием дальнейшего развития событий является синхронное ослабление глобального заказчика (Европа и США) и поставщика (Азия).

В контексте проблематики настоящей статьи можно констатировать, что сохранить рыночную устойчивость модели экономического роста Азии с чрезмерной опорой на рынок Европы и США представляется крайне сложным. На наш взгляд, вторая фаза кризиса, связанная с кризисом системы государственных финансов в Европе и США, не позволяет рассматривать их в качестве главных экономических субъектов, кооперация с которыми может обеспечить стабильность поставок.

Единственным вариантом институциональной перестройки данной модели является развитие внутрирегиональной цепи, обеспечивающей рост объема товарооборота внутри развивающихся стран, особенно внутри стран с формирующейся рыночной экономикой.

С этой точки зрения, увеличение товарных поставок между развивающимися странами станет двигателем роста глобальной торговли. Полноценный запуск процесса усиления торговли внутри Азии потребует серьезной активизации потребительского спроса в регионе, ускорения торгового финансирования поставок.

То есть, де-факто мы рассматриваем формирование новой фазы эволюционного роста цепей накопления добавленной стоимости, в которой вектор их географического расширения оказывается замещен полярной ему локализацией производств, замкнутых в менее географически диверсифицированных институционально интегрированных структурах. С нашей точки зрения, развитие данного тренда может сопровождаться рядом положительных эффектов, включая повышение производительности труда через технологическое совершенствование и расширение потенциала долгосрочного промышленного обновления.

Фактически, быстрорастущие экономики Азии, интегрированные ранее в глобальные цепочки поставок, имеют возможность снизить риски их дальнейшей блокировки в низкодходном сегменте глобальной цепочки. Как известно из опыта функционирования последних, трансфер технологий и повышение производительности в них не происходят автоматически. С точки зрения логистики построения цепочек поставок, в них интегрированы не столько страны, сколько филиалы отдельных ТНК. В рамках практики «трансфертного ценообразования» это создает проблему вывода прибыли из промежуточных стран, ослабляя положительный эффект для национальной экономики. В ситуации локализации полного технологического цикла в Азии и формирования паназиатской производственно-торговой цепи, на наш взгляд, экономическая эффективность ее работы и рыночная устойчивость существенно повышаются.

В целом, в рамках научного курса аналитического обобщения рассматриваемых нами трендов мы наблюдаем новый виток эволюционирования глобальных цепей поставок, который открывает возможность теоретической периодизации их развития.

На начальном этапе глобализация международного товарного обмена стимулировала процесс ускоренного роста индустрии развитых стран, в которых активно развивались технологии и высокотехнологичное производство [5]. Представляется интересным осмысление эмпирических особенностей данного тренда в глобальном масштабе, его дифференциации в развитых и развивающихся экономиках. Отметим, что на сегодняшний день рост мировой торговли сопровождается накоплением определенных рисков, основным из которых является формирование новой волны торговых и валютных войн. Этот процесс оказался стимулирован ускорением роста развивающихся экономик, которые более активно участвуют в глобальном товарном обмене и получают новые ресурсы для развития.

На наш взгляд, современный мировой финансово-экономический кризис выступил не более чем катализатором тенденций, которые оказались имманентны современному капитализму и стихийно (без кризиса) формировали регрессионный вектор его развития. Модель поддержки витальной энергии капиталистического развития базировалась на перманентной экспансии в некапиталистическую зону и управляемой трансформации последней в капиталистическую периферию как дополнительной рынок сбыта и источник дешевой рабочей силы. Модель постоянной колониальной экспансии оказалась на современный момент фактически исчерпанной. Изначально она выступала инструментом поддержки социального мира в «ядре» капиталистической системы. Ограничителями рыночной свободы капитала в этом ядре оказались нация-государство и гражданское общество. Их институциональная смычка ускоренно демонтируется с 1970-х гг. В результате современного кризиса этот процесс получил дополнительный мощ-

ный импульс и, на наш взгляд, будет серьезно форсирован в 2010-х гг.

Считаем необходимым констатировать, что современный глобальный рынок продемонстрировал масштабную дисфункцию не только по причине дефектности, положенной в основу роста основных развитых экономик модели. Система дерегулирования мирового рынка привела к повсеместной фиксации рыночных свобод, которые де-факто сузили возможности проведения реальной регуляции экономик с целью поддержания их устойчивости и конкурентоспособности. Логика данного посыла может быть верифицирована сонмом эмпирических примеров. В результате образования еврозоны конкурентоспособность некоторых стран Восточной и Южной Европы оказалась подорвана из-за невозможности использования механизма девальвации валют. Рост других экономик (Германия) был стимулирован именно этой немощностью, а также опережающим темпом снижения заработной платы.

Сегодня рыночное регулирование кросс-курсов валют приводит к их чрезмерному завышению и далее необратимому ослаблению конкурентоспособности национальных обрабатывающих производств. Дифференциация режимов фиксации валютного курса формирует совершенно хаотичную ситуацию с валютами, что оказывается крайне болезненным, например для стран Восточной Европы. В регулировании притока краткосрочного спекулятивного капитала страны с высоким уровнем инфляции не могут использовать механизм снижения процентной ставки, не подорвав конкурентоспособность внутреннего производства [3]. Не умножая примеры и апостериори резюмируя, мы можем констатировать, что современная мировая экономика находится в полном хаосе, ибо испытывает на себе колоссальное воздействие монетарных шоков. В таких условиях неолиберальное

закрепление свободы институционального регулирования превращает последнее в откровенную экономическую схоластику.

Второй этап эволюционирования цепей поставок был связан с ростом развивающихся экономик Юга, которые дистанцировались от развития по пути индустриализации и тривиально встроились в существующие цепочки создания добавленной стоимости. Ввиду ограниченности ресурсной и технологической базы эти страны рассматривали встраивание в глобальные цепочки в качестве базовой стратегии своего развития, фактически не выбирая между участием или неучастием в них.

Третий этап развития цепей поставок, их переструктурирования и изменения географии локализации связан с кризисом 2008–2009 гг., когда разрушение модели экономического роста на Западе дестабилизировало экспортные рынки, ослабив в долгосрочной перспективе возможности «неограниченного» наращивания товарного импорта из Азии.

На наш взгляд, в современный период механика построения цепей поставок, их локализация преимущественно в рамках региональных торговых блоков может существенно изменить их конфигурацию. Этот процесс может сопровождаться сменой принципов трансфертного ценообразования, а также повышением рентабельности функционирования отдельных звеньев, локализованных в более тесно блокирующихся странах.

Эти знаковые, на наш взгляд, эмпирические подвижки неизбежно найдут отражение в концептуальном развитии современной логистики, которая должна максимально точно отрефлексировать переход к новому режиму развития мировой экономики–режиму так называемой региональной глобализации. В этом смысле априори мы можем констатировать, что концепция глобального построения сетевой конфигу-

рации цепей поставок постепенно теряет свою практическую актуальность. Этот тренд устойчиво и неуклонно разрушает процесс развития промышленных центров в Азии и Латинской Америке, сопровождающийся увеличением спроса в этих регионах и созданием региональных цепочек поставок.

В близлежащей перспективе мы, вероятно, будем наблюдать инверсию институциональной структуры глобальной логистики, прежняя форма которой была актуальна лишь при одностороннем перемещении торговых потоков — из Азии к западным потребителям. Рост потребления глобальной продукции в этих регионах будет стимулировать соответствующее размещение центров производства поблизости к рынкам сбыта. Процесс диверсификация «звеньев» глобальных поставок постепенно затронет различные отраслевые рынки, формируя устойчивую конфигурацию региональных цепочек поставок.

Библиографический список

1. **Альбеков, А. У.** Теория экономического роста и цикличности в контексте глобального экономического кризиса [Текст] / А. У. Альбеков, С. Н. Резников // Инфраструктура рынка: проблемы и перспективы : уч. зап. / Рост. гос. эконом. ун-т (РИНХ). — Ростов н/Д, 2011. — Вып. 17.

2. Закат глобализации: региональные союзы затмили мировой рынок [Электронный ресурс] // Официальный портал информационного агентства «Финмаркет». — Режим доступа : <http://finmarket.ru/main/article/3201172> (Дата обращения: 26.10.2013).

3. **Резников, С. Н.** Россия в условиях глобальной трансформации цепей поставок [Текст] / С. Н. Резников // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — № 3. — С. 71–77.

4. Справедливая торговля для всех. Как торговля может содействовать развитию [Текст] : пер. с англ. / Дж. Ю. Стиглиц, Э. Чарлтон. — М. : Весь мир, 2007. — С. 26–29.

5. **Smirnov, S.** Industrial Output and Economic Cycles in the USSR and Russia, 1861–2012 : Working paper WP2/2012/04 [Text] / S. V. Smirnov ; National Research University «Higher School of Economics». — М. : Publishing House of the Higher School of Economics, 2011. — 44–48 p.

Bibliographic list

1. **Albekov, A. U.** Theory of Economic Growth and Recurrence in the Context of the Global Economic Crisis [Text] / A. U. Albekov, S. N. Reznikov // Infrastructure Market: Problems and Prospects : Memoirs / Rostov State University of Economic (RINH). — Rostov-on-Don, 2011. — Issue 17.

2. Sunset Globalization: Regional Alliances Eclipsed the World Market [Electronic resource] // The Official Site of the Information Agency «Finmarket». — Mode of access : <http://finmarket.ru/main/article/3201172> (Date of access: 26.10.2013).

3. **Reznikov, S. N.** Russia in the Global Supply Chain Transformation [Text] / S. N. Reznikov // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2013. — № 3. — P. 71–77.

4. Fair Trade for All. How Trade Can Promote Development [Text] / J. J. Stiglitz, A. Charlton. — М. : The Whole World, 2007. — P. 26–29.

5. **Smirnov, S.** Industrial Output and Economic Cycles in the USSR and Russia, 1861–2012 : Working paper WP2/2012/04 [Text] / S. V. Smirnov ; National Research University «Higher School of Economics». — М. : Publishing House of the Higher School of Economics, 2011. — 44–48 p.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

В. В. Ванюшкина

БРЕНД ВУЗА В РАЗРЕЗЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация

Конструктивную роль в формировании и развитии бренда вуза играют идеи социально-этического, социально ответственного маркетинга. В сфере образовательных услуг объектом управления маркетинга выступает не совокупное решение, а коммуникации между субъектами рынка образовательных услуг. Социально-этическая ценность бренда вуза заключается в обеспечении высшей потребительской ценности и социальной ответственности всех участников внешней и внутренней среды вуза путем формирования в их сознании чувства уважения, восхищения и симпатии, устремления на длительное благополучие.

Ключевые слова

Бренд, социально-этическая концепция маркетинга, высшее профессиональное образование, социальная ценность бренда вуза.

V. V. Vanushkina

UNIVERSITY BRAND IN THE SOCIAL CONTEMPORARY PROBLEMS OF EDUCATION

Annotation

Ideas of socially-ethical, socially responsible marketing play constructive role in the formation and development of the university brand. Unlike communications between market subjects of educational services, the cumulative decision is not the object of marketing management in sphere of educational services. Social and ethical value of the university brand consists in maintenance of the higher consumer value and the social responsibility of all participants of the external and internal environment of the university by formation in their consciousness such feelings as respect, admiration and sympathy, aspiration on long wellbeing.

Keywords

Brand, social and ethical marketing concept, the higher professional education, the social value of the university brand.

В сфере услуг отрасль «образование» и ее важнейшая подотрасль «высшее профессиональное образование» зачастую рассматриваются в отрыве от нужд и потребностей трансформируемой российской экономики, что не соответствует реалиям социально-экономического развития страны. Общественная значимость сферы образовательной деятельности несколько не

меньшая, чем значимость материального производства и торговли. Вместе с тем воздействие образования на развитие различных отраслей российской экономики и других сфер деятельности не вызывает сомнения.

В настоящее время идет реформа высшего профессионального образования, которая является одним из главных направлений социальной политики го-

сударства. В Указе Президента РФ от 12.05.2009 № 537 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г.» говорится: «Решение задач национальной безопасности в сфере науки, технологий и образования в среднесрочной и долгосрочной перспективе достигается путем:

- создания сети федеральных университетов, национальных исследовательских университетов, обеспечивающих в рамках кооперационных связей подготовку специалистов для работы в сфере науки и образования, разработки конкурентоспособных технологий и образцов наукоемкой продукции, организации наукоемкого производства;
- реализации программ создания учебных заведений, ориентированных на подготовку кадров для нужд регионального развития, органов и сил обеспечения национальной безопасности;
- обеспечения участия российских научных и научно-образовательных организаций в глобальных технологических и исследовательских проектах с учетом конъюнктуры рынка интеллектуальной собственности».

Правительство РФ стремится сделать вузовскую систему способной по качеству научно-образовательных услуг конкурировать с ведущими университетами мира. Россия все интенсивнее внедряется в международные экономические процессы. Поддержка и развитие собственных брендов позволяет российским оферентам-продавцам, заявляющим о своем желании продать товар, услуги на определенных условиях, участвовать в конкурентной борьбе не только на внутреннем, но и на международных рынках.

Брендинг в высших учебных заведениях отражает интеграцию товарной и социальной составляющих по созданию долгосрочного потребительского предпочтения к определенному продукту (услуге). Важно отметить, что вузы реализуют целевые установки, обеспе-

чивающие определенную пользу, выгоду, создаваемую для общества в целом. Эта польза называется социальным эффектом. Традиционно этот результат деятельности вуза, не связанный с получением прибыли и направленный на благо общества или отдельных групп населения, выражается в повышении уровня образования населения, развитии интеллектуального и культурного уровня граждан, способствует удовлетворению потребности в самореализации и самоудовлетворению личности.

Достижение социального эффекта может проявляться по-разному. Высшее учебное заведение предлагает потребителям в качестве своих продуктов учебные специальности, специализации, программы и образовательные услуги. Ответная реакция абитуриентов (потребителей) выражается в количестве поданных заявлений, а социальный эффект — в количестве поступивших на «актуальные» для общества специальности, включая качество обучения и качество выпускаемых специалистов. Некоммерческий продукт вуза не связан с получением прибыли и предназначен для некоммерческого обмена. При этом некоммерческий продукт вуза аналогично товару или услуге, производимой в процессе коммерческой деятельности, имеет определенные характеристики (ассортимент, качество, конкурентоспособность). Поэтому в своей маркетинговой деятельности вуз выполняет весь комплекс традиционных маркетинговых функций, включая организацию маркетинговых коммуникаций (рекламу, стимулирование, пропаганду, брендинг и др.).

Исследуя бренд вуза в разрезе идей социально-этической концепции маркетинга, необходимо исходить из теоретико-методологических положений классического маркетинга. Генезис терминологической, содержательной сущности маркетинга и брендинга как его составной части связан с формированием и развитием рыночных отноше-

ний, обострением конкуренции в различных сферах экономики, в том числе и в сфере высшего профессионального образования. Изучение научных и практических публикаций по проблеме формирования и продвижения бренда дает основание утверждать, что, несмотря на сравнительно большую историю, многие теоретические проблемы, касающиеся базисных понятий бренда и брендинга, по-прежнему находятся под пристальным вниманием отечественных и зарубежных ученых [1, 2, 3, 4, 5].

Ряд исследователей характеризуют бренд с точки зрения ассоциаций, возникающих в сознании у потребителей. Например, по мнению К. Келлера, «бренд — набор ассоциаций, возникающих в сознании у потребителей, которые добавляют воспринимаемую ценность к товару или услуге» [3, с. 28]. Некоторые авторы связывают бренд с неосязаемыми свойствами продукта, влияющими на потребителя. Так, Д. Капферер отмечает: «бренд — название, обладающее силой влияния на покупателей» [4, с. 22].

Необходимо отметить, что в современной научной литературе определение сущности маркетинга становится значительно шире, чем первоначальное его рыночное толкование. Не углубляясь в исторический экскурс — генезис сущности маркетинга достаточно подробно изложен в трудах российских и зарубежных ученых, отметим лишь то, что в настоящее время все больше внимания уделяется социально-этическим аспектам маркетинга [2, с. 61–75].

В последние годы маркетинг как философия и инструментарий предпринимательства продолжает свое эволюционное развитие. Теоретические, методологические и методические основы маркетинга разрабатываются учеными и практиками крупных научных школ ведущих университетов. Познание глубинного смысла маркетинга постоянно сопровождаются изменением концеп-

ций его развития, методов, приемов и сфер применения.

Выделим главные рубежи перехода маркетинговых концепций из одного качественного состояния в другое, более совершенное, поскольку определение таких рубежей необходимо для понимания особенностей формирования и продвижения бренда вуза.

Начало формирования концептуальных идей маркетинга, как правило, связывают с проблемами, возникшими в сбытовой деятельности, когда кризис перепроизводства товаров потребовал изучения конъюнктуры рынка, исследования потребностей потребителей и поставил промышленные предприятия перед необходимостью производить то, что продается, а не то, что уже произведено. На первоначальном этапе своего развития маркетинговые концепции носили сугубо прикладной характер и в большинстве случаев рассматривались как управленческие функции в области сбыта. Результатом реализации этих теорий стало создание на крупных предприятиях новых подразделений, занимающихся исследованием рынка и появление принципиально новых методик, используемых при проведении маркетинговых исследований потребителей, товаров, конкурентов.

В истории развития маркетинга важную роль сыграла и распределительная концепция, вобравшая в себя идеи, связанные, прежде всего, с необходимостью анализа товародвижения. Акцент этой концепции на товародвижение проявляется в развитии таких функций маркетинга, как изучение конъюнктуры рынка, планирование товародвижения, организация рекламы и др.

Понимание маркетинга как рыночной концепции управления связано с созданием в промышленно развитых странах новой системы регулирования производственно-сбытовых процессов, и обусловлено значительным увеличением товаров, объем производства ко-

торых, на определенном историческом этапе существенно превышал спрос. Это стало импульсом дальнейшего развития теоретических основ и методического обеспечения маркетинга. В результате эволюции этой концепции маркетинг стал направлять экономику на удовлетворение множества потребностей потребителей.

80-е гг. XX столетия ознаменовались появлением концепции социально-этического, или социально ответственного маркетинга. Это концепция наряду с удовлетворением потребностей потребителей в качестве ведущей идеи рассматривает проблемы ресурсосбережения, социально-этические стороны жизнедеятельности человека, охрану окружающей среды.

В последние годы происходящие процессы глобализации мировой экономики создали определенные предпосылки для развития принципиально новых маркетинговых концепций, среди них — маркетинг взаимодействия и маркетинг влияния. Концепция маркетинга взаимодействия базируется на идеях партнерства, сотрудничества субъектов рыночных отношений и дополняет маркетинговый инструментарий социально-этического воздействия методами координации, интеграции, сетевого анализа, многоуровневыми коммуникационными моделями. Продукт маркетинга взаимодействия — влияние. Сила маркетинга взаимодействия в том, что он применяет системно организованную энергию влияния, которая может носить как положительный, так и отрицательный характер. С ее помощью в сознание потребителей осуществляется внедрение того или иного сенсорного образа. То есть влияние маркетинга может осуществляться как во благо, так и во вред. В связи с этим конструктивную роль в формировании и развитии бренда вуза играют идеи социально-этического, социально ответственного маркетинга.

Обусловлено это тем, что именно в сфере образовательных услуг объектом управления маркетинга выступает не совокупное решение, а коммуникации между субъектами рынка образовательных услуг. Отношения (коммуникации) становятся важнейшим ресурсом образовательного учреждения наряду с материальными, финансовыми, трудовыми, информационными и другими ресурсами. И формироваться эти отношения должны на социально-этической основе. Исходя из этого, целесообразно рассматривать бренд как совокупность суждений, общих как для внутренней, так и для внешней среды вуза, результат восприятия отдельными индивидами потока визуальной, текстовой и фактографической информации о вузе.

С точки зрения социально-этического потенциала в образовательной сфере важную роль играет психико-эмоциональный срез бренда. В этом случае бренд включает в себя два компонента: познавательный и эмоциональный. Бренды не существуют вне времени. Для того чтобы набрать популярность, а также чтобы удержать ее, вузам необходимо формировать и поддерживать ценность бренда. При этом бренды с историческим наследием вызывают эмоциональные реакции, рождающие чувства доверия и уважения. Бренд благодаря своим отличительным свойствам приобретает в глазах потребителей дополнительную полезность, становится символом ценности.

Процесс формирования комплексной ценности бренда представляет трехуровневую структуру.

Первый уровень обусловлен пониманием абитуриентом социальной ценности при выборе вуза, учетом этой ценности работодателем при приеме выпускника вуза на работу, приоритетом социальных характеристик над «денежной» оценкой выпускника-специалиста.

Социальная ценность бренда вуза заключается в обеспечении высшей потребительской ценности и социальной ответственности всех участников внешней и внутренней среды вуза путем формирования в их сознании чувства уважения, восхищения и симпатии, устремления на длительное благополучие, что, в конечном итоге, приведет к повышению интеллектуального потенциала общества.

В социальную ценность бренда вуза входят:

- исторические ценности;
- легенды, связанные с вузом;
- социальные программы образования;
- выдающиеся личности, закончившие вуз.

Второй уровень. Анализ восприятия потребительской ценности бренда абитуриентами по показателям осведомленности, отношения, воспринимаемого качества и лояльности. Абитуриент должен быть осведомлен обо всей внутренней и внешней среде вуза, иметь положительное мнение о вузе, быть уверенным в том, что получит качественное образование и будет востребован на рынке труда.

Проведение анализа потребительской ценности позволит определить слабые стороны программы продвижения бренда и в дальнейшем сделать упор на выявленные недостатки при составлении коммуникационной программы.

Третий уровень. На третьем уровне обеспечивается долгосрочная ценность бренда как симбиоз его рыночных и социальных параметров через мониторинг динамики общественного мнения о вузе.

С помощью определенных показателей, выявленных путем мониторинга, можно сформировать долгосрочную ценность бренда. Сформировать имидж вуза в глазах общественности можно с помощью их носителей: сотрудников, студентов, выпускников.

Принятие абитуриентом решения о выборе вуза ускорит и грамотно структурированный фирменный стиль вуза, к которому можно отнести современные аудитории, оборудование, библиотеку, столовую, внешний вид сотрудников верхнего, среднего и низшего звена, единообразие во всех рыночных атрибутах бренда.

Предоставляемые образовательные услуги должны быть востребованы рынком труда, для этого вуз должен обеспечивать своевременное совершенствование качества учебного и воспитательного процесса. Взаимоотношение с внешней средой должно быть достигнуто путем информирования общества и потенциальных потребителей о мероприятиях, достижениях и работе вуза.

Процесс трудоустройства проходит посредством мониторинга выпускников для дальнейшего сотрудничества, содействия в трудоустройстве выпускников, сотрудничества с кадровыми агентствами, совместными социальными проектами.

Бренд как общественное мнение нередко бывает решающим при оценке вуза и его выпускников (при поступлении их на работу). В то же время каждый выпускник должен считаться (соответствовать) этому общественному мнению. Именно эту линию должен проводить социально-этический маркетинг и брендинг как составная часть этой концепции, т. е. не порочить доброе имя вуза, которое завоевано трудом многих тысяч людей (профессорско-преподавательского состава, выпускников).

Внутривузовская культура представляет собой совокупность социально-этических норм и правил, определяющих внутренний климат вуза. Внутривузовской культуре должна отводиться особая роль, поскольку она призвана выполнять важные социальные функции, удовлетворяя особые общественные потребности. Отсюда задача вуза — работать над сво-

им имиджем и соответствовать, отстаивать свое доброе имя, поддерживать постоянно свой бренд. Это элемент внутрикорпоративного маркетинга, нацеленный на коллектив студентов, профессорско-преподавательского состава и всех работников вуза.

Библиографический список

1. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г. : Указ Президента РФ [№ 537 от 12.05.2009].

2. **Аакер, Д.** Создание сильных брендов [Текст]: пер. с англ. / Д. Аакер. — 2-е изд. — М. : Издательский дом Гребенникова, 2008. — 440 с.

3. **Афанасенко, И. Д.** Мышление и маркетинговая концепция влияния [Текст]: моногр. / И. Д. Афанасенко // Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегии. Эффективность. — СПб. : изд-во СПбГУЭФ, 2009. — 672 с. — С. 61–75.

4. **Келлер, К. Л.** Стратегический бренд менеджмент: Создание, оценка и управление марочным капиталом [Текст]: пер. с англ. / К. Л. Келлер. — 2-е изд. — М. : СПб. : Вильямс, 2005. — 704 с.

5. **Капферер, Ж.-Н.** Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда [Текст]: пер. с англ. / Ж.-Н. Капферер. — М. : Вершина, 2006. — 448 с.

6. **Домнин, В. Н.** Брендинг. Новые технологии в России. Новая иден-

тичность в эпоху глобальных маркетинговых коммуникаций [Текст] / В. Н. Домнин. — изд. 2-е, испр., доп. — СПб. : Питер, 2004. — 381 с.

Bibliographic list

1. About the National Security Strategy of the Russian Federation until 2020 : Presidential Decree [from 12.05.2009 № 537].

2. **Aaker, D.** Building Strong Brands [Text] / A. Aaker. — 2nd ed. — M. : Publishing House of Grebennikov, 2008. — 440 p.

3. **Afanassenko, I. D.** Thinking and Marketing Concept of the Impact [Text] : monograph / I. D. Afanassenko // Marketing interaction. Concept. Strategy. Efficiency. — St. Petersburg : Publishing house of StPSUEF, 2009. — 672 p. — P. 61–75.

4. **Keller, K. L.** Strategic Brand Management: Creating, Assessment and Management of Branded Capital [Text] / K. L. Keller. — 2nd ed. — M. : St. Petersburg : Williams, 2005. — 704 p.

5. **Kapferer, Zh.-N.** Brand Forever: the Creation, Development, Support of Values of the Brand [Text] / Zh.-N. Kapferer. — M. : Vershina, 2006. — 448 p.

6. **Domnin, V. N.** Branding. New Technologies in Russia. The New Identity is in an Era of Global Marketing Communications [Text] / V. N. Domnin. — 2nd ed., rev., ext. — St. Petersburg : Peter, 2004. — 381 p.

К. В. Гринченко, Т. Б. Ерохина

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ — УНИКАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ XX ВЕКА

Аннотация

Статья посвящена новой коммуникационной концепции маркетинга — интегрированным маркетинговым коммуникациям. Проанализированы и описаны характерные особенности инструментов маркетинговых коммуникаций в составе интегрированных маркетинговых коммуникаций, выделены их основные особенности.

Ключевые слова

Коммуникационная концепция, интегрированные маркетинговые коммуникации, инструменты маркетинговых коммуникаций.

К. V. Grinchenko, T. B. Erokhina

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS — A UNIQUE COMMUNICATION TECHNOLOGY XX CENTURY

Annotation

The article is devoted to the new communication concept marketing — integrated marketing communications. Are analyzed and described the characteristic features of the tools of marketing communications in the structure of the integrated marketing communications, identifies the main features of the integrated marketing communications.

Keywords

Communication concept, integrated marketing communications, marketing communications tools.

В конце XX века система маркетинговых коммуникаций приобретает новое уникальное направление в маркетинге продвижения. Это направление Д. Шульц, С. Танненбаум и Р. Лаутерборн назвали новой парадигмой маркетинга — интегрированными маркетинговыми коммуникациями (ИМК) (в английском языке — Integrated Marketing Communications(ИМС)).

Традиционный маркетинг реализовывался вместе с развитием производства, массовости, сбыта продукции, но с начала 1990-х гг. маркетинг меняется: он становится индивидуализированным, думающим о своем потребителе, а не количестве товара для массы потребителей, и в этот период происхо-

дит зарождение интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Интегрированные маркетинговые коммуникации — новая система коммуникационного маркетинга, которая образовалась в ходе развития экономической действительности в конце XX века, именно ей предвещают лидирующую позицию на ближайшие двадцать пять лет. Многие специалисты в области маркетинга и коммуникаций считают, что ИМК — уникальное и эффективное средство для решения маркетинговых проблем, например: незапланированных расходов бюджета, небольшой и нерастущей прибыли, незапоминаемости и нерентабельности компании, невысокой лояльности товара и др.

По мнению Е. А. Сотниковой, становление ИМК стало одним из наиболее ярких примеров развития маркетинга. Оно повлияло на способ мышления и действия не только компаний, но и властных структур, государственных предприятий и политических партий — всех субъектов, которые сталкиваются с реалиями конкурентной борьбы в экономике открытого типа. ИМК перестраивают маркетинговые коммуникации для того, чтобы увидеть их такими, какими они видятся потребителю — как поток информации из единого источника [1, с. 125–123].

Появление ИМК породило новое направление в маркетинге — уникальную модель комплекса продвижения. Основные компоненты маркетинга *mix* *promotion* стали уникально функционировать, а именно: взаимодействовать друг с другом, действовать согласованно и последовательно, взаимодополняя друг друга, т. е. все преимущества и недостатки каждого из них стали уравниваться плюсами и минусами другого. Главная цель маркетинговых коммуникаций под эффектом синергии (интенсивное возрастание результативности объединенных компонентов) осталась прежней — поддержание роста прибыли и увеличение количества продаж компании.

Важно подчеркнуть, что ИМК — это скоординированное объединение инструментов маркетинговых коммуникаций и других комплексных форм продвижения под воздействием эффекта синергии, которая дает комплексно-максимальное коммуникационное воздействие на потребителя для стратегических планов конкретной организации.

В. Л. Музыкант подчеркивает, что принципиальное отличие ИМК от традиционных маркетинговых коммуникаций в том, что они являются не сложением различных установленных дисциплин, а единой многоканальной синхронизированной коммуникацией, ори-

ентированной на установление отношений, желательно двухсторонних, с различными целевыми аудиториями, для каждой из которых выстраивается соответствующая модель. Это отличие отвечает тенденции ко все более дробной, индивидуализированной сегментации рынка [2, с. 832].

Дж. Бернет и С. Мориарти отмечают, что одновременно с ростом общемировой конкуренции, развитием технического прогресса и появлением более информированных покупателей предприятия стали нуждаться в устойчивой приверженности потребителей к своей продукции и в имидже, который мог бы распространяться по всему миру и оказывать максимально сильное воздействие на покупательскую аудиторию. С точки зрения маркетинга это означает, что компании хотели бы добиться более высоких результатов за счет повышения эффективности плана и бюджета маркетинговых коммуникаций [3, с. 571].

Традиционно в системе маркетинговых коммуникаций выделяют следующие компоненты: рекламу, связи с общественностью, или *publicrelations* (PR), прямой маркетинг, или *directmarketing* (DM), личные продажи, или *personalselling* (PS), стимулирование продаж, или *salespromotion* (SP). Также специалисты по маркетингу основной комплекс продвижения дополняют комплексными формами продвижения (выставки, ярмарки, обучение продавцов, спонсорство, упаковка, брендинг и др.).

А. П. Панкрухин является одним из немногих исследователей, которые выделяют такой компонент маркетинговых коммуникаций, как комплексные формы продвижения продукции. При этом другие ученые, например Е. В. Ромат, Е. Б. Кметь, И. М. Синяева, просто перечисляют новые средства маркетинговых коммуникаций, не называя их комплексными и не выделяя

под индивидуальный компонент. А. П. Панкрухин полагает, что комплексные формы продвижения продукции на рынок и содействия продажам решают такие маркетинговые проблемы, как исследование рынка, налаживание обратной связи, заключение сделок, собственно продажи и др. [4, с. 309].

В традиционном продвижении инструменты маркетинговых коммуникаций действуют раздельно друг друга, а в новом направлении маркетинга — ИМК они действуют наоборот согласованно и последовательно, взаимодополняя друг друга, т. е. все преимущества и недостатки каждого из них компенсируются плюсами и минусами другого элемента. Специфическая особенность ИМК заключается в том, что они могут максимально организовывать и развивать свои коммуникации для интенсивного воздействия с положительно эффективным результатом.

Применение интегрированных коммуникаций помогает уменьшить затраты компании, так как они задействуют и применяют все элементы маркетинг-микса. Характерной тенденцией последних десятилетий является значительное расширение спектра применяемых инструментов маркетинговых коммуникаций как под воздействием изменения потребительского поведения и предпочтений, так и под влиянием научно-технического прогресса и возникновением новых способов и методов передачи информации.

Е. В. Ромат отмечает, что ИМК предполагает решение двух взаимосвязанных проблем: во-первых, создание системы коммуникационных посланий с использованием различных средств системы маркетинговых коммуникаций, которые не противоречили бы друг другу и координировались бы между собой, формируя единый благоприятный образ коммуникатора; во-вторых, главной целью ИМК является максимизация эффективности маркетинговых коммуни-

каций посредством поиска оптимальных комбинаций основных и синтетических средств системы маркетинговых коммуникаций, а также отдельных приемов и инструментов каждого из этих средств [5, с. 180].

Следует выделить особенности инструментария ИМК. Реклама является одним из главных элементов маркетинговых коммуникаций. Влияние ИМК на рекламу помогает обеспечить большую последовательность в использовании всех форм коммуникаций. Вся система ИМК стимулирует сбыт и с помощью рекламных методов информирует потребителя о товаре. Реклама способствует, главным образом, тому, что потребитель получает информацию и со временем принимает решение совершить покупку. С возникновением концепции ИМК отношение к рекламе изменилось, так как при ее применении в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций значительно больше, чем раньше стали применяться ее сильные и слабые стороны.

Связи с общественностью, как и другие компоненты ИМК (реклама, стимулирование сбыта, прямой маркетинг и др.), сосредоточиваются на главных целях и задачах ИМК. Необходимо обращаться к связям с общественностью как к инструменту, который создает благоприятный образ организации, товара или услуги, и следовательно, приятные впечатления от него [6, с. 101].

Уникальность позиции связей с общественностью, считает М. Р. Душкина, состоит в системном характере PR-коммуникации, позволяющей ей, с одной стороны, использовать в целях связей с общественностью все остальные инструменты продвижения, а с другой — рассматривать ее как часть каждого из инструментов продвижения, без которой их эффективность существенно понижается. Связи с общественностью проявляют себя в

многообразных технологиях, используют различные средства и в интегрированных маркетинговых коммуникациях [7, с. 39].

В настоящее время прямой маркетинг становится одним из важных инструментов продвижения товаров или услуг любой организации, он стремительно развивается и меняется. С его помощью многие организации увеличили прибыль, расширили клиентскую базу, стали быстрее и эффективнее доводить до потребителя нужную информацию и, конечно, повысили доверие у потребителей.

Прямой маркетинг — одна из проверенных форм в ИМК, где наибольшей эффективности достигают те, кто дифференцированно подходит к общению с клиентами и умеет организовать с ними личный диалог [8, с. 29].

По сравнению с другими компонентами ИМК прямой маркетинг — это интерактивный и мобильный инструмент, который может функционировать в любое время и на любом расстоянии. Для потребителя есть главное преимущество — это заказ в благоприятное для него время товара и доставка данного товара, где бы он ни находился.

Стимулирование сбыта — инструмент маркетинговых коммуникаций, который использует множество побудительных методик, нацеленных на потребителей, торговлю и торговый персонал для достижения специфического, поддающегося измерению действия или ответной реакции. Оно проектируется таким образом, чтобы предложить некий дополнительный стимул потребителям и посредникам, что-то, прибавляющее ценности товару или услуге, что побуждает к немедленным действиям [3, с. 281].

Стимулирование сбыта используется в составе набора средств маркетинговых коммуникаций, чтобы помочь в осуществлении стратегий проталкивания и протаскивания, вывести на рынок

новый продукт и создать торговые марки [9, с. 59]. Главная его особенность — это его инструментарий. Он заключается в большом количестве или наборе побудительных мероприятий не только для потребителей, но и для торгового персонала и торговых посредников, чтобы вызвать необходимые действия и ответные реакции. Стимулирование сбыта в ИМК выступает вспомогательным, побуждающим, дополняющим инструментом в продвижении товара или услуги, но также может быть и самостоятельным компонентом комплекса продвижения в маркетинге.

Личные продажи представляют собой такой компонент маркетинговых коммуникаций, который предполагает обмен информацией, адаптацию к любым типам взаимоотношений и применение разнообразных технологий для убеждения потребителя в совершении покупки. В ИМК личные продажи используются как инструмент общения, индивидуальных взаимоотношений между торговым агентом и потребителем, быстрой сделки и формирования полезных контактов.

Личные продажи становятся все более гибким инструментом не только в маркетинговой системе продвижения товаров и услуг, но и в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Они актуальны, когда контакт между покупателем и продавцом является одним из главных моментов в реализации продукции [10, с. 163].

Комплексные формы продвижения товара или услуги как в маркетинговых коммуникациях, так и в ИМК наряду с другими компонентами, такими как: реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование сбыта, и личные продажи, играют важную коммуникационную роль. Основными преимуществами комплексных форм продвижения продукции в ИМК является налаживание прямых контактов с потребителями, нестандартность

используемого инструментария для воздействия на конечного покупателя, малозатратность, способствование увеличению рентабельности предприятия и, как следствие, увеличению продаж и повышение прибыли.

Таким образом, появление концепции ИМК связано с трансформацией философии маркетинга и требованием выработки комплексной коммуникационной политики. Эта концепция представлена для совместного использования всех видов маркетинговых коммуникаций исходя из единых целей. Она заставила предпринимателей обратить больше внимания на коммуникационные процессы — с целью получения синергетического эффекта. ИМК здесь выступили основой новой модели продвижения.

ИМК — коммуникационная система, которая изменила традиционную теорию и поменяла парадигму маркетинга, преобразила торгово-коммерческую, производственную и коммуникационную деятельность, а также участников рыночных отношений маркетологов и потребителей.

Современное состояние рынка требует новых технологий в реализации товаров и услуг с максимальной прибылью, без затраты большого количества средств, и реальную коммуникативную, выгодную помощь здесь могут оказать ИМК. Многие отечественные и зарубежные специалисты в области экономики и маркетинга отмечают, что появление ИМК является новой эпохой развития не только маркетинга как научного предмета, но и усовершенствования коммуникационной деятельности в торгово-рыночном процессе.

ИМК стали началом трансформации рынка в конце XX века и породили новую эру интегрированных коммуникаций, взаимодействия и скоординированности всех инструментов комплекса продвижения, единства коммуникационного процесса в торгово-

рыночных отношениях. Традиционное продвижение товара маркетинговыми коммуникациями становится невос требованным, появляется, как писал Д. Шульц, новая уникальная парадигма продвижения маркетинга, а именно — интегрированное продвижение коммуникационного комплекса маркетинга. Эта уникальная парадигма изменила весь mix-promotion в маркетинге, концепцию системы маркетинговых коммуникаций. Она дополнила, преобразила, усовершенствовала основные ее составляющие.

Библиографический список

1. **Сотникова, Е. А.** Интегрированные маркетинговые коммуникации как конкурентное преимущество компании [Текст] / Е. А. Сотникова, М. Е. Зыкова // Вестник Орёл ГИЭТ. — 2009. — № 1–1 (7). — Январь-март. — С. 125–133.
2. **Музыкант, Л. В.** Маркетинговые основы управления коммуникациями [Текст] / Л. В. Музыкант. — М. : Эксмо, 2008. — 832 с.
3. **Бернет, Дж.** Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход [Текст] : пер. с англ. / Дж. Бернет, С. Мориарти ; под ред. С. В. Божук. — СПб. : Питер, 2004. — 571 с.
4. **Панкрухин, А. П.** Маркетинг [Текст] / А. П. Панкрухин. — 3-е изд. — М. : Омега-Л, 2006. — 656 с.
5. **Ромат, Е. В.** Реклама [Текст] / Е. В. Ромат. — 2-е изд. — СПб. : Питер, 2009. — 208 с.
6. **Ерохина, Т. Б.** PR как вид профессиональной работы с сознанием (социально-философский анализ) [Текст] / Т. Б. Ерохина. — Ростов н/Д : изд-во Рост. гос. ун-та, 2006. — С. 101.
7. **Душкина, М. Р.** PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология [Текст] : учеб. пособие / М. Р. Душкина. — СПб. : Питер, 2010. — С. 39.

8. **Гондаренко, О. Г.** Маркетинговое исследование эффективности привлечения и удержания покупателей в торговле [Текст] / О. Г. Гондаренко // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2011. — № 1 (33). — С. 28–32.

9. **Горшенева, О. В.** Стратегический маркетинг как инструмент регионального маркетинга [Текст] / О. В. Горшенева, Е. С. Жук // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2011. — № 3 (35). — С. 58–64.

10. **Гринченко, К. В.** Основные составляющие инструментов продвижения в интегрированных маркетинговых коммуникациях [Текст] / К. В. Гринченко // Теория и практика коммерческого посредничества в сфере обращения: материалы регион. науч.-практ. конф. студентов и аспирантов (5 декабря 2012 г.) / Рост. гос. эконом. ун-т (РИНХ). — Ростов н/Д, 2012. — С. 163.

Bibliographic list

1. **Sotnikova, E. A.** Integrated Marketing Communications as a Competitive Advantage of the Company / E. A. Sotnikova, M. E. Zyкова // Vestnik Orel GIET. — 2009. — № 1–1 (7). — January-March. — P. 125–133.

2. **Muzykant, L. V.** Marketing Basics of Communication Management [Text] / L. V. Muzykant. — M.: Eksmo, 2008. — P. 832.

3. **Burnet, J.** Marketing Communications: Integrated Approach [Text] / J. Burnet, S. Moriarty; ed. by S. V. Bojuk. — SPb.: Peter, 2004. — P. 571.

4. **Pankrukhin, A. P.** Marketing [Text] / A. P. Pankrukhin. — 3^d ed. — M.: Omega-L, 2006. — P. 656.

5. **Romat, E. V.** Century Advertising [Text] / E. V. Romat. — 2^d ed. — SPb.: Peter, 2009. — P. 208.

6. **Erokhina, T. B.** PR as a Type of Professional Work with the Consciousness (Social-Philosophical Analysis) [Text] / T. B. Erokhina. — Rostov-on-Don: Publishing Centre of Rostov State University, 2006. — P. 101.

7. **Dushkina, M. R.** PR and Promotion in the Marketing Communication and the Impact of Technology and Psychology [Text]: Textbook / M. R. Dushkina. — SPb.: Peter, 2010. — P. 39.

8. **Gondarenko, O. G.** Marketing Research Effectiveness to Attract and Retain Customers in the Trade [Text] / O. G. Gondarenko // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2011. — № 1 (33). — P. 28–32.

9. **Gorsheneva, O. V.** Strategic Marketing as a Tool of Regional Marketing [Text] / O. V. Gorsheneva // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2011. — № 3 (35). — P. 58–64.

10. **Grinchenko, K. V.** Main Components of Promotion Tools in Integrated Marketing Communications [Text] / K. V. Grinchenko // Theory and Practice of Commercial Mediation in the Field of: Materials of the Region. Science-Practical Conference of Students and Postgraduate Students (2012, December, 5) / Rostov State University of Economics (RINH). — Rostov-on-Don, 2012. — P. 163.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА РЕКЛАМЫ В КОНТЕКСТЕ ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Аннотация

В статье рассматриваются темпы роста рекламного рынка и повышение уровня рекламного шума на долю потребителя на современном этапе в России. Разбираются основные механизмы воздействия рекламной деятельности на сознание потребителей, цели ими преследуемые. Приводятся негативные и позитивные последствия влияния рекламной деятельности на социум, предлагаются методы снижения негативного влияния.

Ключевые слова

Рынок рекламных услуг, реклама, нерациональный и рациональный потребительский выбор, бессознательное, рекламный шум, социальная реклама, бренд в самосознании потребителя, меры минимизации негативного воздействия рекламной деятельности.

V. E. Ershov

TENDENTIONS OF ADVERTISING MARKET DEVELOPMENT ACCORDING TO IT'S INFLUENS ON CONSUMER BEHAVIOR

Annotation

Article provides the analyses of growth rates of advertising market and increasing level of advertising noise in Russia nowadays. Considered the basic ways of advertising influence on consumer's mind and the goals of that process. The positive and negative effects of advertising influence on society are explored, and the methods of negative impact reducing are suggested.

Keywords

Advertising market, advertising, rational and irrational consumer choice, the unconscious, public service ads, brand in the consumers consciousness, methods to reduce advertising's negative impact.

Рынок рекламных услуг активно развивается, заполняя с каждым годом все новые площади. Исключение составляют только печатные издания, где доля рекламы постепенно падает как по всему миру, так и в России в частности, уступая место более прогрессивным массовым и универсальным медиасредствам работы с потребителем, таким как: радио, телевидение и интернет. Особенно активный рост наблюдается в последнем сегменте, а именно во всемирной паутине, а разнообразие форм,

популярность, охват аудитории обуславливают темпы его развития. Те же печатные СМИ частично интегрируются в интернет, да и повсеместное вытеснение электронными носителями текстовой информации определило снижение доли рекламы в печатных СМИ.

В целом, картину можно представить в виде данных следующей таблицы, составленной на основе статистических отчетов экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [4].

Таблица 1 — Объем рекламы в средствах ее распространения в 2010 — начале 2013 гг.

Сегмент	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Январь — июнь 2013 г.
	млрд руб. (за вычетом НДС)			
Телевидение	110,8	131,0	143,2	75,5
Радио	10,3	11,8	14,6	7,3
Печатные СМИ	38,0	40,4	41,2	18,9
Наружная реклама	29,7	34,3	37,7	21,1
Интернет	26,8	41,8	56,3	31,2
Прочие медиа	3,1	4,1	4,9	2,2
Итого	218,6	263,4	297,8	156,0

Можно отметить, что 2011 г. стал весьма знаменательным для рынка российской рекламы, ведь только тогда удалось достигнуть докризисных показателей 2008 г. (267 млрд руб.). Стоит обратить внимание на то, что в общем и целом рынок рекламы за три года вырос практически на одну треть, его интернет-часть удвоилась, а, исходя из результатов 2013 г., утроилась. Отсюда можно делать выводы о количестве рекламных сообщений, получаемых в среднем человеком в день. Конечно, тут влияют различные факторы, такие как: образ жизни, возраст, доступность различных медиа ресурсов. Но, в среднем, говорить можно о тысячах сообщений, некоторые эксперты в своих оценках доходят до пяти тысяч.

Можно уверенно говорить о том, что рекламный рынок будет неустанно совершенствоваться и расти в ближайшем будущем, какая медиа площадка не стала бы основополагающей. А значит, роль рекламы в современном обществе будет расти пропорционально. Притом, нельзя забывать, что помимо своей экономической роли реклама оказывает основательное идеологическое и психологическое влияние на потребителя, не говоря об эстетическом, образовательном и социальном воздействии, доступном, и, в идеале, первостепенно значимом для рекламных ресурсов. А потому рекламу необходимо относить к одной из наиболее важных отраслей общественной жизни. Формируя человеческие

потребности, влияя на выбор при покупке, она проецирует информационно-эмоциональное поле, которое воздействует как на человеческое сознание, так и на подсознание. Потому необходимо верно оценить ее вклад в развитие человеческого потенциала, влияние на направление общественного развития, ограничив негативное влияние и преумножая, активно культивируя использование положительного воздействия.

Альтернативный взгляд из недалекого прошлого, который отчасти может быть проецирован на текущую ситуацию, как в России, так и за рубежом, приводится в одном из первых выпусков советского журнала «Реклама» 1976 г. [1]. Американский социолог Вэнс Пэккард отмечал в то время, что «около двух пятых вещей, которыми владеет средний американец, — это вещи, не имеющие существенного значения для его физического благополучия».

В статье автор дает негативную оценку высокому уровню рекламного шума в капиталистических странах, приводит подсчеты «Всеобщей продовольственной корпорации США», согласно которым уже в то время на каждого потребителя в Америке ежедневно приходилось полторы тысячи рекламных объявлений, а суммы затрат на рекламу в год составляли: в Италии — 500 млн долл., в США — 19,7 млрд долл.

Основной целью маркетинговой деятельности называется раскрытие

психологии массового покупателя, понимание скрытых импульсов и мотивов, управляющих его поведением.

К минусам активной рекламной борьбы в капиталистических странах необходимо отнести:

- удорожание товаров из-за расходов на рекламу в среднем на 25–30 %. Потребители платят за всю ту рекламу, что видят каждый день перед собой, из какого бы то ни было источника;

- эксплуатация человеческих слабостей. Неуместный и притом повсеместный сексуальный подтекст в рекламе. Также человеку, живущему в капиталистическом обществе, приписывается желание создания образа более высокого положения в обществе вокруг себя, чем ему присуще на самом деле. Эта погоня за атрибутами респектабельности, желание купить наиболее дорогую и современную вещь умело эксплуатируется рекламой на Западе. Пример проиллюстрирован рекламной кампанией Кадиллака, когда автомобиль позиционировался как признак высокого социального положения. Тогда действительно состоятельные люди отказались от этой марки, в то время как основными потребителями сделались люди, «стремящиеся казаться богатыми».

Таким образом, можно резюмировать, что «реклама в мире капитализма не брезгует никакими средствами в погоне за деньгами клиентов. По своей сути она становится враждебной народу, так как служит для его обмана, оболванивания, выколачивания из него денег».

Конечно, приведенная информация носит пропагандистский характер и намеренно превозносит коммунистический уклад жизни, но вместе с тем нельзя не согласиться с некоторыми приведенными утверждениями, которые теперь стали вполне применимы к современной российской и все так же к зарубежной действительности.

Реклама предоставляет информацию в различной форме (текст, видео, статичное изображение во всех своих проявлениях и комбинациях), имея сво-

ей целью донести сообщение, которое в идеале побудит группы людей к определенному выбору или поступку. Сам процесс побуждения давно отошел от чисто информационно-логического характера, когда сообщения апеллировали к логике, очевидности, рациональности, человеческому разуму, что, в принципе, должно преобладать в столь важном составляющем общественной жизни, как потребление товаров, получение средств для приобретения которых занимает подавляющее количество времени жизни взрослого населения планеты. Таким образом, обмен «товар — деньги», где деньги зачастую равноценны личному времени потребителя, должен осуществляться на разумных основаниях, руководящих потребительским выбором, таких как: цена, качество, количество, необходимость и т. д.

Исходя из теории основоположника психоанализа Зигмунда Фрейда, который выделил в отдельную и более весомую составляющую человеческого социального поведения область подсознания — бессознательное, человек в своих действиях ведом часто неподконтрольными ему чувствами и эмоциями. Реклама, выделяя соответствующие предполагаемому товару или услуге потребности, подбирает нужную визуальнотекстовую аргументацию для формирования положительно-потребительского восприятия покупателем. Основное в процессе совершения покупки — это мотивация, кратчайший путь к которой найден через бессознательное. Рынок захлестнула волна информационного рекламного шума, и здесь уместней использовать слово «навязывающего», ведь потребительский выбор на основе бессознательного исключает разумную основу, не может называться рациональным, и в какой-то степени принудителен. Навязываются чувственные мотивы потребления, такие как: доверие, любопытство, авторитет, честолюбие, азарт, удобство, общение, надежность, сердечность, уважение и др.

Для иллюстрации приведенных выше утверждений можно найти множество примеров в современном мире. Такими товарами могут выступать те, что несут в себе самобытную, искусственно сформированную культуру потребления, к ним можно отнести общеизвестно популяризированные газированные напитки, фастфуд во всех его проявлениях и др. Данные товары несут в себе образ, заманчивый для потребителя, порождая ассоциативный ряд с празднеством, наслаждением, удовольствием, современностью, признанием. Идея их потребления несет в себе минимальную рациональную значимость, рациональные доводы, которые в первую очередь, могут относиться в этом случае к отказу или сведению к минимуму такого потребления по причине высокой вероятности негативного влияния на здоровье. Существуют также товары, несущие в себе исключительно идеологическое значение, сформированное рекламой, например различные браслеты и аксессуары, значимость и стоимость которых продиктованы конкретной рекламной компанией. Эти примеры могут выступать иллюстрацией к книге Сергея Карамурзы «Манипуляции сознанием», где реклама рассматривается как первый шаг к скрытому управлению обществом [2].

Самоидентификация людей, деление на группы теперь во многом соотносится с их формой потребительского поведения. Так, некоторые марки товаров или виды продукции ценятся и признаются конкретной группой людей, чье объединение могло быть изначально основано не на рекламной идеологии. Но со временем развитие производства породило продукцию, исключительно отвечающую их потребностям, которая теперь стала частью их общности, их символом. Примером может служить спортивная одежда и обувь популярных фирм, выбор которой продиктован рекламным позиционированием. Товары британской марки Fred Perry, выбор которой изначально был продиктован рациональным ценовым

выбором схожих групп в Великобритании, теперь основан на британской традиции в России для людей, относящих себя к классу футбольных фанатов, разделяющих общие идеалы, ценности. Аналогичных примеров можно привести множество. Даже выбор марки телефона зачастую влечет за собой выбор одной из противоборствующих сторон, когда люди позиционируют свой потребительский выбор как часть себя и видят необходимость отстаивать свой выбор и конкретный бренд в спорах о его преимуществах. Такое соперничество брендов через потребителей можно наглядно увидеть в современной компьютерной, мобильной, авто- и фотоиндустрии.

Можно сделать вывод, что в большинстве случаев человек при осуществлении потребительского выбора исходит из тех характеристик, которые, на его взгляд, соотносятся с владельцем данного товара, проецируя желаемое на себя, таким образом окружая себя товарами, которые должны отражать его социальное положение в обществе, ассоциируя себя как с желаемой группой людей, так и самовыражаясь. При этом он придает второстепенное значение рациональной значимости товаров, для удовлетворения исходных, природных потребностей.

Как известно, при капитализме возможности потребления ограничены покупательной способностью населения. Но есть принципиальная разница между рациональным и нерациональным потреблением, которое имеет место на сегодняшний день. Покупательная способность населения основана на заработной плате, основой для которой выступает 40-часовой рабочий день. В XIX веке он пришел на смену 14- или 16-часовому рабочему дню заводских рабочих в Великобритании и впоследствии распространился повсеместно. С тех пор прошло достаточно времени, научно-технический прогресс подтолкнул развитие производства и рост разнообразия товаров на рынке, оставляя планку желаемого уровня потребления всегда не-

достижимой для среднего потребителя, поднимая ее пропорционально его материальному состоянию. Логично было бы предположить, что с совершенствованием скорости и масштабов производства должен уменьшиться и рабочий день, но этого не происходит. Давид Кейн в своей статье об образе жизни видит прямую связь между потреблением ненужных вещей и 40-часовым рабочим днем [6]. Он утверждает, что сокращение свободного времени подталкивает человека к большим тратам в выходные дни из-за стремления сделать эти дни особенными, отдохнуть от неизбежно появляющегося чувства усталости после проведенного на работе времени. Дефицит свободного времени сдерживает человеческое развитие, приводит к недовольству, ощущению нехватки чего-то, желанию приобрести в действительности ненужные вещи, чтобы наградить или развлечь себя.

Очевидно, что ситуация масштабного производства исключительно нужных человеку товаров привела бы к снижению роста экономики. Сейчас необходимый для капиталистического общества рост возможностей потребления обеспечивается существованием ненужных, но потребляемых товаров, обеспечивая рабочие места и уровень жизни многих людей. Однако выходит, что люди, потребляя товары, ценность которых обусловлена исключительно рекламными технологиями, применяемыми к их популяризации среди целевых групп, впоследствии самостоятельно оплачивают весь рекламный поток, который мотивирует их к принятию потребительского выбора и который выступает единственной причиной их выбора.

Осознавая значение и степень влияния рекламы на потребителей, в России в последние годы был предпринят ряд положительных мер в плане ограничения и последующего запрета рекламы большинства алкогольной и всей табачной продукции (первое ограничение, связанное с прерыванием рек-

ламой теле- и радиопередач, детских передач, было принято еще в 2001 г.).

Отдельно стоит рассматривать область социальной рекламы, которая, пользуясь тем же инструментарием воздействия, распространяет среди людей полезные для развития человеческого капитала и общества в целом идеи. В Ростове-на-Дону среди положительных рекламных направлений в последние годы можно выделить активно формирующуюся культуру велопрогулок для городских жителей, развитие культурного летнего отдыха на центральном пляже реки Дон. Все эти проекты развиваются на базе центра креативной экономики «Креативное пространство».

Рассмотрев ситуацию вокруг рынка рекламы на данный момент, степень и возможные способы и цели влияния на потребителей рекламных технологий в современном обществе, можно сделать вывод о большом потенциале данной области и ее значимой роли в большинстве сферах человеческой жизни. Для минимизации негативного воздействия рекламной деятельности необходимо исследовать следующие меры развития рекламной отрасли:

- всеми способами поддерживать развитие и активное применение социальной рекламы;
- законодательно ограничить количество рекламных сообщений для товаров определенной марки, снижая тем самым рекламный барьер для выхода новых производителей и препятствуя монополизации рынка;
- способствовать формированию критического отношения к коммерческим рекламным сообщениям среди населения посредством распространения принципов воздействия рекламных сообщений;
- разработать критерии оценки культурной и этической ценности рекламных сообщений посредством предоставления преимущественного права размещения в различных рекламных медиа наиболее ценных (победители рекламных фестивалей).

Библиографический список

1. Ассоциация коммуникационных агентств России [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.akarussia.ru>.
2. Википедия : свободная электронная энциклопедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org>.
3. **Кара-Мурза, С.** Манипуляция сознанием [Текст] / С. Кара-Мурза. — М. : Эксмо, 2000.
4. **Кэйн, Д.** Ваш образ жизни преопределен [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.raptitude.com/2010/07/your-lifestyle-has-already-been-designed>.
5. **Молчанов, В.** Рекламный бум [Текст] / В. Молчанов // Реклама. — 1976. — № 3. — С. 22–23.
6. **Харрис, Р.** Психология массовых коммуникаций [Текст] / Р. Харрис. — СПб. : Прайм-Еврознак, 2003.

Bibliographic list

1. **Molchanov, V.** Advertising Boom [Text] / V. Molchanov // Advertising. — 1976. — № 3. — P. 22–23.
2. **Kara-Murza, S.** Mind Manipulations [Text] / S. Kara-Murza. — M. : Ecsmo, 2000.
3. **Harris, R.** Psychology of Mass Communication [Text] / R. Harris. — SPb. : Prime-Evroznack, 2003.
4. Russian Association of Communication Agencies [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.akarussia.ru>.
5. Wikipedia : Summary Electronic Encyclopedia [Electronic resource]. — Mode of access : <http://ru.wikipedia.org>.
6. **Caine, D.** Your Lifestyle Has Already Been Designed [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.raptitude.com/2010/07/your-lifestyle-has-already-been-designed>.

*Е. Н. Ефимов***НЕЧЕТКИЙ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРИ ВЫБОРЕ ИНСТРУМЕНТОВ ЭЛЕКТРОННЫХ БИЗНЕС-ОТНОШЕНИЙ****Аннотация**

В статье рассматривается постановка задачи выбора альтернатив по многим критериям, которые имеют количественные и качественные характеристики. Реализация задачи рассмотрена на примере выбора инструментов электронных бизнес-отношений. Предложенная методика позволяет произвести выбор направления совершенствования бизнес-процессов предприятиям по многим критериям с учетом нечеткого представления о свойствах альтернатив. При этом не требуется расчета никаких количественных оценок частичных критериев, так как в ней используется информация лишь о качестве вариантов в виде парных сравнений.

Ключевые слова

Электронные бизнес-отношения, многокритериальный анализ, нечеткий выбор.

*Е. Н. Ефимов***FUZZY MULTI-CRITERIA ANALYSIS OF THE CHOICE OF INSTRUMENTS ELECTRONIC BUSINESS RELATIONS****Annotation**

In this article we consider the formulation of the problem of choice of alternatives on many criteria that have a quantitative and qualitative characteristics. Implementation tasks considered by the example of the choice of instruments electronic business relations. The proposed technique allows the selection of the direction of improvement of business processes according to many criteria, taking into account the fuzzy ideas about the properties of alternatives.

It does not require the calculation of any quantitative evaluations of partial criteria, since it uses only the information about the quality of variants in the form of paired comparisons.

Keywords

Electronic business relationships, multi-criteria analysis, fuzzy choice.

Постановка задачи. В условиях электронного сетевого бизнеса у предприятия происходит расширение его информационно-экономического пространства (ИЭП). Первым шагом на этом пути является формирование корпоративной информационной среды, которая создается в результате встраивания информационных технологий (ИТ) в процесс функционирования организации. Использование ИТ превращает предприятие в сетевую структуру, что дает ему новое качество не сопоставимое с предшествующей традиционной формой существования: улучшение использования всех ресурсов, повышение гибкости и адаптивности к внешним и внутренним проблемам, повышение качества принимаемых решений, и как следствие — более высокая конкурентоспособность [4].

Для организации электронных бизнес-отношений используется довольно разнообразный набор инструментов: сайты различной сложности, электронные торговые системы, системы финансовых и информационных услуг, системы виртуализации бизнес-отношений и поддержки работы пользователей в сети и др. Приведенные инструменты (технологии) электронных бизнес-отношений, в той или иной степени, способствуют получению дополнительной ценности, предлагают покупателю новый продукт, предоставляют дополнительную информацию или услугу наряду с традиционными, причем по ценам, гораздо более низким, чем при обычном подходе [2].

В общем случае при оценке качества Internet-системы рассматривают такие показатели как стоимость ее создания (разработки/приобретения) и эксплуатации, функциональная полнота, интерфейс, уровень поддержки и сопровождения, масштабируемость, переносимость,

безопасность и другие. Пользователю достаточно сложно сориентироваться в выборе инструмента для сетевого бизнеса. Для оценки параметров и затрат вхождения в сетевой бизнес нужно получить интегральную оценку каждого из рассматриваемых инструментов. В этом случае результаты расчета могут стать ориентирами для вхождения производителей в сетевой электронный бизнес. Желательно, чтобы такой расчет базировался на простых методиках и не требовал сбора значительного объема данных.

Структурный анализ состояния проблемы. Кажущаяся простота внедрения сетевых технологий, на наш взгляд, обманчива. Вопрос интеграции бизнес-процессов предприятия в сетевой рынок является ключевым для достижения реальной эффективности, даже если перед предприятием стоит задача развития только до уровня Internet-магазина. Очень часто интеграторами предлагаются решения, при которых связь между торговой системой предприятия и Internet осуществляется специальным менеджером вручную. Реально такие системы являются лишь Internet-витриной с Web-каталогом, которые позволяют оформить заказ и послать его по электронной почте менеджеру торгующей компании, в некоторых случаях произвести автоматическую выписку счетов и, в случае стыковки с платежными системами, принимать электронные платежи. Полноценную систему электронной торговли отличает круглосуточное функционирование и ведение всего комплекса торгово-учетных операций в автоматическом режиме [2].

Для эффективной и полноценной организации деятельности предприятия в Internet необходимо наличие, как минимум, двух составляющих:

1) корпоративной информационной системы (КИС), функционирующей на базе локальной вычислительной сети (ЛВС) и имеющей шлюз в Internet;

2) профессионального корпоративного сайта, который, в зависимости от степени интеграции в среду Internet, выполняет информационно-имиджевые, рекламные, торговые или иные функции.

Технологии электронного бизнеса являются логическим развитием автоматизации деловой инфраструктуры предприятий. Если управленческие

функции предприятий автоматизированы, то для создания между ними единого ИЭП достаточно «сцепить» потоки данных. Использование мировой сети, на создание которой предприятие не потратило в явном виде ни одной копейки средств, дает процессу горизонтальной интеграции новый стимул, радикально снижая стоимость соответствующих решений. Вариант общего плана внедрения Internet-проекта предприятия, представлен в таблице 1 [2].

Таблица 1 — Вариант плана внедрения Internet-проекта предприятия [2]

Этапы	Описание работ этапа	Возможные затраты и эффект
1. Подготовительный этап интеграции	Разработка концепции вывода предприятия на сетевой рынок. Создание (приобретение) и внедрение КИС. Создание корпоративного сайта. Создание системы безопасности. Разработка и внедрение внутренних корпоративных регламентов по работе с Internet. Администрирование работы с Internet и разграничение полномочий пользователей. Подключение ЛВС к Internet. Перевод КИС в Intranet-систему	Затраты, в зависимости от принятых решений, могут быть значительны
2. Создание ИЭП предприятия	Вывод корпоративного сайта в Internet. Оптимизация работы корпоративного сайта. Создание (приобретение) и внедрение Extranet-системы. Апробация решений корпоративными пользователями	Затраты могут быть значительны, кроме того необходимо определенное время для апробации решений пользователями
3. Выход на сетевой рынок	Создание (аренда) корпоративной электронной торговой площадки для предприятия. Подключение торговой площадки к системе электронных финансовых расчетов. Расширение вариантов использования электронных бизнес-моделей в деятельности предприятия, например, за счет консалтинга, электронных аукционов и прочего	Основные затраты связаны с созданием торговой площадки и ее последующим подключением к системе электронных расчетов
4. Совершенствование структуры организации и управления производством	Переход количественных изменений в бизнесе в новое качество за счет совершенствования организационной и функциональной структуры предприятия. Повышение конкурентоспособности предприятия за счет инновационных решений	Затраты не велики, однако изменение структуры бизнеса обычно ведет к «болезненным» кадровым решениям
5. Создание виртуального предприятия и участие в виртуальном сообществе	Заключение соглашений о создании (или участии) виртуальной корпорации и, далее, в виртуальном сообществе. Участие в решении корпоративных, отраслевых, региональных, социальных и иных проблем	Затраты незначительны, но происходит повышение статуса субъектов экономической деятельности и расширение форм взаимодействия

Выбор направлений реализации Internet-проекта предприятия лучше всего представить в виде дерева решений — графического изображения процесса принятия решений, в котором отражены альтернативные решения, альтернативные состояния среды, соответствующие вероятности и выигрыши для любых комбинаций альтернатив и состояний среды. Дерево решений — это эксплицитное пред-

ставление всех сценариев, возможно протекающих из данного решения. Экспликации проблемы решения в виде дерева облегчает поиск оптимального плана, как предписания реакций на возможные значения наблюдаемых данных. Рассмотрим пример, для которого исходные данные, полученные экспертным путем, приведены в таблице 2 (альтернативы) и таблице 3 (возможные сценарии) [3].

Таблица 2 — Альтернативы [3]

Обозначение	Содержание альтернативы	Оценки значений дохода от реализации альтернативы, тыс. денежных единиц	
		Неблагоприятная рыночная среда	Благоприятная рыночная среда
a_0	Нет выбора	0	0
a_1	Создание корпоративного сайта	15	30
a_2	Создание электронной торговой площадки	35	70
a_3	Участие в работе (партнер) виртуального предприятия	65	130
a_4	Участие в работе виртуального сообщества	15	30
a_5	Разработка корпоративной информационной системы	150	300
a_6	Разработка корпоративной информационной системы с Intranet и Extranet-компонентами	300	600

Таблица 3 — Описание сценариев [3]

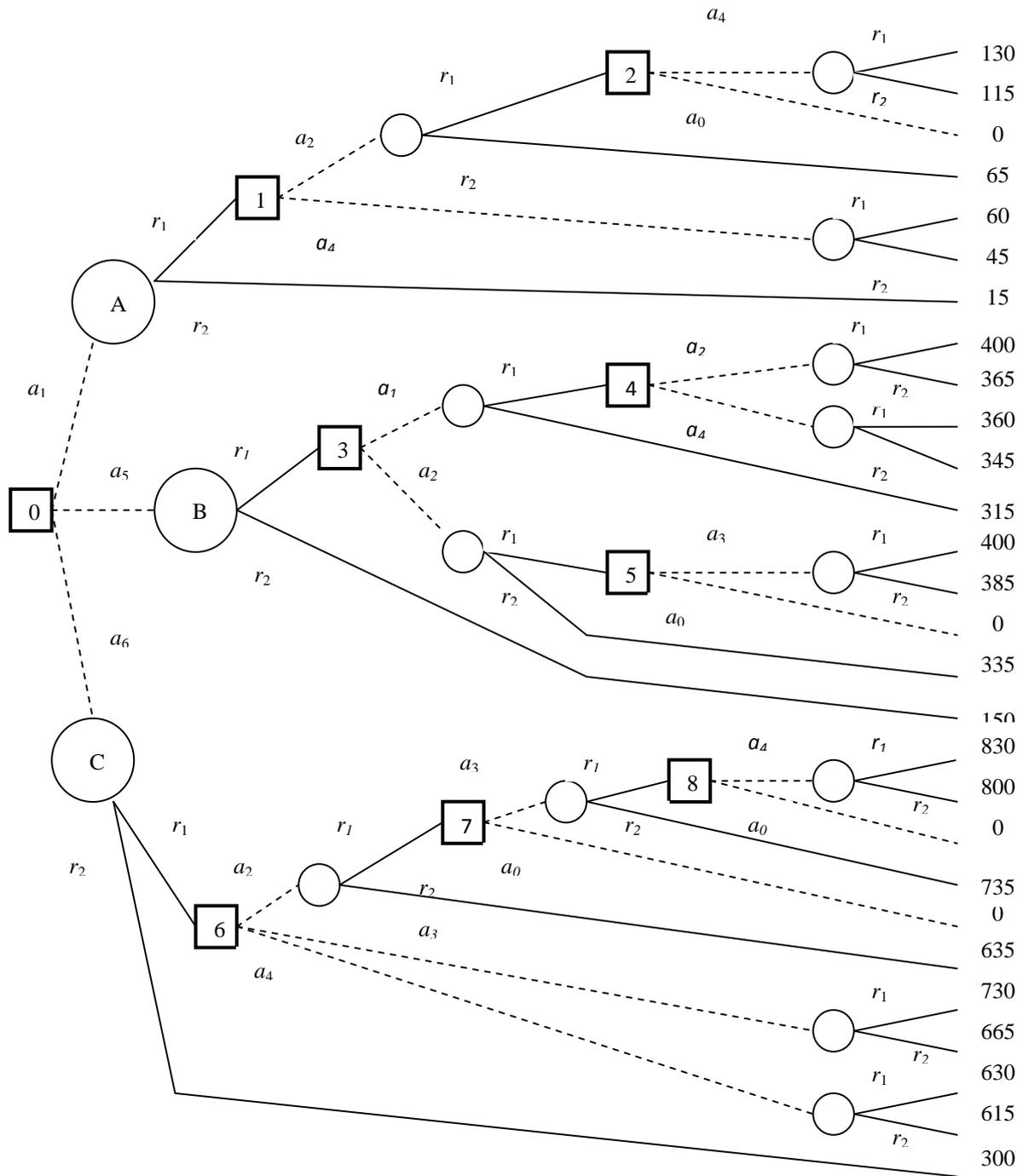
Обозначения вероятностей	Вероятности последствий принятых решений		
	Благоприятная рыночная среда — сценарий 1 (C_1)	Вероятная рыночная среда — сценарий 2 (C_2)	Неблагоприятная рыночная среда — сценарий 3 (C_3)
r_1	0,7	0,5	0,3
r_2	0,3	0,5	0,7

Для каждого узла дерева необходимо определить оценки ожидаемой денежной стоимости EMV (*Expected Monetary Value*). Для определенных выше альтернатив и данных рассматри-

ваются три сценария и определяются EMV для трех исходов A , B , C . Результаты расчета приведены в таблице 4 и на рисунке 1 [3].

Таблица 4 — Реализация основных альтернатив по сценариям [3]

Оценка реализации альтернатив	Сценарий C_1	Сценарий C_2	Сценарий C_3
Оценка значения $EMV (A)$	79,6	54,4	34,9
Оценка значения $EMV (B)$	309,1	256,9	209,4
Оценка значения $EMV (C)$	613	502,5	415,35



Обозначения: места, где принимаются решения — □, места появления исходов — ○, возможные решения -----, возможные исходы ———.

Рисунок 1 — Дерево решений по выбору направлений реализации Internet-проекта предприятия [3]

Результаты показывают, что при различных сценариях наилучшей альтернативой, приносящей наибольший доход, является разработка КИС с Intranet и Extranet — компонентами.

Создание такой системы является базой, которая позволяет предприятию в дальнейшем использовать все возможности и преимущества интеграции в сетевую среду. Однако при этом остается откры-

тым вопрос выбора инструмента электронных бизнес-отношений.

Вариант реализации задачи выбора. Анализ альтернатив по нескольким критериям является широко распространенной задачей для многих прикладных областей. Известные методики многокритериального анализа обычно предусматривают преобразование вектора частичных критериев, которыми оценивается система, к скалярному интегральному критерию. Однако в целом ряде случаев альтернативы оцениваются как количественными, так и качественными критериями. Существенное ограничение традиционного подхода состоит в том, что он не приспособлен к учету качественных критериев. При этом еще следует учитывать определенную нечеткость представления о свойствах альтернатив.

Рассматриваемая ниже методика не требует расчета никаких количественных оценок частичных критериев, ни процедуры скаляризации, так как в ней используется информация лишь о качестве вариантов в виде парных сравнений [5, 6, 7].

Будем считать известными: $S = \{s_1, s_2, \dots, s_n\}$ — множество вариантов (аналогов), которые подлежат многокритериальному анализу; $C = \{c_1, c_2, \dots, c_m\}$ — множество количественных и качественных критериев, которыми оцениваются варианты.

Задача состоит в упорядочении элементов множества S по критериям из множества C . Для ее решения используем следующие предположения:

- рассмотрение критериев как нечетких множеств, которые заданы на универсальных множествах вариантов с помощью функции принадлежности;

- определение функций принадлежности нечетких множеств на основе экспертной информации о парных сравнениях вариантов метода анализа иерархий (МАИ) [6];

- ранжирование критериев методом парных сравнений и учет получен-

ных рангов как степеней концентрации соответствующих функции принадлежности [5, 7];

- ранжирование вариантов на основе пересечения нечетких множеств — критериев, которые отвечают известной в теории принятия решений схеме Беллмана — Заде [1].

Пусть $\mu^l(s_i)$ число в диапазоне $[0, 1]$, которое характеризует уровень оценки варианта $s_i \in S$ по критерию $c_l \in C$: чем больше число $\mu^l(s_i)$, тем выше оценка варианта по критерию $c_l \in C$, $l = 1, 2, \dots, n$, $l = 1, 2, \dots, m$. Тогда критерий $c_l \in C$, можно представить в виде нечеткого множества A^l , которое задано на универсальном множестве S таким образом [7]:

$$A^l = \left\{ \frac{\mu^l(s_1)}{s_1}, \frac{\mu^l(s_2)}{s_2}, \dots, \frac{\mu^l(s_n)}{s_n} \right\},$$

где $\mu^l(s_i)$ — степень принадлежности элемента s_i к нечеткому множеству A^l .

Матрицы парных сравнений вариантов, формируемые для каждого из критериев, позволяют определить степени принадлежности. Знание матрицы позволяет ранжировать каждый вариант $s_i \in S$ по каждому критерию $c_l \in C$. Степени принадлежности, необходимые для формирования нечеткого множества, вычисляются по формуле [6, 7]:

$$\mu^l(s_i) = \frac{1}{a_{i1}^l + a_{i2}^l + \dots + a_{in}^l},$$

где a_{ij}^l — элемент матрицы парных сравнений для $i, j = 1, 2, \dots, n$, а $l = 1, 2, \dots, m$.

Базируясь на принципе Беллмана-Заде, наилучшей системой будем считать ту, которая одновременно лучшая по критериям c_1, c_2, \dots, c_m . Поэтому нечеткое множество, которое необходимо для рейтингового анализа, определяется в виде пересечения (интегральный критерий оценки систем): $D = c_1 \cap c_2 \cap \dots \cap c_m$. Учитывая то, что в теории нечетких множеств операции пересечения \cap соответствует \min , получаем [1]:

$$D = \left\{ \frac{\min[\mu^l(s_1)]}{s_1}, \frac{\min[\mu^l(s_2)]}{s_2}, \dots, \frac{\min[\mu^l(s_n)]}{s_n} \right\}$$

Наилучшим вариантом считается тот, для которого степень принадлежности (числитель) является наибольшим.

Пример расчета. Рассмотрим задачу выбора следующих инструментов электронных бизнес-отношений: Портал (s_1), Электронный каталог (s_2), Электронный магазин (s_3), Электронная торговая площадка (s_4).

В настоящем исследовании был выбран некоторый частный набор критериев оценки систем электронных бизнес-

отношений (функциональность — c_1 , затраты — c_2 , сложность проекта — c_3 , ожидаемый эффект — c_4), который, тем не менее, достаточно полно характеризует предметную область [2].

Ниже приведена матрица парных сравнений и расчеты степени принадлежности нечеткому множеству на примере критерия c_2 — затраты.

Остальные критерии определяются аналогично вышеприведенному расчету.

c_2	s_1	s_2	s_3	s_4	$\mu^l(s_i)$
s_1	1	1/3	3	5	0,107181
s_2	3	1	2	3	0,111111
s_3	1/3	1/2	1	3	0,207039
s_4	1/5	1/3	1/3	1	0,537634

В результате получены критерии как нечеткие множества c_i , которые заданы на универсальном множестве S :

$$c_1 = \left\{ \frac{0,463}{s_1}, \frac{0,261}{s_2}, \frac{0,125}{s_3}, \frac{0,143}{s_4} \right\}$$

$$c_2 = \left\{ \frac{0,107}{s_1}, \frac{0,111}{s_2}, \frac{0,207}{s_3}, \frac{0,538}{s_4} \right\}$$

$$c_3 = \left\{ \frac{0,188}{s_1}, \frac{0,063}{s_2}, \frac{0,818}{s_3}, \frac{0,599}{s_4} \right\}$$

$$c_4 = \left\{ \frac{0,225}{s_1}, \frac{0,503}{s_2}, \frac{0,111}{s_3}, \frac{0,100}{s_4} \right\}$$

Интегральный критерий оценки систем:

$$D = \left\{ \frac{0,107}{s_1}, \frac{0,063}{s_2}, \frac{0,111}{s_3}, \frac{0,143}{s_4} \right\}$$

Данный результат можно интерпретировать следующим образом: система s_4 имеет ощутимое преимущество над остальными системами, s_1 и s_3 при-

мерно равнозначны, а система s_2 имеет худшие характеристики по выбранному комплексу критериев.

Некоторые выводы.

Во-первых, предлагаемая методика оценки Internet-систем позволяет произвести выбор направления совершенствования бизнес-процессов предприятиям по многим критериям с учетом нечеткого представления о свойствах альтернатив.

Во-вторых, в методике альтернативы оцениваются как количественными, так и качественными критериями, что фактически присутствует в подавляющем большинстве задач выбора.

В-третьих, методика не требует расчета никаких количественных оценок частичных критериев, так как в ней используется информация лишь о качестве вариантов в виде парных сравнений.

Библиографический список

1. **Беллман, Р.** Принятие решений в расплывчатых условиях [Текст] / Р. Беллман, Л. Заде // Вопросы анализа и процедуры принятия решений. — М. : Мир, 1976. — С. 172–215.

2. **Ефимов, Е. Н.** Интеграция предприятий в электронный сетевой бизнес: экономико-математический анализ [Текст] : моногр. / Е. Н. Ефимов, Н. М. Фоменко. — Ростов н/Д : РИЦ РГЭУ «РИНХ», 2008.

3. **Ефимов, Е. Н.** Модель принятия решений по выбору направлений реализации Internet-проекта предприятия [Текст] / Е. Н. Ефимов, Н. М. Фоменко // Статистика в современном мире: методы, модели, инструменты : материалы II регион. науч.-практ. конф. (31 мая 2010 Г.). — Ростов н/Д : РИЦ РГЭУ (РИНХ), 2010. — С. 139–142.

4. **Паринов, С. И.** Экономика 21 века на базе Интернет-технологий [Электронный ресурс] / С. И. Паринов, Т. И. Яковлева. — Режим доступа: <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/economy21.htm>.

5. **Ротштейн, А. П.** Интеллектуальные технологии идентификации: нечеткая логика, генетические алгоритмы, нейронные сети [Текст] / А. П. Ротштейн. — Винница : УНИВЕРСУМ-Винница, 1999.

6. **Саати, Т.** Принятие решений [Текст] / Т. Саати // Метод анализа иерархий. — М. : Радио и связь, 1993.

7. **Rotshtein, A.** Modification of Saaty Method for the Construction of Fuzzy Set Membership Functions. FUZZY'97 [Text] / A. Rotshtein // Fuzzy Logic and Its Applications : International Conference. — Zichron, Israel, 1997. — P. 125–130.

Bibliographic list

1. **Bellman, R.** Decision-Making in Vague Terms [Text] / R. Bellman, L. Zadeh // Issues of Analysis and Decision-Making Procedures. — M. : Mir, 1976. — P. 172–215.

2. **Efimov E.** The Integration of Enterprises in the Electronic Network Business: Economic-Mathematical Analysis [Text] : Monograph / E. Efimov, N. Fomenko. — Rostov-on-Don : Publishing house of RSUE «RINH», 2008.

3. **Efimov, E.** Decision-Making Model for Choosing Directions of Realization of Internet-Enterprise Project [Text] / E. Efimov, N. M. Fomenko // Statistics in the Modern World: Methods, Models and Tools : Materials of II Regional Scientific-Practical Conference (2010, May, 31). — Rostov-on-Don : Publishing house of RSUE (RINH), 2010. — P. 139–142.

4. **Parinov, S. I.** Economy of the 21st Century Based on Internet Technologies [Electronic resource] / S. I. Parinov, T. I. Yakovleva. — Mode of access : <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/economy21.htm>.

5. **Rothstein, A. P.** Intelligent Identification Technologies: Fuzzy Logic, Genetic Algorithms, Neural Networks [Text] / A. P. Rothstein. — Vinnitsa : UNIVERSUM Vinnitsa, 1999.

6. **Saaty, T.** Decision. Analytic Hierarchy Process [Text] / T. Saati. — M. : Radio and Communication, 1993.

7. **Rotshtein, A.** Modification of Saaty Method for the Construction of Fuzzy Set Membership Functions. FUZZY'97 [Text] / A. Rotshtein // Fuzzy Logic and Its Applications : International Conference. — Zichron, Israel, 1997. — P. 125–130.

В. С. Золотарёв, Н. И. Невская, Т. Г. Комарова

**ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ
В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНИВШЕЙСЯ СРЕДЫ ОБИТАНИЯ:
ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ**

Аннотация

В статье представлена оценка применения информационно-коммутиационных технологий (ИКТ) в жизнедеятельности населения России, определены основные тенденции изменения жизнедеятельности, проведен сравнительный анализ внедрения ИКТ в России, в европейских странах и США, обоснована необходимость расширения работы по внедрению ИКТ в России как важного фактора повышения качества человеческого капитала и обеспечения устойчивого экономического роста.

Ключевые слова

Информационно-коммутиационные технологии, интерактивное пространство, информационное общество, жизнедеятельность, человеческий капитал, устойчивый экономический рост.

V. S. Zolotariov, N. I. Nevskaya, T. G. Komarova

**THE LIFE ACTIVITY OF THE POPULATION OF RUSSIA IN THE CONDITIONS
OF CHANGED ENVIRONMENT: INFORMATION SYSTEMS APPLICATION**

Annotation

In this research the evaluation of the application of estimation of information switching technologies (IST) in life activity of the population of Russia is given. The basic tendencies of change in the life activities are defined, the comparative analysis of IST introduction in Russia, in the European countries and the USA is carried out, necessity of expansion the work on IST introduction in Russia as the important factor of the quality improvement of the human capital and maintenance of the steady economic growth is proved.

Keywords

Information-switching technologies, interactive space, an information society, life activity, the human capital, steady economic growth.

Формирование современной информационно-коммуникационной инфраструктуры на базе ИКТ в России вызвано необходимостью обеспечения условий реализации приоритетных национальных проектов, направленных на переход страны к инновационной стратегии развития, способной модернизировать экономику, социальную сферу и государственное управление.

С внедрением ИКТ в России стало формироваться интерактивное пространство, изменяющее отношения людей и условия их жизнедеятельности.

Внедрение и развитие ИКТ осуществляют многие страны. Так, первая программа «Национальная информационная инфраструктура» начала реализовываться в США в начале 90-х гг. прошлого столетия, а в Европе по инициативе Европейской Комиссии в 1999 г. была разработана программа «Электронная Европа», призванная активизировать деятельность по формированию общеевропейского информационного общества.

Начало внедрения ИКТ в России было положено подписанием В. В. Путиным в июле 2000 г. «Окинавской хартии

глобального информационного общества», где в качестве основной цели была заявлена ликвидация международного разрыва в области информации и знаний, что послужило толчком разработки Федеральной целевой программы (ФЦП) «Электронная Россия (2002–2010 гг.)». Данная программа предусматривала реализацию мероприятий по девяти основным направлениям, детально конкретизированным дополнительно осуществленными проектами, уточняющими направления ФЦП «Электронная Россия», и разработанными новыми нормативными актами. В связи с этим цели, задачи и планируемые результаты реализации ФЦП «Электронная Россия (2002–2010 гг.)» были значительно изменены, и в 2010 г. распоряжением Правительства

РФ была утверждена ФЦП «Информационное общество (2011–2020 гг.)» [1].

Сегодня информационное общество — это мировой феномен, знаменующий высокий уровень развития информационных и телекоммуникационных технологий и их интенсивное использование гражданами, бизнесом и органами государственной власти [2], создающий интерактивное пространство, концентрирующее в себе возможности создания новых взглядов на обычные явления в сфере общения, коммуникации и информатизации. Развитие новых ИКТ формирует особую отрасль в экономике России: отрасль информационно-коммуникационных технологий с интерактивными условиями деятельности человека и соответствующей материальной базой (табл. 1).

Таблица 1 — Удельный вес организаций, использующих информационные и коммуникационные технологии за 2005–2011 гг., в % от общего числа обследованных организаций

	2005	2008	2009	2010	2011	Изменение 2011 г. к 2005 г.
Удельный вес организаций, использовавших персональные компьютеры	91,1	93,7	93,7	93,8	94,1	3,0
ЭВМ других типов	9,3	14,5	16,0	18,2	19,7	10,4
локальные вычислительные сети	52,4	59,3	60,5	68,4	71,3	18,9
электронная почта	56,0	74,4	78,5	81,9	83,1	27,1
глобальные информационные сети	54,3	74,7	79,3	83,4	85,6	31,3
из них сеть Интернет	53,3	73,7	78,3	82,4	84,8	31,5

В течение 2005–2011 гг. материальная база ИКТ России постоянно расширялась, и к 2012 г. уже 94,1 % организаций использовали в своей деятельности персональные компьютеры, что на 3 % выше, чем в 2005 г. Сейчас использование компьютеров стало почти повсеместным. Довольно высокое распространение получило применение глобальных информационных сетей и электронной почты. Внедрению ИКТ способствовал постоянно растущий объем инвестиций в основной капитал на оборудование для информационно-коммуникационных технологий, кото-

рый в 2011 г. составил 248641,5 млн руб., что почти в 1,5 раза больше, чем в 2010 г. Однако такой объем не идет в сравнение с финансированием крупных объектов в сфере информационных технологий других стран, например США, где инвестиции составили 79,38 млрд долл. [4, с. 321]. Финансирование же ФЦП «Информационное общество» в 2013 г. составило лишь 1,1 % планируемых средств [5, с. 2].

Таким образом, хотя ИКТ являются одним из наиболее динамично развивающихся направлений современной России, о чем свидетельствуют существ-

венные темпы прироста по всем позициям, отражающим развитие ИКТ, Россия все еще значительно отстает от развитых стран мира. Это подтверждается и показателями доли населения, использующего Интернет. Так, в России в 2010 г. только 43 % населения использовали Интернет, при этом в Велико-

британии — 83 %, Австралии — 80 %, Германии — 79 %, Японии — 78 %, США — 77 %, Франции — 69 %, Испании — 63 %, Италии — 52 % [6]. Но использование компьютерной техники российскими семьями растет, о чем свидетельствуют данные обследования домашних хозяйств (табл. 2).

Таблица 2 — **Использование компьютеров в домашних хозяйствах россиян (по данным выборочного обследования домашних хозяйств, %)**
[составлена по 3, с. 516]

Показатели	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011 г. к 2010 г.
Доля домохозяйств, имеющих компьютер в общем числе домохозяйств	54,5	60,1	5,6
Число персональных компьютеров на 100 домашних хозяйств	63	75	12,0
Удельный вес домашних хозяйств, имеющих доступ к сети Интернет с домашнего компьютера, в общем числе домашних хозяйств	41,3	50,2	8,9

К 2012 г. в общем числе домохозяйств доля домашних хозяйств, имеющих компьютер, уже превысила 60 %, более 50 % из них имеют доступ к сети

Интернет. Материальная база ИКТ домашних хозяйств в 2011 г. представлена данными таблицы 3.

Таблица 3 — **Наличие ИКТ-оборудования в домашних хозяйствах в 2011 г. (по материалам выборочных обследований домашних хозяйств, в % от общего числа домохозяйств)**
[составлена по 3, с. 518]

	Все домашние хозяйства	в том числе находящиеся:	
		в городской местности	в сельской местности
Домашний персональный компьютер/портативный компьютер	60,1	64,8	45,1
Стационарный телефон	68,3	74,2	50,2
Мобильный телефон	94,8	95,3	93,2
Спутниковая антенна	17,1	12,1	31,4
Кабельное телевидение	36,0	45,8	7,6

К 2012 г. самое широкое распространение в городской и сельской местности России получили мобильные телефоны, а стационарная телефонная связь была лишь у половины сельского

населения. Около 1/3 сельского населения пользовалась спутниковыми антеннами, что почти в 2,5 раза превышало число домашних хозяйств городских жителей.

Широкому осуществлению сбора информации через Интернет содействует расширение и совершенствование информационной сети Росстата, создавшего различные интерактивные подсистемы статистического сервиса, которые предназначены для предоставления пользователям интернет-портала сервисов в зависимости от их запросов. Все чаще информация, собранная в Росстате, появляется в открытом доступе, и в дальнейшем Росстат стремится осуществить перевод «в формат открытых данных всего хранилища Росстата» [7, с. 4].

В условиях усиления международной интеграции, стирания границ и создания различных межгосударственных объединений Россия расширяет круг партнеров в глобализирующемся мире, углубляет разделение труда, что резко меняет инфраструктуру экономики, численность и структуру занятых. При этом одновременно осуществляется переход на инновационный и социально-ориентированный путь экономического развития, что сопровождается изменением условий жизнедеятельности людей. В совокупности создавшихся проблем жизнедеятельности особо выделяется проблема занятости населения, с решением которой связано развитие и повышение качества человеческого капитала.

Общая численность занятых в экономике России за период 1990–2011 гг. уменьшилась на 4655 тыс. человек, или почти на 6,6 %. Большую роль в обеспечении снижения безработицы в России в последние годы (2009–2011 гг.) сыграли ИКТ, позволившие через различные СМИ регулярно оповещать безработных о наличии свободных рабочих мест. Не менее важную роль сыграли созданные и эффективно

работающие федеральная служба занятости и различные агентства по работе с безработными и персоналом организаций. Внедряемые ими технологии по снижению численности безработных повсеместно включают развитие систем информационного обслуживания населения, создание банков данных о наличии вакантных мест, оказание информационных услуг.

Характерным для российской экономики в последние годы является изменение отраслевой структуры занятых. К 2011 г., по сравнению с 1990 г., снизилась доля занятых в сельском хозяйстве, рыболовстве и охоте, промышленности, образовании, здравоохранении, сфере социальных услуг, и особенно значительно численность занятых уменьшилась в науке и научном обслуживании (более чем в 3,8 раза).

Одновременно широкое развитие получили финансовая деятельность, операции с недвижимостью, аренда и особенно торговля, оснащенные информационно-коммуникационными технологиями.

Отраслевая структура занятых в экономике России мало отличается от средних и модальных показателей по странам Европы, а по сравнению с США существенно различается (табл. 4). Так, в 2011 г. в сельском, лесном хозяйствах, рыболовстве и охоте в России доля занятых составляла 7,9 %, а в США — 1,5 %, в финансовой деятельности соответственно — 8,6 % и 17,7 %, в промышленности — 20,2 % и 12,3 %. Если в России и странах Европы наибольшее число занятых сосредоточено в промышленности, то в США — в сфере услуг. Самые же существенные различия сложились по показателям доли занятых в сельском и лесном хозяйствах, рыболовстве и охоте.

Таблица 4 — Сравнительная характеристика структуры занятых по отраслям в экономике России, стран Европы и США, в %
[составлена по 10, с. 62]

	Год	Всего в экономике	в том числе в отраслях							
			сельское и лесное хозяйство, рыболовство и охота	промышленность	строительство	транспорт и связь	торговля, гостиницы и рестораны	финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда, предоставление услуг	образование, здравоохранение, социальные услуги	прочие услуги
Россия	2011 г.	100	7,9	20,2	7,2	9,4	18,0	8,6	17,0	11,7
Европа	среднее значение		7,1	17,7	7,4	8,3	18,3	11,3	17,6	10,5
Европа	модальная величина		8,8	20,2	7,2	9,4	17,4	8,6	15,3	11,6
США	2008 г.	100	1,5	12,3	7,5	4,5	20,9	17,7	21,6	13,9

Вместе с тем в европейских странах в ряде приоритетных отраслей модальные значения занятости населения выше показателей средней занятости населения, что отражает особенности их экономического развития и реальную тенденцию роста занятости.

Более высокая занятость в США в сфере услуг свидетельствует о приоритетном развитии этой сферы, что созда-

ет преимущества в решении многих социальных проблем.

Европейские страны, вставшие на путь подобного развития, также добиваются успехов в социальной сфере. Различия в занятости населения сопровождались и различиями отраслевой структуры производства ВВП, о чем свидетельствуют показатели структуры производства ВВП в первом десятилетии XXI века в России, странах Европы и США (табл. 5).

Таблица 5 — Сравнительная характеристика отраслевой структуры ВВП России, стран Европы и США, в %
[составлена по 10, с. 84]

			сельское и лесное хозяйство, рыболовство и охота	промышленность	строительство	транспорт и связь	торговля, гостиницы и рестораны	финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	образование, здравоохранение, социальные услуги	прочие услуги
Россия	2011 г.	100	4,2	30,5	6,5	8,9	20,0	15,9	6,6	7,4
Европа	Среднее значение		4,1	23,3	6,6	8,6	15,2	21,8	10,7	9,7
Европа	Модальная величина		1,7	23,2	6,6	7,8	17,3	23,8	10,6	10,
США	2008 г.	100	1,3	17,1	4,7	...	19,0	33,0	24,9	...

В России большая часть ВВП создавалась в промышленности и торговле, в странах Европы — в промышленности, в финансовой деятельности и торговле, а в США — в сферах финансовой деятельности и образовании, здравоохранении и оказании социальных услуг. В России в образовании, здравоохранении и в сфере социальных услуг в 2011 г. было занято 17,0 % от общего числа занятых в экономике, и они произвели лишь 6,6 % ВВП. В странах Европы при занятости в этих же сферах деятельности 17,6 % занятого в экономике населения создано 10,7 % ВВП, а в США при занятости на уровне 21,6 % населения доля ВВП уже в 2008 г. составляла 24,9 %.

Такие различия во многом объяснимы разным уровнем развитости информационной инфраструктуры стран, поскольку развитие ИКТ в социально-экономической сфере способствует созданию новых видов занятости, требующих специальной подготовки и переподготовки кадров.

Внедрение ИКТ изменило условия и характер трудовой деятельности работника и потребовало новых знаний и более высокой квалификации, влияющих на качество человеческого капитала и на экономический рост.

Сегодня мир стоит на пороге нового технологического уклада, ориентирующегося на развитие и применение наукоемких «высоких технологий». Появилось новое поколение населения, приобщившееся к общемировым ценностям и стандартам. В основном, это молодежь, владеющая информатизационными знаниями, обладающая определенным уровнем коммуникативной компетентности, способная на базе выросшего человеческого капитала повлиять и на экономический рост.

Рост численности занятых с более высоким человеческим капиталом, основанным на высоком уровне профессиональной подготовки, приемлемым

для новых видов занятости, — это важнейший фактор роста производительности труда. Подтверждается вывод о том, что к росту ВВП приводит не столько численность занятых в экономике, сколько влияют знания высококвалифицированных кадров, и последнее играет определяющую роль.

Вместе с тем еще в 2006 г. на заседании Госсовета было отмечено, что в развитии ИКТ «положение России в современном мире не соответствует ее интеллектуально-кадровому и научно-техническому потенциалу» [11].

«В США на протяжении последней трети XX в. инвестиции в информационную инфраструктуру и ИКТ обеспечивали ежегодно не менее половины темпов роста производительности труда в частном (несельскохозяйственном) секторе американской экономики, а в конце XX века они вышли на рекордный уровень — 75 %» [12], что резко увеличило долю ИКТ в структуре ВВП. «В России доля ИКТ в структуре ВВП в 2007 г. составляла 4,5 %» [13].

Мировой рынок информационных технологий развивается с сохранением высоких темпов роста, и в 2011 г. его объем составил 1,650 трлн долл. Российская Федерация в 2010 г. увеличила объем отрасли ИКТ лишь на 2,1 %, доведя его до 1,808 трлн руб., что объясняет низкую долю России на мировом рынке ИКТ [14].

Различия в темпах роста ИКТ обусловливают и различия в эффективности использования человеческого капитала. Все чаще в качестве следствия, вызванного этими различиями, выступает безработица и низкая заработная плата, взаимосвязь которых можно объяснить чисто логически: нет работы и нет заработной платы. А вот наличие бедности и неудовлетворенность заработной платой при наличии работы логическому объяснению не поддаются. Проведенные Росстатом выборочные обследования показали, что среди рабо-

тающих в России в 2011 г. бедные составляли 13,1 %, а доля занятых с низким уровнем заработной платы (ниже 2/3 медианы почасового заработка) составляла среди всех работающих 28,8 % и среди женщин — 36,5 % [15]. Как правило, причинами бедности работающего населения являются низкое качество рабочих мест и несоответствие квалификации работников современным повышенным требованиям.

Наряду с этим, как показало комплексное обследование условий жизни населения России, проведенное Росстатом в 2012 г., более 1/5 респондентов в возрасте 15 лет и старше совсем не удовлетворены размерами заработной платы и еще 52,4 % не вполне удовлетворены. Неудовлетворенность зарплатом дополняется моральной неудовлетворенностью работой, о чем заявили 30,7 % респондентов [16]. Кроме того, у женщин такая неудовлетворенность сопровождается сокращением средней продолжительности нахождения в отпуске по уходу за ребенком до 18,4 месяцев вместо использования ими установленных законом 36 месяцев. А сокращение таких отпусков и уменьшение по другим причинам времени отдыха наносит ущерб здоровью, создавая не только экономические трудности человеческого развития, но и усложняя демографическую ситуацию страны.

Необходимо также отметить, что уровень зарплаты наемных работников в России значительно отличается от уровня в других странах. Так, среднемесячная номинальная заработная плата наемных работников в России составила в 2010 г. 20 952 руб., а в США — 4 354 долл. При грубом пересчете российского показателя заработной платы в доллары США выявляется при сравнении, что уровень зарплаты в России более чем в 6 раз ниже уровня США. Поэтому проблема оплаты труда остается актуальной и все чаще привлекает внимание российских профсоюзов. Проф-

союзы выдвинули девиз: «Достойному труду — достойную зарплату» и в обращении к Президенту выразили протест против обесценивания результатов труда, так как дешевый труд противоречит основам рыночной экономики [17]. А для внедрения ИКТ требуется не только высококвалифицированный работник, но и достойная заработная плата.

Внедрение ИКТ в России еще не получило должного развития, и успехи России в сравнении с европейскими странами и США незначительны. Так, согласно данным ВЭФ от 4 апреля 2012 г., по результатам глобального рейтинга сетевой готовности 142-х стран мира (Global Information Report 2012) Россия поднялась с 77-го на 56-е место, расположившись в рейтинге за Казахстаном.

Ускоренному развитию ИКТ в России препятствовали многие обстоятельства, которые одновременно сдерживали и рост человеческого капитала. Одним из факторов, негативно влияющих на развитие человеческого капитала, выступает недостаточное финансирование социальной сферы.

На недостатки в финансировании социальной сферы обращается внимание в «Бюджетном послании Президента РФ о бюджетной политике в 2014–2016 гг.», и кроме того, в нем отмечается, что планирование мер социально-экономического развития и бюджетное планирование по-прежнему остаются недостаточно скоординированными, подчеркивается, что не удалось в полной мере обеспечить приоритизацию структуры расходов бюджетной системы и увеличить долю средств, направленных на развитие человеческого капитала и инфраструктуры [18].

Решать проблемы развития человеческого капитала, совершенствуя жизнедеятельность и жизнеобеспечение населения России, необходимо, осуществляя переориентацию бюджетных ассигнований и расширяя источники средств на эти цели за счет частного

сектора, а также (учитывая опыт развитых стран) производя интенсивное внедрение ИКТ во многие стороны жизнедеятельности населения при одновременном создании высококвалифицированных рабочих мест с достойной заработной платой. Это будет способствовать превращению человеческого капитала в важнейший фактор устойчивого экономического роста.

Библиографический список

1. О государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 гг.)» [Электронный ресурс] : Распоряжение Правительства РФ [от 20.10.2010 № 1815-р]. — Режим доступа : <http://government.ru/gov/results/12932>.

2. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации [утв. Президентом Российской Федерации от 07.02.2008 № Пр-212].

3. Российский статистический ежегодник. 2012 [Текст] : стат. сб. — М., 2012.

4. Analytical Perspectives. Budget of the U. S. Government. Fiscal Year 2011 [Text]. — Washington, 2010. — P. 321.

5. Российская газета. — 2013. — 13 сент. — № 205 (96181).

6. Российская газета. — 2013. — 16 сент. — № 206 (96182).

7. Труд и занятость в России. 2003 [Текст] : стат. сб. / Госкомстат России. — М., 2003.

8. Труд и занятость в России. 2011 [Текст] : стат. сб. / Росстат. — М., 2011.

9. Россия и страны мира. 2012 [Текст] : стат. сб. / Росстат. — М., 2012. — С. 62.

10. Об информационных и коммутационных технологиях в Российской Федерации : доклад на заседании президиума Государственного совета [от 16.02.2006].

11. **Никитенкова, М. А.** Влияние развития информационно-коммуникационных технологий на формирование

инфраструктуры инновационной экономики / М. А. Никитенкова // Россия и Америка в XXI веке. — 2010. — № 1.

12. Перспективы развития информационных, коммуникационных технологий в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа : protown.ru/information/hidden/4485.html.

13. **Баранов, С. В.** Информационно-коммуникационные технологии в России: о проблемах и победах [Электронный ресурс] / С. В. Баранов. — Режим доступа : emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA.

14. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages.

15. Итоги комплексного наблюдения условий жизни населения [Текст] / Росстат. — М., 2012.

16. Достойная зарплата — требование профсоюзов [Текст] // Ежедельник науки и образования Юга России. Академия. — 2013. — № 17 (573).

17. <http://www.regnum.ru/news/polit/1670956.html>.

Bibliographic list

1. About the Government Program of the Russian Federation «The Information Society (2011–2020)» [Electronic resource] : Order of the Government of the Russian Federation [from 20.10.2010 № 1815-r]. — Mode of access : <http://government.ru/gov/results/12932>.

2. Strategy of Development of an Information Society in the Russian Federation [confirmed by the President of the Russian Federation 07.02.2008 № Pr-212].

3. The Russian Statistical Yearbook. 2012 [Text] : Stat. Compilation. — М., 2012.

4. Analytical Perspectives. Budget of the U. S. Government. Fiscal Year 2011. — Washington, 2010. — P. 321.

5. Rossiyskaya Gazeta. — 2013. — Sept, 13. — № 205 (96181).

6. Rossiyskaya Gazeta. — 2013. — Sept, 16. — № 206 (96182).

7. Work and Employment in Russia. 2003 : Stat. Compilation / Goskomstat Russia. — M., 2003.

8. Work and Employment in Russia. 2011 [Text] : Stat. Compilation / Rosstat. — M., 2011.

9. Russia and Countries of World. 2012 [Text] : Stat. Compilation / Rosstat. — M., 2012. — P. 62.

10. About Information and Switching Technologies in the Russian Federation : Report at Session of Presidium of the State Council [from 16.02.2006].

11. **Nikitenkova, M. A.** Influence of Development of Information-Communication Technologies on Formation of an Infrastructure of Innovative Economy [Text] / M. A. Nikitenkova // Russia and America in the XXI Century. — 2010. — № 1.

12. Prospects of Development of Information, Communication Technologies

in Russia [Electronic resource]. — Mode of access : protown.ru<<http://www.protown.ru/>information/hidden/4485.html>.

13. **Baranov, S. V.** Information-Communication Technologies in Russia: about Problems and Victories [Electronic resource] / S. V. Baranov. — Mode of access : emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA.

14. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages.

15. Results of the Complex Supervision of Conditions of a Life of the Population [Text]. — M. : Rosstat, 2012.

16. The Worthy Salary — the Requirement of Trade Unions [Text] // Weekly Journal of Science and Education of the South of Russia. Academy. — 2013. — № 17 (573).

17. <http://www.regnum.ru/news/polit/1670956.html>.

A. B. Каплина

АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРНЫХ СТРУКТУР В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация

В статье на основе обобщения мировой практики региональной кластеризации осуществляется моделирование кластерных инициатив в границах региона с акцентом на методологию управления их реализацией в рамках системно-интеграционной теории.

Ключевые слова

Кластерные инициативы, модели кластеризации, процесс управления кластерными инициативами в регионе.

A. V. Kaplina

ANALYSIS OF THE MODELS OF FORMATION OF CLUSTER STRUCTURES IN THE REGIONAL ECONOMY: ADMINISTRATIVE ASPECT

Annotation

On the basis of summarizing the global practice of regional clustering is performed simulations of cluster initiatives within the boundaries of the region with an emphasis on management methodology implementation in the framework of the system-integration theory.

Keywords

Cluster initiatives, clustering model, the management of cluster initiatives in the region.

Ретроспективный срез анализа эволюции формообразования региональных кластеров позволяет систематизировать и обобщить возможные модели проявления и развития кластерных инициатив, различающиеся по ряду критериев. Это, прежде всего, инициаторы создания кластеров, целевые установки, положенные в основу формирования такого типа ассоциированной деятельности в системе региональной экономики, источник (источники) финансирования процесса кластеризации и др.

По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что для развивающихся экономик чаще всего характерна дирижистская модель региональной кластеризации, где инициатором выступают органы государственной власти, которые посредством реализации целевых программ, включающих меры прямого и косвенного воздействия, обеспечивают институциональные условия для реализации кластерного проекта в конкретной отрасли на кон-

кретной территории. В рамках данной модели выделяют два уровня реализации кластерной политики (рис. 1). На верхнем уровне реализуются крупные федеральные и межрегиональные проекты, имеющие государственное значение и финансируемые преимущественно за счет средств государственного бюджета. Государство определяет стратегию развития кластера, обеспечивает мобилизацию и взаимную увязку факторов производственно-хозяйственной деятельности в границах кластера, формирует координационный совет. На нижнем уровне обеспечивается стимулирование кластерных инициатив со стороны бизнеса в определенных отраслях и сферах деятельности, исходя из соображений стратегических приоритетов отраслевой региональной политики, посредством использования различных механизмов льготного кредитования и налоговых льгот, формирования инфраструктуры развития кластеров.



Рисунок 1 — Дирижистская модель формирования кластерных инициатив

Другой моделью формирования кластерной инициативы является ее развитие «снизу-вверх» (рис. 2). В этом случае инициатором является бизнес, как правило, крупный. Малый и средний бизнес обычно играет в данном процессе пассивную роль, выражая готовность вхождения в структуру кластера. При такой модели финансирование кластера осуществляется за счет средств головного предприятия-инициатора, однако в случае стратегической значимости создаваемой кластерной структуры для региона или на-

родного хозяйства в целом возможна целевая государственная поддержка развития создаваемого кластера как на основе применения механизмов косвенного воздействия (финансово-кредитных, налоговых), так и на основе прямого выделения бюджетных средств. Для обеспечения инновационной направленности кластерной структуры в ее состав вовлекаются научно-исследовательские центры, вузы, обеспечивающие распространение новых знаний, технологий и инноваций.

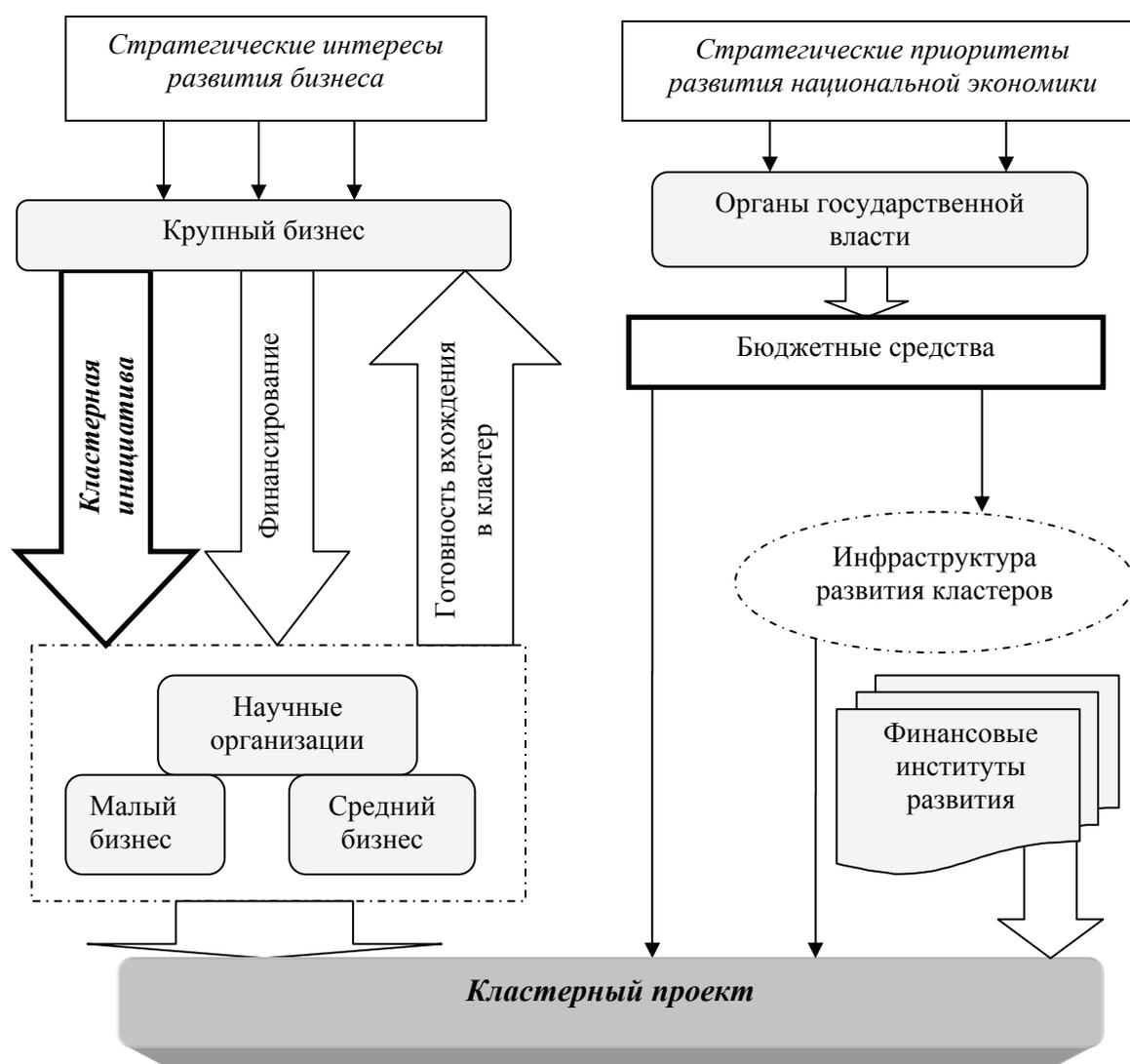


Рисунок 2 — Модель формирования кластерных инициатив «снизу-вверх»

В последние годы находит также распространение смешанная модель формирования кластерных инициатив (рис. 3), которая заключается в том, что государство организует конкурс на оказание финансовой поддержки инициаторов создания кластерного объединения в регионе, устанавливая отраслевые приоритеты, требования к структуре формируемого кластера, к соблюдению экологических нормативов и т. п. Одно-

временно для бизнеса остается достаточно широкое пространство для проявления инициативы. Как правило, в рамках данной модели кластерные инициативы реализуются в форме государственно-частного партнерства, сочетая как инфраструктурные и социально значимые проекты, так и проекты инновационного развития промышленности региона.



Рисунок 3 — Смешанная модель формирования кластерных инициатив

Проведение эффективной кластерной политики должно основываться на четком выделении направлений *финансирования кластерных инициатив*, что предполагает необходимость конкретизации экономического содержания категории «управление кластерными инициативами». Представляется целесообразным методологию управления формированием и развитием кластерных инициатив развивать в рамках системно-интеграционной теории [1], в соответствии с которой экономическое содержание процесса управления кластерной инициативой можно представить в виде совокупности следующих организационных, контрактационных, гармонизационных и трансформационно-

инновационных компонент (действий), выступающих катализатором образования инновационных кластерных проектов (рис. 4):

- маркетинговые исследования перспектив кластерного объединения;
- страхование рисков инвестирования кластерной инициативы;
- информационно-консалтинговая и методическая поддержка;
- формирование сети взаимодействий;
- привлечение инвестиций для реализации кластерного проекта;
- стратегии инновационного развития региона.

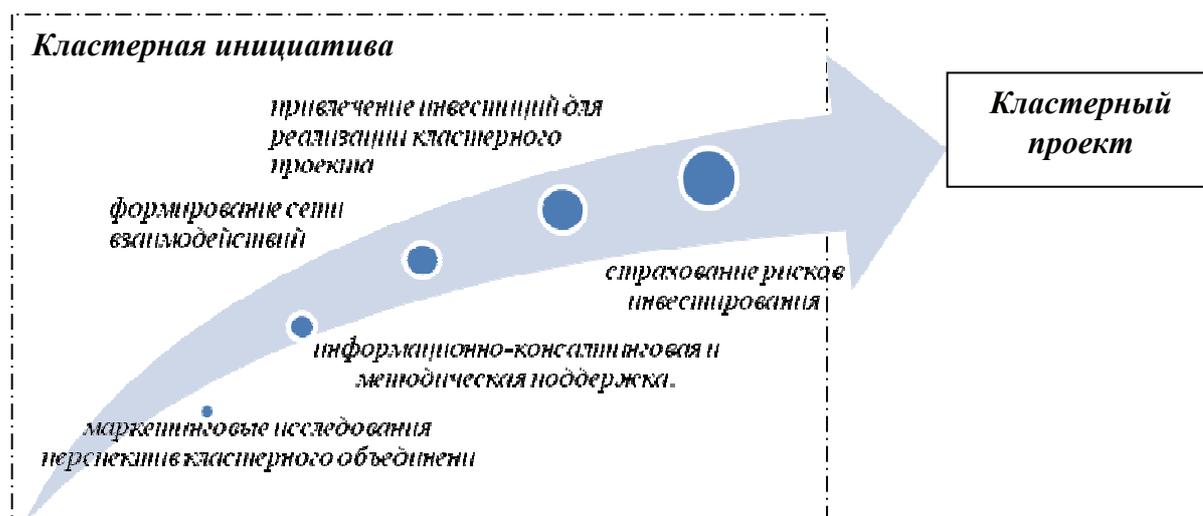


Рисунок 4 — Экономическое содержание управления развитием кластерной инициативы

Ключевым компонентом управления кластерной инициативой является проведение *маркетинговых исследований перспектив кластерного объединения* субъектов региональной экономики. На данном этапе предполагается проведение оценки конкурентоспособности действующих в регионе предприятий с точки зрения эффективности их вхождения в кластер, оценки институциональных условий развития кластерных структур на данной территории, а также потенциальных возможностей создания межрегиональных кластеров и их конкурентных преимуществ. Для проведения таких исследований возможно использование инструментария SWOT и PEST анализа, которые являются общепринятыми методологическими подходами в теории управления при моделировании параметров функционирования системы и оценки ее конкурентных позиций. В части структуры и содержания аналитического отчета следует ориентироваться на Методические материалы по разработке программы развития инновационного территориального кластера[2]. При проведении анализа необходимо учитывать, что конкурентные преимущества должны оцениваться не только для каждого субъекта кластера,

но и для всей кластерной структуры как системы. При этом основная цель данных маркетинговых исследований будет состоять в выделении некоторых ключевых «точек роста», развитие которых обеспечит модернизацию и инновационную направленность развития региона в целом.

Информационно-консалтинговая и методическая поддержка кластерных инициатив предполагает создание *единого информационного пространства*, как объединяющего участников кластера, так и обеспечивающего внешние связи с общественными институтами, органами государственной власти и др., включая помощь участия в тендерах, конкурсах, грантовых программах. Важным принципом формирования системы информационной и методической поддержки является ее ориентированность на оперативное и наиболее полное предоставление информации об изменениях конкурентной и правовой среды. Развитая информационная среда позволяет не только снизить формальные барьеры для реализации кластерных инициатив в результате облегчения движения потоков информации, но и сформировать систему гибкого перераспределения ресурсов в сектора, наи-

более необходимые для развития кластера [3]. Приоритетное значение информационной составляющей в управлении функционированием и развитием кластерных структур в регионе определяет необходимость решения проблемы информационного обеспечения принимаемых управленческих решений, с одной стороны, в кластере как относительно обособленной системе, с другой, — в границах подсистемы более высокого порядка — региона. Причем важно заметить, что эти два аспекта являются органически взаимосвязанными и взаимосогласованными. Тем более что бурное развитие процессов кластеризации в разных регионах России и стремление потенциальных участников кластеров к активному вовлечению в процессы ассоциированного предпринимательства в составе ведущих (по производственному, инвестиционному и инновационному потенциалу) объединений данного типа в границах их территориальной локализации становится все более сложной и полиаспектной задачей. Положительность решения этой задачи, чтобы быть убедительной как для самой кластерной структуры, так и для ее будущих участников, определяется качеством, полнотой, объективностью, своевременностью и корректностью информационного обеспечения. Последнее объясняется также необходимостью учета при принятии такого рода управленческих решений большого количества политических, экономических, социальных, юридических и других информационно «наполненных» факторов, формирующих своего рода экономико-институциональную инфраструктуру кластерной организации производства в конкретном регионе.

Большинство исследователей проблем кластеризации национальной экономики отмечают в качестве наиболее важного сдерживающего фактора развития кластерных инициатив наличие разрыва между потенциальными звень-

ями кластера: образования, науки, бизнеса, институтами развития, государственными органами. Отсутствие взаимосвязи научно-исследовательских организаций, институтов с конкретными промышленными предприятиями является серьезной причиной, сдерживающей развитие инновационных кластеров. Поэтому следующим необходимым компонентом управления кластерной инициативой является формирование *сети взаимодействий*, обеспечивающей минимизацию транзакционных издержек на каждом этапе реализации кластерной инициативы и ее трансформации в кластерный проект. Значимость данного этапа подчеркивает Д. Тис, отмечая, что реализация инновационных проектов предполагает наличие тесных контактов между различными ресурсно-обеспечивающими подсистемами [4]. Именно эффективность взаимодействия субъектов кластерных образований друг с другом, а также с общественными институтами, а не эффективность функционирования каждого элемента в отдельности, определяет результативность кластера, положительный синергетический эффект кластерного образования. В соответствии с этим данные взаимодействия должны обеспечивать доступ:

- а) к современным качественным технологиям осуществления производственно-хозяйственной деятельности;
- б) к трудовым ресурсам;
- в) к информационным ресурсам и др.

Реализация этого этапа развития кластерной инициативы обычно основывается на использовании методологии проектного менеджмента, в соответствии с которым целевыми ориентирами является формирование устойчивых связей с интеллектуальными и финансовыми инвесторами. В результате целеориентированных взаимодействий участников кластера формируется его стратегия и разрабатывается пилотный проект.

Еще одним необходимым условием развития кластерных инициатив является *привлечение инвестиций для реализации кластерных проектов*. В этом аспекте роль органов государственной власти территории преимущественно заключается в создании условий эффективной среды для деятельности участников кластера, активно поощряющих частных инвесторов к финансированию кластерных инициатив. Кроме того, финансирование кластерных инициатив может осуществляться из средств федерального и регионального бюджетов. При этом, в соответствии с концепцией «тройной спирали», представляется важным обеспечить приоритетную государственную поддержку тех инициатив, которые предполагают активное взаимодействие науки, бизнеса и государства. Среди возможных направлений, стимулирующих приток инвестиций в кластерные проекты региона, можно выделить следующие:

- реализация программ государственно-частного партнерства;
- формирование особых экономических зон на территории региона;
- применение налоговых механизмов (льготы, преференции) для участников кластера.

Формирование кластерных структур требует принципиальных изменений в практике организации и ведения бизнеса, что касается, в первую очередь, *распределения рисков инвестирования*. Достаточно большое количество входящих в структуру кластера хозяйствующих структур, имеющих разнообразный спектр деятельности, порождает трудности при учете и оценке данных рисков как для кластера в целом, так и отдельно для каждого его субъекта. Реализация кластерных инициатив сопровождается рисками, которые могут привести к тому, что инициатива остановится на уровне декларирования целей. Как правило, в научной литературе выделяют риски, обусловленные:

– недостаточно развитой сетью взаимодействий, пренебрежением внешними связями, что определяется как эффект замкнутости;

– снижением уровня конкуренции в результате интегрирования хозяйствующих субъектов и налаживания партнерских отношений;

– уязвимостью хозяйствующих субъектов входящих в кластер, их зависимость от деятельности головного предприятия;

– проявлением синдрома самодостаточности, когда кластер не в состоянии распознать новые тенденции или изменения внешней среды [5].

Как справедливо отмечает В.А. Наумов, создание кластерного образования не является инвестиционным проектом в традиционном смысле [6]. Кроме того, кластер, как правило, ориентирован на реализацию инновационных проектов, что предполагает использование соответствующих методологических подходов, раскрывающих особенности инвестиционных рисков. В настоящее время риски инвестирования кластерных инициатив в основном несет венчурный сектор. Остальные инвесторы (банковская сфера, фонды, корпоративные структуры и т.п.) подключаются к финансированию кластера тогда, когда он уже сформирован и осуществляет развитие новых технологий, создание новых предприятий и т.п. В связи с этим возрастает роль региональных и муниципальных органов власти. Учитывая, что наибольшая потребность в финансовых ресурсах существует на начальных стадиях развития кластера, для привлечения участия финансово-кредитных учреждений в кластерных инициативах властные структуры могут взять на себя следующие функции: разработка системы гарантий и компенсаций процентных ставок по кредитам, предоставляемым компаниям-инициаторам кластера; расширение сферы использования механизмов государственно-

частного партнерства в качестве обязательного условия финансирования кластерного проекта и др.

В современных экономических условиях, характеризующихся процессами глобализации национальной экономики, задачи обеспечения конкурентоспособности отечественного бизнеса обуславливают необходимость стратегической направленности процессов кластерообразования на реализацию инновационных проектов. Г. П. Беляков и Э. В. Степанова подчеркивают, что для инновационного развития территорий является более предпочтительной именно кластерная модель, поскольку она обладает следующими преимуществами:

- обеспечение концентрации разрозненного промышленного и научно-технического потенциала на основных направлениях стратегического развития кластера;

- оптимизация затрат на НИОКР за счет единой направленности производственной и товарной стратегии кластера;

- создание условий для государственного регулирования, путем привлечения государственных средств;

- привлечение инвестиций к финансированию коммерчески эффективных НИОКР и создания на этой базе производств;

- использование франчайзинговых отношений, аутсорсинга, субконтрактных отношений между участниками кластера [7].

Таким образом, процесс принятия решения, связанного с определением наиболее эффективного варианта инновационной активности кластерной компании, условно представлен в виде совокупности пяти взаимосвязанных этапов, в совокупности формирующих условия для эффективной реализации инновационно ориентированной кластерной инициативы в системе региональной экономики. Автоматизация каждого этапа с

применением современных информационных технологий позволяет существенно повысить качество процесса принятия решений, направленных на формирование эффективной и продуктивной структуры регионального кластера.

Библиографический список

1. **Клейнер, Г. Б.** Синтез стратегии кластера на основе системно-интеграционной теории [Электронный ресурс] / Г. Б. Клейнер, Р. М. Качалов, Н. Б. Нагрудная // Отраслевые рынки. — 2008. — № 5–6 (18). — Режим доступа : <http://www.kleiner.ru/arpab/klaster.html>.

2. Методические материалы по разработке программы развития инновационного территориального кластера [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/politic/doc20120319_001?presentationtemplate=docHTMLTemplate3&presentationtemplateid=58e.

3. **Михеев, А. А.** Развитие кластеров в региональных экономических системах: преимущества, проблемы, пути поддержки [Текст] / А. А. Михеев // Проблемы современной экономики. — 2008. — № 3.

4. **Чезборо, Г. У.** Организационные формы инноваций: когда виртуальная корпорация эффективна? [Текст] / Г. У. Чезборо, Д. Дж. Тис // Российский журнал менеджмента. — 2003. — № 1.

5. **Шим, Дж.** Методы управления стоимостью и анализа затрат [Текст] / Дж. Шим, Дж. Сигел. — М. : Филинь, 2000.

6. **Наумов, В. А.** Экономическая эффективность формирования кластера в нефтегазовом регионе [Электронный ресурс] / В. А. Наумов // Нефтегазовое дело. — Режим доступа : <http://www.ogbus.ru>.

7. **Беляков, Г. П.** Проблемы модернизации и перехода к инновационной экономике [Электронный ресурс] / Г. П. Беляков, Э. В. Степанова // Проблемы современной экономики. — 2011. — № 4 (40). — Режим доступа : <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3777>.

Bibliographic list

1. **Kleiner, G. B.** Synthesis of Cluster Strategies Based on System-Integration Theory [Electronic resource] / G. B. Kleiner, R. M. Katchalov, N. B. Nagrudnaya // Branch Markets. — 2008. — № 5–6 (18). — Mode of access : <http://www.kleiner.ru/arpab/klaster.html>.
2. Methodological Materials for Innovative Development Program Territorial Cluster [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/politic/doc20120319_001?presentationtemplate=docHTMLTemplate3&presentationtemplateid=58e.
3. **Mikheev, A. A.** Development of Clusters in Regional Economic Systems: Advantages, Problems and Support [Text] // Problems of the Modern Economy. — 2008. — № 3.
4. **Chezboro, G. U.** Organizational Forms of Innovation: When the Virtual Corporation Effective? [Text] / G. U. Chezboro, D. J. Teece // Russian Management Journal. — 2003. — № 1.
5. **Shim, J.** Methods of Cost Management and Cost Analysis [Text] / J. Shim, J. Siegel. — M. : Philin, 2000.
6. **Naumov, V. A.** Economic Efficiency of Cluster Formation in the Oil and Gas Region [Electronic resource] / V. A. Naumov // Oil and Gas Business. — Mode of access : <http://www.ogbus.ru>.
7. **Belyakov, G. P.** Problems of Modernization and Transition to an Innovative Economy [Electronic resource] / G. P. Belyakov, E. V. Staphanova // Problems of the Modern Economy. — 2011. — № 4 (40). — Mode of access : <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3777>.

Б. И. Линченко

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРОВ

Аннотация

В статье раскрыты актуальные проблемы создания кластеров, обусловленные общими закономерностями развития экономики на современном этапе. Выявлены институциональные особенности развития промышленных кластеров региона.

Ключевые слова

Анализ, бизнес, институт, институциональная среда, кластер, конкурентоспособность, регион, стимулирование, экономика.

B. I. Linchenko

INCREASE OF INNOVATIVE COMPETITIVENESS OF REGIONS ON THE BASIS OF CLUSTER APPROACH

Annotation

The article is devoted to topical issues of clustering, due to the general laws of development of the economy at the present stage. Identified specific institutional development of regional industrial clusters.

Keywords

Analysis, business, institution, institutional environment, a cluster competitiveness, the region, stimulating the economy.

Значительную роль в развитии региональной экономики занимают институциональные реформы и отраслевая продуманная политика, которая направлена на формирование новых современных форм кооперации и организации труда. К таким формам следует отнести кластеры — это связанные между собой группы отраслей, а также комплексы предприятий на основе территориальной концентрации производителей и поставщиков, некий симбиоз кооперации и дифференциации.

Следует указать, что кластер формирует важные условия для развития предпринимательства. Наиболее значительным условием рационального перевода изобретений в инновации, а инноваций — в конкурентоспособность является создание устойчивой сети связей между участниками кластера. Таким образом, кластерный подход усиливает инновационную направленность, конкурентоспособность, повышает уровень жизни населения, а потому является мощным механизмом для динамичного развития экономики региона [1]. Это позволяет говорить о том, что кластер является интегрированной инновационной системой, включающей в себя предпринимательские структуры, профильные предприятия, инновационные структуры вуза, имеющей столь высокий потенциал, который превышает сумму потенциалов отдельных составляющих, на базе использования и эффективного сотрудничества партнеров в длительном периоде, сочетания конкуренции и кооперации.

В экономике России в 2005 г. был взят курс на создание кластеров. Кластерная политика рассматривается как одна из ключевых инвестиционных инициатив [2].

В Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 г. одной из ключевых задач модернизации экономики обозначены стимулирование спроса на результаты

научных исследований, на инновации, формирование условий для создания устойчивых инновационных сетей, кооперационных научно-производственных связей и кластеров.

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. указано, что успешное осуществление инновационного сценария развития экономики страны зависит от способности государственных органов власти создать условия по формированию институциональных структур и совершенствованию институциональной среды, которые соответствуют постиндустриальному обществу. В числе этих условий находится поддержание кластерных инициатив, нацеленных на достижение рациональной и результативной кооперации организаций — специализированных производственных и сервисных услуг, поставщиков оборудования и комплектующих, образовательных и научно-исследовательских организаций в сфере территориально-производственных кластеров.

Таким образом, государственная кластерная политика России применяет механизмы как либеральной, так и дирижистской модели, т. е. используется «смешанная» модель, предполагающая, с одной стороны, активную роль региональных компаний и самих регионов в создании кластеров, а с другой, поддержание со стороны государственных органов власти кластерных инициатив.

Следует указать на то, что обоснование оптимального варианта и практическое осуществление кластерного развития региона требуют строгого понимания особенностей институциональной среды, где родились и создаются кластеры. В связи с этим следует выявить роль отдельных институтов и определить специфику институциональной организации кластеров в целях перспективного кластерного развития региональной экономики.

Исходя из логики поставленной проблемы сначала раскроем сущность понятия института. Роль пионера в сфере формирования институциональной теории принадлежит Д. Норту. В его работах институты определены как «механизмы и правила, которые обеспечивают их выполнение, а также нормы поведения, структурирующие повторяющиеся между людьми взаимодействия» [3]. В своих более поздних исследованиях Д. Норт к институтам причисляет также «структуры, которые выявляют смысл лишь в рамках непрерывной реакции на разнообразные уровни неопределенности» [4].

Таким образом, функциональное значение институтов, как полагает Д. Норт, обосновано тем, что они структурируют повседневную деятельность человека, уменьшают неопределенность поведения, определяют и ограничивают набор доступных альтернатив укоренившимися нормами и правилами их поведения.

А. Дензау в определении содержания институтов особое внимание акцентирует на общих ментальных моделях, образующих иерархические структуры норм и правил, создающих область интерпретации и восприятия реальности и осуществляющих коллективные действия индивидуумов [5].

Г. Б. Клейнер дает следующее понятие институтов: «... институты — это довольно устойчивые к изменению интересов или поведения отдельных личностей и их групп, а также в течение продолжительного периода времени действующие как формальные, так и неформальные нормы, которые регулируют принятие решений, взаимодействие и деятельность социально-экономических субъектов» [6].

Для понимания институционального устройства кластеров следует выявить соотношение понятий «организация» и «институт». В связи с этим в неинституциональной экономической теории было высказано два мнения.

Согласно первому подходу, если институты обозначаются через нормы и правила, то организация — это большое количество экономических агентов, которые обмениваются правами собственности и свобод друг с другом. Таким образом, исходя из первого представления, институты — это нормы, правила поведения и механизмы, определяющие их соблюдение, а организации — это игроки, которые взаимодействуют согласно данным правилам и нормам.

В соответствии со вторым подходом, каждый институт определяет интересы многих организаций, а на каждую организацию оказывают влияние многие институты, поэтому институты и организации довольно часто раскрываются как взаимозаменяемые понятия. Таким образом, один и тот же объект может быть определен и как институт, и как организация [7]. Подобная взаимозаменяемость не безосновательна, что возможно представить на примере кластеров. С одной стороны, существование кластеров определено действием фундаментальных институтов кооперации, доверия, конкуренции, а сам кластер, с другой стороны, — это группа взаимодействующих и взаимосвязанных фирм как организаций.

В данном аспекте организация представляет собой совокупность людей, структурно обособленных определенными процессами принятия решений по использованию ограниченных ресурсов. По определению, данному К. Эрроу: «Организация — это группа индивидов, которые стремятся достичь некоторых общих целей, по общему правилу, выраженных в максимизации целевой функции» [8].

Институциональная характеристика организаций основана на следующих отличительных признаках.

1) каждая организация — это большое количество участников (лиц, принимающих или участвующих в принятии решений);

2) для любой организации характерно определенное отношение к целям и средствам их достижения;

3) каждая организация предопределяет структурированность взаимодействия (координации) на основании соответствующих правил (как формальных, так и неформальных) [9].

Таким образом, если принять названные трактовки, то организацию как институциональную единицу можно вписать в общее представление о кластерах. Так, М. Портер определяет кластер как «группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [10]. При этом он уточняет, что кластер — это «система взаимосвязанных фирм и институтов», обладающая такими конкурентными преимуществами, которые не могут быть реализованы в случае их работы вне кластера [11]. Характеристика кластера позволяет выявить специфические условия институциональной среды, в которой создается и может успешно развиваться кластер.

В экономической науке существуют различные подходы к трактовке понятия «институциональная среда». К примеру, Т. П. Логинова дает следующее определение: «Институциональная среда представляет собой симбиоз институтов правового, социального и финансового характера, который и обеспечивает инновационные процессы и имеет строго национальные корни, культурные и политические особенности, а также традиции» [12].

В. Н. Черковец полагает, что в понятие «институциональная среда» входят [13]:

– институты — как неправовые, так и правовые традиционные установления определенного порядка хозяйствования на разных уровнях экономической системы;

– институты — учреждения и организации, реализующие в практическом хозяйствовании институты первого ряда;

– формы проявления экономических отношений, применяемые как методы (средства, рычаги) согласно правилам, разрешениям и ограничениям в ведении хозяйственной деятельности (издержки всех видов воспроизводственного процесса, куда включаются издержки управления им, цены, прибыль в ее разнообразных превращенных формах, оплата труда наемных работников, налоговая, бюджетная, кредитная система и т. п.).

В нашем понимании наиболее полно и емко сущность институциональной среды раскрывается в определении, предложенном профессором В. А. Мальгиным. Согласно его точке зрения, институциональная среда — это форма организации отношений, совокупность формальных и неформальных рамок поведения участников экономических процессов, а также способов закрепления данных взаимодействий и контроля за их исполнением [14]. Такой подход в наибольшей степени раскрывает сущность институциональной среды и ее структуру.

Давая характеристику специфическим условиям институциональной среды, где создается и может успешно развиваться кластер, Т. Ю. Ковалева отмечает, что:

– институциональная среда предполагает развитие конкурентных преимуществ, столь необходимых для создания кластера, среди которых наибольшее значение имеют географическое положение, доступность сырья, поставщиков комплектующих, деловых, финансовых, торговых услуг, наличие кадровых ресурсов, инновационных центров и специализированных учебных заведений, а также необходимой инфраструктуры;

– в институциональной среде территории формирования кластера должны быть созданы благоприятные условия для концентрации предприятий по географическому признаку, потому как близость фирм и организаций кластера формирует прочные деловые связи и способствует заключению долгосрочных договоров, благоприятствует развитию партнерства предприятий с исследовательскими и образовательными учреждениями, развивает координационные механизмы по продвижению продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынках;

– институциональная среда благоприятно способствует сочетанию институтов кооперации и конкуренции. Так, С. А. Афонцев, С. М. Кадочников и другие ученые указывают, что «тесные кооперационные связи между компаниями в кластере ведут к положительным синергетическим эффектам, а потому успехи любой компании в кластере неразрывно связан с общим успехом кластера. Но все же между фирмами кластера существует конкуренция, которая и создает эффективные стимулы для развития инновационной деятельности» [15];

– в кластере обязательно должен быть лидер, который заинтересован в развитии группы компаний, а это, в свою очередь, является значительной институциональной предпосылкой жизнеспособности кластера.

Названные специфические особенности необходимо дополнить перечнем составляющих базу формирования кластеров эндогенных (внутренних) институтов.

Институт партнерства. Институт партнерства — это механизм создания тесных взаимообусловленных связей в условиях повторяющихся взаимодействий, образуя особые нормы, которые были выработаны в продолжительном сотрудничестве и, что следует особо подчеркнуть, не нуждающиеся в меха-

низмах принуждения к их соблюдению. В исследовании Э. Фезера и Э. Бергмана указано, что кластер связывают общие технологии или сделки купли-продажи, общие каналы распределения или покупатели, поэтому кластер — это группа коммерческих предприятий и некоммерческих организаций, для которых членство в группе, именно партнерство, и есть особенно важный элемент индивидуальной конкурентоспособности [16].

Таким образом, как утверждает Т. Ю. Ковалева, формирование партнерства усиливает взаимозависимость участников кластера и создает особые отношения доверия.

Институт координации. Институт координации создает условия для обеспечения координации действий фирм и организаций, находящихся в составе кластера, причисляя в том числе и координирующее значение администрации региона. По сути, институт координации формируется на базе создания общей социально-экономической среды кластера, которая стимулирует взаимодействие и обеспечивает доверие.

Институт кооперации. Данный институт — это правила и нормы, обеспечивающие взаимодействие субъектов кластера, их взаимосвязь. Большое значение имеет контрактная кооперация фирм, а также организации, деятельность которых прямо связана с формированием контактов между фирмами и структурами, которые и составляют кластер, и в целом созданием и развитием кооперативных форм действий (например союзы промышленников).

Институт конкуренции. Институт конкуренции создает условия для формирования «критической массы предприятий», которая необходима для рождения и развития кластера. Позднее его влияние снижает издержки и обеспечивает обновление предпринимательской среды кластера.

Институт коммуникации. Назначение данного института служит для эффективного налаживания взаимодействия между субъектами кластера, сюда включаются сфера услуг, промышленные предприятия, образовательные учреждения, исследовательские организации и органы власти [17].

Важно особо подчеркнуть, что названный перечень институтов не является достаточно полным, потому как деятельность субъектов кластера регулируется институтами предпринимательства, рынка, контрактации и др. Однако указанные выше институты вызывают объединение фирм в кластер для получения соответствующего синергетического эффекта в благоприятной для этого институциональной среде.

Таким образом, наиболее важной задачей создания и развития кластеров является формирование такой институциональной среды, где будут созданы благоприятные условия для максимального использования синергетического и агломерационного эффектов, которые возникают как при взаимодействии предприятий, так и при формировании связей с организациями инновационно-образовательной сферы, а также с органами государственного управления. В связи с этим будет достигнуто повышение общей производительности труда, приобретены вновь созданные конкурентные преимущества, завоеваны новые рынки, развиты стратегии компаний в сфере управления, маркетинга, финансов при экономии средств и ресурсов. Отсюда следует, что ключевой уровень развития кластеров — региональный, на основе которого должна выработываться и осуществляться полноценная кластерная экономическая политика.

Для эффективной реализации стратегии инновационного развития Юга России на базе использования современных кластерных технологий в рамках применения институционального подхода следует сконцентрировать

деятельность образовательных учреждений, научных организаций, крупных промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса, а также государственных структур на реализации следующих мероприятий:

- формирование региональных корпораций развития на территории ЮФО и СКФО, которые будут способны стать не только операторами индустриальных парков в регионах, но и оказать эффективную помощь экономическим субъектам в реализации инновационных проектов;

- создание устойчивого спроса на инновации с применением маркетинговых технологий, финансовых ресурсов и способов повышения культуры потребления инновационных продуктов и технологий;

- строго обязательная разработка программ инновационного развития крупных фирм, входящих в кластерную архитектуру инновационного развития экономики региона;

- стимулирование творческой инициативы и инновационной активности в разработке инновационных проектов предприятий кластера, которые могут и должны быть успешно коммерциализированы;

- разработка эффективных механизмов мотивации для развития инновационного предпринимательства всех субъектов кластера с учетом имиджевой составляющей и соблюдения принципа терпимости к неудачам в инновационном процессе;

- выработка и закрепление жестких технических стандартов по экологическим нормам и параметрам энергоэффективности для инновационных предприятий кластера;

- переподготовка кадров «под заказ» инновационных предприятий кластера для того, чтобы обеспечить непрерывный процесс развития инновационной деятельности на всех этапах осу-

ществления и коммерциализации инновационных идей;

– создание имиджа инновационного региона с ориентацией на зарубежные рынки и рынки других регионов на базе достижения стабильных показателей инновационного развития участниками инновационного кластера;

– акцент на совместных проектах, развитии сетевых контактов, на стратегическом взаимодействии по совместному позиционированию инновационных продуктов и технологий, общности целей и интересов участников кластера.

Библиографический список

1. **Марков, Л. С.** Проблемы реализации кластерной политики в России [Текст] / Л. С. Марков // Научный эксперт. — 2013. — № 4. — С. 25.
2. **Ленчук, Е. Б.** Кластерный подход в стратегии инновационного развития России [Текст] / Е. Б. Ленчук, Г. А. Власкин. — Режим доступа : <http://oko-planet.su/politik/politikdiscussions/94396-klasternyy-podhod-v-strategii-innovacionnogo-razvitiya-rossii.html>.
3. **Норт, Д.** Институты и экономический рост: историческое введение [Текст] / Д. Норт // THESIS. Весна. — Вып. 2. — Т. 1. — С. 73.
4. **Норт, Д.** Понимание процесса экономических изменений [Текст] / Д. Норт. — М. : изд. дом Гос. ун-та — Высшей школы экономики, 2010. — С. 29.
5. **Denzau, A.** Shared Mental Models: Ideologies and Institutions [Text] / A. Denzau, D. North // *Kyklos*. — 1994. — Vol. 47. — № 1.
6. **Клейнер, Г. Б.** Эволюция институциональных систем [Текст] / Г. Б. Клейнер. — М. : Наука, 2004. — С. 19.
7. **Шаститко, А. Е.** Новая институциональная экономическая теория [Текст] / А. Е. Шаститко. — М. : ТЕИС, 2010. — С. 108–109;
8. **Кузьминов, Я. И.** Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки, контракты [Текст] / Я. И. Кузьминов. — М. : изд. дом ГУ ВШЭ, 2012. — С. 90–91.
9. **Фуруботн, Э. Г.** Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории [Текст] / Э. Г. Фуруботн, Р. Рихтер. — СПб. : изд. дом Санкт-Петербург. гос. ун-та, 2005. — С. 10–11.
10. **Менар, К.** Экономика организаций [Текст] / К. Менар. — М. : Инфра-М, 1996. — С. 22.
11. **Портер, М.** Конкуренция [Текст] / М. Портер. — М. : Вильямс, 2005. — С. 207.
12. Там же. С. 275.
13. **Логинова, Т. П.** Институциональные факторы инновационного развития российской экономики [Текст] / Т. П. Логинова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. — 2011. — № 5. — С. 119.
14. **Черковец, В. Н.** К вопросу об институциональной среде инновационного развития [Текст] / В. Н. Черковец // Материалы научной конференции памяти М. И. Скаржинского. Костромской государственной университет им. Н. А. Некрасова, 2010. — С. 127.
15. **Мальгин, В. А.** Новые подходы к формированию институциональной среды и экономического роста [Текст] / В. А. Мальгин. — Казань, 2009.
16. **Афонцев, С. А.** Кластерная политика как инструмент повышения конкурентоспособности Свердловской области [Текст] : аналит. доклад [Текст] / С. А. Афонцев [и др.]. — Екатеринбург : Лаборатория исследований мировой торговли и международной торговой политики ВШЭМ УрФУ, 2013. — С. 5.
17. **Bergman, E. M.** Industrial and Regional Cluster: Concepts and Comparative Applications [Electronic resource] / E. M. Bergman, E. J. Feser. — Mode of access : <http://www.rri.wvu.edu/WebBook/Bergman-Feser/contents.htm>.

18. Экономические и организационные аспекты формирования региональных кластеров [Текст] / под ред. Е. Э. Смолиной, Ю. И. Трещевского. — Тамбов, 2013.

Bibliographic list

1. **Markov, L. S.** Problems Implementing Cluster Policies in Russia [Text] / L. S. Markov // Scientific Expert. — 2013. — № 4. — P. 25.

2. **Lenchuk, E. B.** Cluster Approach in the Strategy of Innovative Development Russia [Text] / E. B. Lenchuk, G. A. Vlaskin. — Mode of access : <http://okoplanet.su/politik/politikdiscussions/94396-klasternyy-podhod-v-strategii-innovacionnogo-razvitiya-rossii.html>.

3. **North, D.** Institutions and Economic Growth: a Historical Introduction [Text] / D. North // THESIS. Spring. — Issue. 2. — T. 1. — P. 73.

4. **North, D.** Understanding the Process of Economic Change [Text] / D. North. — M. : Ed. of State House — Higher School of Economics, 2010. — P. 29.

5. **Denzau, A.** Shared Mental Models: Ideologies and Institutions [Text] / A. Denzau, D. North // Kyklos. — 1994. — Vol. 47. — № 1.

6. **Kleiner, G. B.** Evolution of Institutional Systems [Text] / G. B. Kleiner. — M. : Nauka, 2004. — P. 19.

7. **Shastitko, A. E.** New Institutional Economics [Text] / A. Shastitko. — M. : TEIS, 2010. — P. 108–109.

8. **Kuzminov, Ya. I.** Course Institutional Economics: Institutions, Networks, Transaction Costs, Contracts [Text] / Ya. I. Kuzminov. — M. : ed. House HSE, 2012. — P. 90–91.

9. **Furubotn, E. G.** Institutions and Economic Theory: Achievements of a New Institutional Economics [Text] / E. G.

Furubotn, R. Richter. — StPb : Ed. House St. Petersburg Reg. University Press, 2005. — P. 10–11.

10. **Menard, K.** Business Organizations [Text] / K. Menard. — M. : Infra-M, 1996. — P. 22.

11. **Porter, M.** Competition [Text] / M. Porter. — M. : Williams, 2005. — P. 207.

12. The Same. — P. 275.

13. Loginov, T. P. Institutional Factors Innovative Development of the Russian Economy [Text] / T. P. Loginov // Bulletin of the University of Nizhni Novgorod of Lobachevsky. — 2011. — № 5. — P. 119.

14. **Cherkovets, V. N.** On the institutional environment of innovative development [Text] / V. N. Cherkovets // Proceedings of the Conference Memory M. I. Skarzhinsky. — Kostroma : State University of Nekrasov, 2010. — P. 127.

15. **Malgin, V. A.** New Approaches to the Formation of the Institutional Environment and Economic Growth [Text] / V. A. Malgin. — Kazan', 2009.

16. **Afontsev, S. A.** Cluster Policy as a Tool to Improve the Competitiveness of the Sverdlovsk Region [Text] : Analytics Report / S. A. Afontsev [etc.]. — Yekaterinburg : Laboratory Studies of World Trade and International Trade Policy VSHEM UrFU, 2013. — P. 5.

17. **Bergman, E. M.** Industrial and Regional Cluster: Concepts and Comparative Applications [Electronic resource] / E. M. Bergman, E. J. Feser. — Mode of access : <http://www.rri.wvu.edu/WebBook/Bergman-Feser/contents.htm>.

18. Economic and Organizational Aspects of the Formation of Regional Clusters [Text] / ed. by E. E. Smolin, Y. I. Treshchevskiy. — Tambov, 2013.

ПОНЯТИЯ «ИННОВАЦИЯ» И «НАЦИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА» КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КАТЕГОРИИ

Аннотация

Несмотря на общепризнанную значимость перехода России к экономике знаний, такие основополагающие понятия, как «инновация» и «национальная инновационная система» до сих пор не имеют однозначного трактования. Это порождает неточности в сфере осуществления деятельности по инновационному развитию. Для недопущения ошибок необходимо рассмотреть имеющиеся мнения и трактовки данных терминов для выведения наиболее адекватного определения, отражающего все значимые стороны и явления.

Ключевые слова

Инновация, национальная инновационная система.

Ju. Ju. Lozovaja

DEFINITIONS OF «INNOVATION» AND «NATIONAL INNOVATION SYSTEM» AS ECONOMIC CATEGORIES

Annotation

Despite the generally accepted importance of Russia's transition to the knowledge-based economy, such fundamental concepts as «innovation» and «national innovation system», so far do not have clear-cut interpretations, which is causing uncertainties involved in implementations of innovative development. To prevent errors, we consider it necessary to review all the available views and interpretations of the concept to formulate the most adequate definition that reflects all the relevant parties and events.

Keywords

Innovation, national innovation system.

Понятие «инновация» (нововведение) происходит от английского слова *innovation*, что в переводе означает «введение новаций (новшеств)». Под новшеством понимается новый порядок, новый метод, новая продукция или технология, новое явление. Инновации могут относиться как к технике и технологии, так и к формам организации производства и управления. Все они тесно взаимосвязаны и являются качественными ступенями в развитии производительных сил, повышения эффективности производства [7].

Несмотря на довольно длительную историю существования самого понятия¹,

экономические науки освоили его только в начале XX в., обозначая этим определением новые комбинации из имеющихся элементов, предпринимаемые субъектами хозяйственной жизни и выступающие как источник предпринимательской прибыли. Инновационная деятельность противопоставляется рутинной, причем первая отрицает вторую [11].

Проблема определения значения термина «инновация» в российской экономической литературе интересна тем, что отечественные экономисты стали применять его только с переходом экономики к рыночным отношениям. До

¹ Термин «инновация» вошел в науку в XIX веке как необходимый показатель развития общества и отдельных его сторон. Сначала этот термин

использовался в антропологии при исследовании процессов изменений в культуре и противопоставлялся термину «традиция».

этого проблематика нововведений широко освещалась в рамках исследований научно-технического прогресса (НТП), развития науки и техники [4]. В ряде изданных в последние годы в России энциклопедических словарей инновация также отождествляется с нововведением, новшеством. Однако, на наш взгляд, это в корне неверно, так как инновация — это не просто новшество, а существенное, значительное и качественное изменение, основа вектора, превращающего появляющиеся направления в нечто новое, на основе чего будут открываться и происходить последующие изменения.

Анализ различных подходов как зарубежных, так и отечественных ученых к определению сущности инноваций, свидетельствует о неоднозначности трактования данного понятия. Однако в современной литературе встречаются три основных подхода к толкованию термина «инновации».

Первый подход определяет инновацию как конечный результат инновационного процесса «создания, развертывания и исчерпания научно-технического, производственно-экономического и социально-организационного потенциала нововведений» [1]. Причем здесь возникает проблема определения сущности инновации по признаку новизны (суть проблемы заключается в определении качественного изменения системы или ее элементов под влиянием инновации). Инновация по своей сути ориентирована на поиск новых качеств, а не дублирование уже существующих. В связи с этим необходимо упомянуть о таких видах инноваций, как базисные, для которых характерно формирование новых поколений техники и радикальных изменений в способах организации производства, в совокупности с улучшающими инновациями, способствующими переходу на новый уровень развития социально-экономических отношений, созданию новых отраслей промышленности и новых рынков.

Сторонники второго подхода говорят о том, что инновацию следует рассматривать как процесс качественного изменения, включающий разработку, внедрение в производство и коммерциализацию нововведений. Этот процесс не однобокий, как может показаться на первый взгляд. По мнению В. С. Кабакова (приверженца данного направления), «инновация — это процесс формирования качественно нового состояния системы, а также связей между ее элементами, направленный на повышение ее эффективности» [5].

В рамках третьего подхода под инновацией понимают как сам процесс, так и результат данного процесса, то есть имеет место так называемая «полисемия термина». Так, например, В. Г. Медынский определяет инновацию как «общественный, технический, экономический процесс, приводящий к созданию лучших по своим свойствам товаров (продуктов, услуг) и технологий путем практического использования нововведений» [8] и «объект, внедренный в производство в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога» [9]. Неоспоримым фактом является признание инновации и в качестве результата, то есть принципиально нового или усовершенствованного продукта, и в качестве процесса, обеспечивающего производственное, техническое и управленческое усовершенствование, оптимизирующие показатели производства.

Однако для активизации процесса необходимы также социальные инновации, такие как: новые организационные структуры, материальные стимулы, новые формы организации труда, обучения и воспитания, направленные на изменения внутриколлективных отношений и на побуждение к инновационной деятельности.

Синтезированный подход к определению понятия «инновация», по нашему мнению, является наиболее пол-

ноценным для определения его сущности. При этом в настоящее время методология системного описания инноваций, которой придерживается большинство исследователей, базируется на международных стандартах, формированию которых способствовали две работы, известные под названиями «Руководство Фраскати» (1963 г.) и «Руководство Осло» (1992 г.). Первый документ представляет собой рекомендации по сбору, обработке и анализу информации о науке и инновациях. Второй — формирует общий подход к понятию инновации и является методикой сбора данных о технологических инновациях. В соответствии с этими документами под инновацией мы понимаем конечный результат творческой деятельности, получивший воплощение в виде новой или усовершенствованной продукции, реализуемой на рынке, либо нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности. Именно данное определение взято за основу при выработке нормативно-правовой базы, при разработке концепций, программ и других стратегических документов, касающихся инноваций и инновационной деятельности в нашей стране.

Специфика вышеназванного определения заключается в том, что здесь инновация является востребованным потребителем и широко используемым в различных сферах результатом реализации новых идей и знаний с целью их практического использования для удовлетворения определенных запросов потребителей. Однако необходимо отметить, что характерной особенностью современного периода развития является понимание необходимости не спонтанного применения инноваций, а создания национальных инновационных систем (НИС), обращающих внимание на науку и технологию как на основные факторы, определяющие успех деятельности любой фирмы. Эта идея, зародившаяся в

90-е гг. XX века, на данный момент обрела более широкий контекст, утверждая, что НИС включает в себя все элементы социально-экономической системы [6], уровень развития технологий и инноваций, определяемый национальными особенностями исторического пути страны, является базой обновления экономики любого государства в целом.

В общем понимании экономическую систему можно рассматривать как формальную социально-экономическую структуру, основанную на исторически определенной системе экономических отношений, организующую производство товаров (услуг) в соответствии с долгосрочной стратегией и использующую внутренние и внешние ресурсы — труд, капитал, технологии. Такое определение позволяет исследовать на основе единого системного подхода все экономические системы (различного уровня), любого исторического периода.

Начало исследований инновационных систем многие ученые соотносят с опубликованной в XIX веке работой Ф. Листа «Национальная система политической экономии» [14], в которой он доказывает, что не только протекционистские меры по защите внутреннего германского рынка, но и широкий спектр мероприятий, нацеленных на создание возможностей для ускоренной индустриализации и экономического роста, на основе изучения и использования новых технологий, предопределили впечатляющие экономические преимущества Германии перед Великобританией.

В экономической литературе под инновационной системой понимается либо целостная совокупность взаимодействующих социальных институтов и организаций, осуществляющих превращение научных знаний в новые виды конкурентоспособной продукции и услуг в целях обеспечения социально-экономического роста [12, 13], либо совокупность субъектов и институтов, которые совместно и каждый в отдель-

сти вносят свой вклад в воспроизводство, хранение, распространение и использование знаний с целью получения новых продуктов, технологий и услуг для удовлетворения потребностей личности и общества [2, 3, 10].

Однако трактовки самого понятия «национальная инновационная система» неоднозначны, в связи с чем, на наш взгляд, необходимо более подробно рассмотреть некоторые подходы к ее определению (табл. 1).

Таблица 1 — Подходы к определению понятия «национальная инновационная система»

Определение	Автор и источник
Сеть частных и государственных институтов, чья активность и взаимодействие инициируют, развивают, модифицируют и распространяют новые технологии	Freeman, C. Technology Policy and Economic Performance [Text] / C. Freeman. — London : Pinter Publishers, 1987. — P. 1–5
Система инноваций, которая формируется из элементов и взаимоотношений, взаимодействующих в ходе производства, распространения и использования новых, экономически полезных знаний, ... рассматриваемых в рамках отдельных стран	Lundval, B.-A. National Innovation Systems: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning [Text] / B.-A. Lundval. — London : Pinter, 1992
Это комплекс институтов, чьи взаимодействия детерминируют инновационную деятельность национальных фирм	Nelson, R. National Innovation Systems. A Comparative Analysis [Text] / R. Nelson. — New York : Oxford : Oxford University Press, 1993
Национальные институты, их структура и компетенции, которые определяют уровень и направление технологического развития в стране	Patel, P. The Nature and Economic Importance of National Innovation Systems [Text] / P. Patel, K. Pavitt // STI Review. — 1994. — № 14
Совокупность различных институтов, которые совместно и каждый в отдельности вносят свой вклад в создание и распространение новых технологий, образуя основу, служащую правительствам для формирования и реализации политики, влияющей на инновационный процесс. Как таковая — это система взаимосвязанных институтов, предназначенная для того, чтобы создавать, хранить и передавать знания, навыки и артефакты, определяющие новые технологии	Metcalfe, S. The Economic Foundations of Technology Policy: Equilibrium and Evolutionary Perspectives [Text] / S. Metcalfe // Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change. — Oxford (UK) : Cambridge (US) : Blackwell Publishers, 1995
Совокупность взаимосвязанных организаций (структур), занятых производством и коммерческой реализацией научных знаний и технологий в пределах национальных границ (мелкие и крупные компании, университеты, лаборатории, технопарки и бизнес-инкубаторы). В то же время НИС — комплекс институтов правового, финансового и социального характера, обеспечивающих инновационные процессы и имеющих прочные национальные корни, традиции, политические и культурные особенности	Иванова, Н. И. Национальные инновационные системы [Text] // Вопросы экономики. — 2001. — № 7. — С. 61
Научно-инновационная система представляет собой процессуальное и результирующее состояние связности совокупности (сети) академических, вузовских, научно-исследовательских, опытно-конструкторских, технологических, внедренческих, информационных и иных исследовательских учреждений, научных подразделений крупных корпораций, а также государственных управленческих структур, которое обеспечивается их функционированием в режиме достижения согласованных стратегических целей развития	Егоров, Е. Научно-инновационная система региона: структура, функции, перспективы развития [Текст] / Е. Егоров, Н. Бекетов. — М. : Academia, 2002. — С. 13

Определение	Автор и источник
Совокупность предприятий и организаций различных форм собственности от научно-технического сектора до производственных структур и инфраструктурных составляющих, осуществляющих полный инновационный цикл на всех его стадиях	Фридлянов, В. Развитие промышленности как основы национальной инновационной системы [Текст] / В. Фридлянов // Инновации. — 2003. — № 2–3. — С. 9
Совокупность государственных, частных и общественных организаций и механизмов из взаимодействия, в рамках которых осуществляется деятельность по созданию, хранению и распространению новых знаний и технологий	Голиченко, О. Национальная инновационная система России и основные направления ее развития [Текст] / О. Голиченко // Инновации. — 2003. — № 6. — С. 32
Объективно складывающаяся совокупность социально-экономических отношений, связанных с генерированием, распространением, и использованием технологических и социальных нововведений, определяющих переход нации на новую модель эволюции, в центр которой ставится личность и ее самореализация	Васин, В. Методологические аспекты формирования национальной инновационной системы: проблемы, пути их решения [Текст] / В. Васин, Л. Миндели // Инновации. — 2004. — № 6. — С. 3–4

В соответствии с приведенными определениями, в упрощенном виде, национальную инновационную систему, по нашему мнению, можно представить как систему, особым образом взаимодействующих институциональных структур, основной функцией которой является создание, коммерциализация и распространение знаний (в широком смысле), действующей в рамках отдельной страны.

Таким образом, рассмотрев различные подходы к определению сущности понятий «инновация» и «национальная инновационная система», необходимо отметить, что несмотря на различные подходы к определению их сущности есть возможность создания унифицированной трактовки, учитывающей накопленные теоретические знания. На сегодняшний день это является одной из значимых задач, решение которой будет способствовать более осмысленному подходу к реализации стратегии инновационного развития, позволит участникам инновационной системы понимать глубинные процессы, происходящие в ней, и достигать максимальных результатов от реализации инновационной деятельности.

Библиографический список

1. **Глазьев, С. Ю.** Теория долгосрочного технико-экономического развития [Текст] / С. Ю. Глазьев. — М.: ВладДар, 1993. — 197 с.
2. **Голиченко, О.** Национальная инновационная система России и основные направления ее развития [Текст] / О. Голиченко // Инновации. — 2003. — № 6. — С. 32.
3. **Гохберг, Л. М.** Статистика науки [Текст] / Л. М. Гохберг. — М.: ТЭИС, 2003. — С. 97.
4. **Иванов, В. А.** Сущность, классификация инноваций и их специфика в аграрном секторе [Электронный ресурс] / В. А. Иванов // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. — 2007. — № 1. — Режим доступа: <http://vestnik-ku.ru/2007-1/3.htm>.
5. **Кабаков, В. С.** Менеджмент: проблемы — программы — решения [Текст] / В. С. Кабаков. — Л.: Лениздат, 1990. — С. 19.
6. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности: европейский опыт, возможные уроки для России [Текст] / под ред. В. В. Иванова [и др.]. — М.: ЦИПРАН РАН, 2006. — С. 8.

7. **Кондратьев, Н. Д.** Основные проблемы экономической динамики [Электронный ресурс] / Н. Д. Кондратьев. — М. : Наука, 1991. — <http://kicbi.karelia.ru/innovation/innovprocess.html>.

8. **Медынский, В. Г.** Инновационное предпринимательство [Текст] / В. Г. Медынский. — М. : Инфра, 1997. — С. 18.

9. **Медынский, В. Г.** Инновационный менеджмент [Текст] / В. Г. Медынский. — М. : Инфра, 2002. — С. 5.

10. **Новохатский, В. В.** Определение и классификация инновационных систем [Текст] / В. В. Новохатский // Инновации. — 2004. — № 9. — С. 31.

11. Социальная структура и социальные процессы [Текст]: словарь-справочник. — М., 1990. — Т. 1. — С. 63.

12. **Суховой, А. Ф.** Сохранение отраслевой науки как необходимого элемента отечественной инновационной системы [Текст] / А. Ф. Суховой, И. М. Голова // Инновации. — 2005. — № 3. — С. 72.

13. **Татаркин, А. И.** Построение инновационной системы как условие обеспечения технологической модернизации экономики [Текст] / А. И. Татаркин // Инновации. — 2005. — № 3. — С. 60.

14. **List, F.** The National System of Political Economy [Electronic resource] / F. List. — URL : http://www.commes.dcu.ie/flynnr/NATIONAL_SYSTEM_OF_INNOVATION.htm.

Bibliographic list

1. **Glaziev, S. Ju.** The Theory of Long-Term Technical and Economic Development [Text] / S. Ju. Glaziev. — M. : VIdar, 1993. — P. 197.

2. **Golichenko, O.** The National Innovation System of Russia and Main Directions of the Country's Development [Text] / O. Golichenko // Innovations. — 2003. — № 6. — P. 32.

3. **Gochberg, L. M.** Statistics of Science [Text] / L. M. Gochberg. — M. : TEIS, 2003. — P. 97.

4. **Ivanov, V. A.** Essence, Classification of Innovations and Their Specificity in the Agricultural Sector [Electronic resource] / V. A. Ivanov // Bulletin of the Research Center of Corporate Law, Management and Venture Capital Syktyvkar State University. — 2007. — № 1. — Mode of access : <http://vestnik-ku.ru/2007/2007-1/3.htm>.

5. **Kabakov, V. S.** Management Issues — software — solutions. — L.: Lenizdat, 1990. — P. 19.

6. Commercialization of Scientific and Technological Activities: European Experience and Possible Lessons for Russia [Text] / ed. by V. V. Ivanov [etc.]. — M. : CSDS RAS, 2006. — P. 8.

7. **Kondratiev, N. D.** Fundamental Problems of Economic Dynamics [Text] / N. D. Kondratiev. — M. : Nauka, 1991. — <http://kicbi.karelia.ru/innovation/innovprocess.html>.

8. **Medynskiy, V. G.** Innovative entrepreneurship [Text] / V. G. Medynskiy. — M. : Infra, 1997. — P. 18.

9. **Medynskiy, V. G.** Innovation Management [Text] / V. G. Medynskiy. — M. : Infra, 2002 — P. 5.

10. **Novokhatskiy, V. V.** Definition and Classification of Innovative Systems [Text] / V. V. Novochatskiy // Innovations. — 2004. — № 9. — P. 31.

11. Social Structure and Social Processes [Text] : Glossary. — M., 1990. — V. 1. — P. 63.

12. **Sukhovey, A. F.** Preservation of Industrial Science as a Vital Element of National Innovation System [Text] / A. F. Sukhovey, I. M. Golova // Innovations. — 2005. — № 3. — P. 72.

13. **Tatarkin, A. I.** The Innovation System Building as a Condition for Economic Technological Modernization [Text] / A. I. Tatarkin // Innovations. — 2005. — № 3. — P. 60.

14. **List, F.** The National System of Political Economy [Electronic resource] / F. List. — URL : http://www.commes.dcu.ie/flynnr/NATIONAL_SYSTEM_OF_INNOVATION.htm.

ИНТЕГРАЦИЯ СИСТЕМЫ КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ И ИНСТИТУТА ОМБУДСМЕНСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация

Появление должности Уполномоченного по защите прав предпринимателей в России в 2012 г. определило новые возможности в поддержке предпринимательства и позволило усовершенствовать ее механизм на всех уровнях. В статье представлен алгоритм взаимодействия системы информационно-консалтинговых центров поддержки МСП с институтом Уполномоченного по защите прав предпринимателей.

Ключевые слова

Консультационный центр, уполномоченный по защите прав предпринимателей, малый и средний бизнес.

A. N. Palagina

INTEGRATION OF SYSTEM OF CONSULTING CENTERS AND INSTITUTES OF OMBUDSMEN IN RUSSIAN FEDERATION

Annotation

Appointment to the post of Commissioner for the protection of the rights of businessmen in 2012, has created a powerful reserve in the organization of new forms of business support at all levels. The article describes a mechanism of interaction of the system information and consulting centers of support SMEs with the institution of the Commissioner for the Protection the rights of entrepreneurs.

Keywords

Consulting support, ombudsman for entrepreneurs, small and medium business.

Сектор малого и среднего предпринимательства в современных условиях представляет собой ключевой элемент системы эффективного развития полноценной рыночной среды. Большинство функций, осуществляемых этим сегментом рынка, носят принципиально важный характер, особенно в ракурсе кризисных тенденций. Они очевидны на всех уровнях экономической и бюджетной системы, накладываясь на дополнительные риски, которые несет российское предпринимательство в процессе вступления в ВТО и интеграции в мировое экономическое пространство. В этой ситуации именно на государство, с одной стороны, как на институт, осуществляющий регули-

рующую и контрольную функции, и как на полноправного участника рыночных отношений, с другой, возложена ответственность за формирование благоприятной среды для роста количества и качества бизнес-структур в экономике региона.

Принимая во внимание опыт развитых стран, можно утверждать, что государство в этих условиях обязано формировать адекватную инфраструктуру поддержки малых и средних предпринимательских структур, включающую в себя отдельные коммерческие и некоммерческие организации, обеспечивающие поддержку бизнеса путем выделения финансовых средств, имуществен-

ную поддержку, оказание консультационных услуг и т. д.

По итогам проведенных реформ в сфере управления развитием малых и средних предприятий очевидной является положительная динамика, выражающаяся в росте количественных показателей занятости населения в малом бизнесе, количестве непосредственно самих малых и средних предприятий. Все это явилось результатом внедрения ряда программ поддержки бизнеса различной направленности, осуществляемой государственными органами власти как на федеральном, так и на региональном уровнях.

По состоянию на 1 января 2013 г., по данным Росстата и ФНС России, в Российской Федерации зарегистрировано 6 037 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства, на которых занято 17 729,2 тыс. человек.

В посткризисный период (2008–2012 гг.) в России наблюдались положительные тенденции по основным показателям деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, в частности количество субъектов малого и среднего бизнеса за анализируемый период увеличилось на 17,5 %, оборот продукции и услуг — в среднем на 25 %.

Вместе с тем в I полугодии 2013 г. в секторе малого и среднего предпринимательства зафиксированы некоторые негативные тенденции, которые явились в том числе и реакцией бизнес-среды на возросшую с 1 января 2013 г. финансовую нагрузку на индивидуальных предпринимателей в связи с принятием Федерального закона № 243-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам обязательного пенсионного страхования» от 03.12.2012, который увеличил фиксированный размер страхового взноса на обязательное пенсионное страхование в два раза.

Так, по данным, полученным от Федеральной налоговой службы России, за период с 1 декабря 2012 г. по 1 июля 2013 г. произошло резкое сокращение числа индивидуальных предпринимателей на 474,1 тыс. человек (11,5 %) [3].

За последнее время была проделана большая работа по созданию эффективных механизмов поддержки субъектов МСП, выстроена многоуровневая система (федеральный, территориальный, местный) мероприятий и соответствующих инструментов, обеспечивающих нормальное функционирование различных форм предпринимательства. Однако нельзя не отметить, что большинство вышеуказанных мероприятий носят материальный характер и сводятся к имущественной и финансовой поддержке бизнеса. При этом именно малые и средние бизнес-структуры чаще других нуждаются в консультационных услугах по отдельным вопросам ведения бизнеса. Доступ к рассматриваемым нами услугам для малого и среднего предпринимательства затруднен еще и их высокой стоимостью, что характерно для относительно небольшого, часто семейного бизнеса).

При всей очевидности положительной динамики развития инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства механизм оказания консалтинговой помощи нельзя считать отработанным. В условиях того, что владельцы малого и среднего бизнеса, как правило, не располагают ресурсами для найма в свои компании сотрудников, обладающих специальными знаниями и навыками постоянной работы с обновляемой профессиональной информацией, а сами — по целому ряду причин — этой работой не занимаются, одним из наиболее актуальных способов поддержки сектора малого и среднего предпринимательства выступает информационное обеспечение его деятельности.

Устойчивая и эффективная работа предприятия связана с непрерывным процессом принятия решений в таких сферах, как: бухгалтерский учет, аудит, маркетинг, сертификация, лицензирование, налоговое и финансовое планирование, юридическое и правовое обеспечение деятельности и др. Профессиональные консультации в этих сферах в большинстве случаев носят индивидуальный и уникальный характер и, как следствие, являются достаточно дорогостоящими услугами для предприятий малого и среднего бизнеса.

В современной экономике управленческий консалтинг является мощным стратегическим резервом совершенствования системы управления предпринимательскими структурами. В частности, существенные резервы роста имеет сектор консультирования малых и средних предприятий. Крупные предприятия имеют гораздо больше возможностей для использования профессионального консультирования по направлениям за счет более низкой относительной их стоимости в структуре общих затрат. В этой ситуации особенно актуальными становятся процессы организации консультационной помощи силами государственной инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства.

В Ростовской области с 2009 г. реализуется масштабная программа консультационной помощи субъектам малого и среднего бизнеса, а также гражданам, желающим организовать собственное дело, по различным аспектам ведения предпринимательской деятельности: вопросам налогообложения, бухгалтерского учета, кредитования, правовой защиты и развития предприятия, бизнес-планирования. Названный в свое время «пилотным» проект создания информационно-консалтинговых центров в муниципальных образованиях Ростовской области является системным элементом региональной программы работы с предпринимателями на начальном

этапе их существования. Реализуется программа на безвозмездной для участников основе. Проект действует в рамках Областной долгосрочной целевой программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Ростовской области на 2009–2014 гг. за счет средств областного бюджета и федерального софинансирования.

Общее количество услуг, оказанных за период реализации программы, составило 150 541 единиц. Положительное изменение количества оказанных услуг на 21,9 % в 2011 г., по сравнению с показателями предыдущего года, позволяет делать вывод о крайней степени востребованности данного вида поддержки предпринимательства.

В то же время исследование проблем развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Ростовской области, проведенное Новочеркасским политехническим институтом в 2012 г., показало, что более половины опрошенных респондентов оценили информационную поддержку бизнеса в регионе как неэффективную либо отметили полное ее отсутствие [1]. Таким образом, несмотря на проделанную работу, вопросы информационной и консультационной поддержки бизнеса по-прежнему являются достаточно актуальными как на региональном, так и на федеральном уровне.

В 2012 г. одним из ключевых событий в системе государственной поддержки бизнеса эксперты считают появление должности Уполномоченного по защите прав предпринимателей в качестве новой составляющей Президентской вертикали и становление института уполномоченных в Российской Федерации в целом. Этот элемент государственного управления уже зарекомендовал себя с положительной стороны во многих зарубежных странах как эффективный инструмент решения бюрократических проблем, с которыми сталкиваются предприниматели в процессе осуществления хозяйственной деятельности.

Несмотря на различия в формулировках названий должностей представителей и защитников интересов бизнеса в различных странах, основной их целью является контроль за соблюдением прав и законных интересов бизнеса.

По мнению Международной ассоциации юристов [2, с. 21], институт омбудсмена — это служба, предусмотренная Конституцией или актом законодательной власти и возглавляемая независимым публичным должностным лицом высокого ранга. Такое лицо ответственно перед законодательной властью, получает жалобы от пострадавших лиц на государственные органы, служащих, нанимателей или действует по своему усмотрению, и уполномочено проводить расследования, рекомендовать корректирующие действия и представлять доклады. Омбудсмен организует контроль за деятельностью должностных лиц и выступает посредником меж-

ду государством и различными представителями общества в решении возникших между ними конфликтов методами компромисса и согласия.

Начиная с 1995 г. институт омбудсмена функционирует и в Европейском союзе. Основной задачей омбудсмена в ЕС является рассмотрение обращений частных лиц, предприятий, ассоциаций и организаций, зарегистрированных в Европейском союзе, с жалобами по поводу злоупотребления властью институтами и органами ЕС.

Эффективность института уполномоченного по правам предпринимательства в странах, достаточно давно использующих этот ресурс в целях улучшения предпринимательского климата, довольно полно иллюстрируется цифрами. Согласно статистике, приведенной в отчетах Европейского омбудсмена, количество обращений, начиная с 2008 г., существенно снизилось (рис. 1).

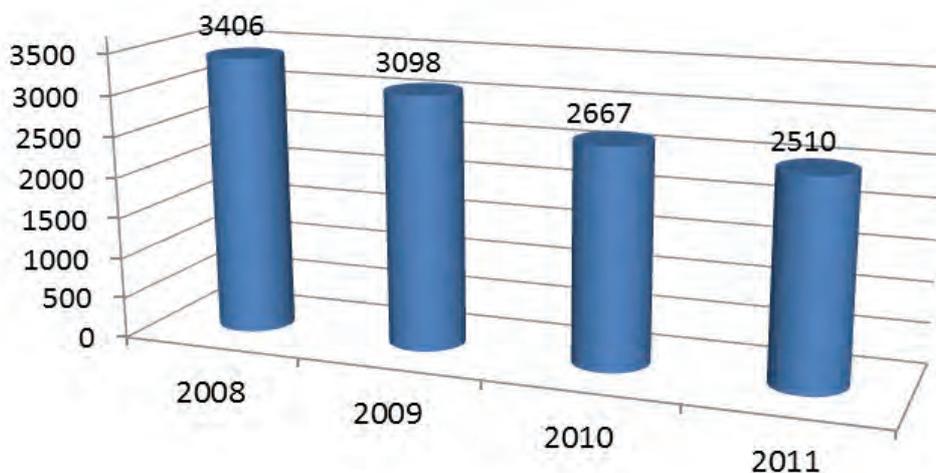


Рисунок 1 — Динамика количества жалоб, поступивших на рассмотрение Европейскому омбудсмену в 2008–2011 гг.

В 2011 г. максимальное количество жалоб Европейскому омбудсмену поступило из Испании (14,4 %), Германии (12,3 %) и Польши (9,3 %).

В большинстве стран институт омбудсмена действует на основании национального или регионального специального законодательства. Соответ-

ствующая должность была введена в реестр должностей федеральной государственной гражданской службы в июне 2012 г. 22 июня 2012 г. Указом Президента Российской Федерации В. В. Путина назначен Уполномоченный по защите прав предпринимателей.

Принятие Закона и введение должности уполномоченного по правам предпринимателей в реестр должностей позволяет использовать успешный зарубежный опыт в РФ.

С целью эффективного выполнения своих функций Уполномоченный по защите прав предпринимателей в РФ имеет возможность:

- беспрепятственно посещать органы государственной власти и местного самоуправления при наличии служебного удостоверения, а также запрашивать у них необходимую для решения вопроса информацию, документы и материалы;

- посещать подозреваемых, обвиняемых и заключенных под стражу в связи с нарушением законодательства в сфере предпринимательской деятельности субъектов;

- принимать участие в выездных проверках субъекта предпринимательской деятельности (заявителя), проводимых в рамках государственного контроля (надзора) и муниципального контроля (при наличии письменного согласия заявителя);

- одновременно с обжалованием ненормативных актов органов местного самоуправления, нарушающих права субъектов предпринимательства, в судебном порядке, выносить предписания по приостановлению их действия до вступления в законную силу судебного акта, вынесенного по результатам рассмотрения заявления Уполномоченного.

Аналогично опыту зарубежных стран омбудсмен по правам предпринимателей в России является государственным служащим, органично вписывающимся в систему поддержки бизнеса. С одной стороны, это расширяет его полномочия в деятельности, направленной на решение проблем бизнеса административного характера, с другой, существует риск, что тенденция общего недоверия к органам власти может повлиять на отношение к новому институту предпринимателей.

Несмотря на то что институт Уполномоченного работает в России чуть больше года, уже сейчас видна его востребованность. Ежедневно к Уполномоченному поступает множество обращений из разных регионов России. Наибольшее количество жалоб на действия (бездействия) органов государственной власти и местного самоуправления поступает, как и предполагалось, от представителей малого и среднего бизнеса (более 40 %). На втором месте по частоте обращений находятся нарушения прав предпринимателей при строительстве (12 %) и государственных и муниципальных закупках (10 %).

В числе задач, решение которых возложено на Уполномоченного по защите прав предпринимательства Федеральным Законом [4], кроме непосредственно защиты и восстановления нарушенных прав, стоит «взаимодействие с предпринимательским сообществом», «участие в формировании и реализации государственной политики в области развития предпринимательской деятельности, защиты прав и законных интересов субъектов предпринимательской деятельности». Решение поставленных задач требует от Уполномоченного активной работы по сбору информации, «обратной связи» от представителей субъектов предпринимательства на всех этапах их функционирования.

В этих условиях максимально адекватной представляется организация взаимодействия Уполномоченного с действующей в стране системой информационно-консультационных центров для предпринимателей. Организация такого взаимодействия может повысить качество и результативность работы и инфраструктуры, и нового для России института. Схема взаимодействия Уполномоченного по защите прав предпринимателей с сетью информационно-консультационных центров поддержки МСП представлена на рисунке 2.

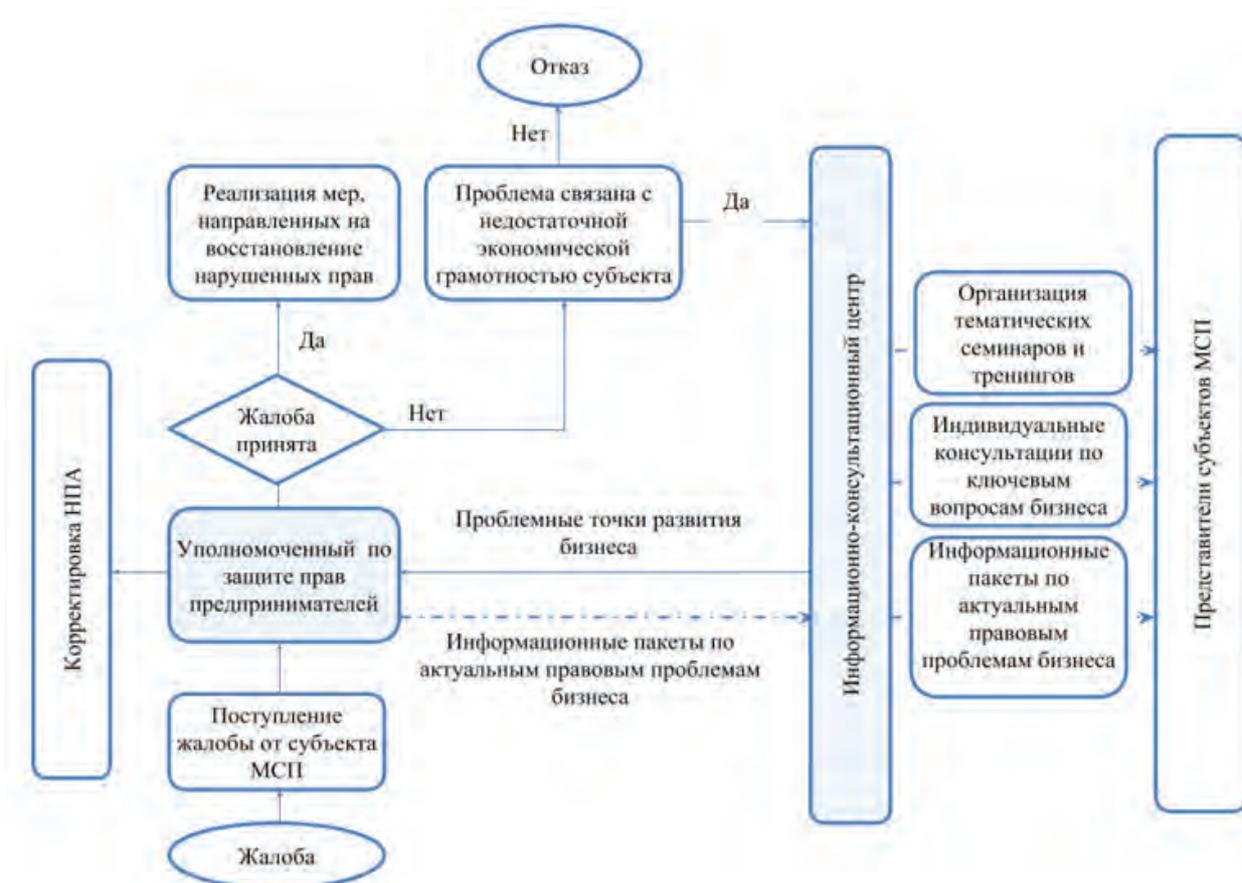


Рисунок 2 — Схема взаимодействия Уполномоченного по защите прав предпринимательства с сетью информационно-консультационных центров

На рисунке 2 представлен стандартный процесс рассмотрения жалоб от субъектов предпринимательской деятельности Уполномоченным и его региональными представителями. Непосредственно взаимодействие Уполномоченного с информационно-консультационным центром начинается на этапе анализа заявления от предпринимателя на предмет наличия проблемы, связанной с недостаточной его экономической грамотностью.

Кроме уже отмечавшейся ограниченности финансовых ресурсов, достаточно высокий процент предпринимателей, представляющих микро- и малый сегмент в кризисный и посткризисный периоды, — вынужденные предприниматели, не имеющие должного опыта и навыков осуществления предпринимательской деятельности, достаточного объема знаний в вопросах бухгалтерского учета, налогообложения, юридической защиты бизнеса и др.

Таким образом, очевидно, что часть жалоб Уполномоченному по защите прав предпринимателей связана с несоблюдением норм и правил самими бизнес-субъектами. В этой ситуации передача подобных вопросов в ведение информационно-консультационного центра, одновременно выполняющего роль общественной приемной Уполномоченного, позволит максимально оперативно решить проблему каждого конкретного бизнеса и ликвидировать возможность повторного нарушения со стороны предпринимателей.

Также, обладая достаточным массивом статистических данных о ключевых проблемах, с которыми чаще всего обращаются предприниматели, аппарат Уполномоченного будет иметь возможность формирования стандартизированных информационных пакетов по ключевым вопросам правовой защиты бизнеса. Распространение подобных пакетов через сеть информационно-консультационных

центров среди предпринимателей, обращающихся за консалтинговой поддержкой, позволит обеспечить максимально оперативное доведение «материала» до целевой аудитории.

В свою очередь, консалтинговые центры поддержки также имеют достаточно полное представление об основных проблемных зонах ведения бизнеса в регионе. Зачастую данные проблемы носят системный характер и зависят от уровня развития инфраструктуры, а также, во многом, правового поля — совокупности нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы ведения предпринимательской деятельности. Решение этих проблем силами информационно-консультационных центров невозможно, да и каналы доведения этой информации до места принятия управленческих решений у них гораздо более «слабые» и растянутые во времени.

При этом Уполномоченный при Президенте РФ, согласно ст. 6 ФЗ-78, обладает полномочиями «направлять в Правительство Российской Федерации мотивированные предложения об отмене или о приостановлении действия принятого федеральным органом исполнительной власти нормативного правового акта или его отдельных положений, необоснованно затрудняющих ведение предпринимательской, в том числе инвестиционной, деятельности».

Таким образом, реализуя функцию взаимодействия с предпринимательским сообществом, имея дополнительную информацию, предоставленную консультационными центрами, Уполномоченный будет иметь возможность формировать предложения по корректировке действующих нормативно-правовых актов, препятствующих эффективному функционированию предпринимательских структур. Интеграция Института омбудсменства с системой информационно-консалтинговых центров позволит добиться синергетического эффекта, преумножающего результативность ка-

ждого из представленных институтов, призванных совершенствовать условия функционирования малого и среднего бизнеса на современном этапе.

Библиографический список

1. Информационно-аналитический отчет о результатах социологического опроса по вопросам развития субъектов малого и среднего предпринимательства [Текст] / Южно-Российский государственный технический университет (Новочеркасский политехнический институт). — Ростов н/Д, 2012.

2. **Комарова, В. В.** Уполномоченный по правам человека в Российской Федерации [Текст] / В. В. Комарова // Государство и право. — 1999. — № 9.

3. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2014 г. и на плановый период 2015 и 2016 гг. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_152459/?frame=34.

4. Об уполномоченных по защите прав предпринимателей в Российской Федерации : Федеральный Закон [от 07.05.2013 № 78-ФЗ].

Bibliographic list

1. Analytical Report on the Results of a Poll on the Development of Small and Medium-Sized Businesses [Text] / South Russian State Technical University. — Rostov-on-Don, 2012.

2. **Komarova, V. V.** The Commissioner for Human Rights in the Russian Federation [Text] / V. V. Komarova // State and Law. — 1999. — № 9.

3. The Forecast of Socio-Economic Development of the Russian Federation for 2014 and the Planning Period of 2015 and 2016 [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_152459/?frame=34.

4. On the Commissioner for the Protection of Entrepreneurs in the Russian Federation : Federal Law [from 07.05.2013 № 78-FL].

Н. В. Пржедецкая

КОНЦЕПЦИЯ РАЗРАБОТКИ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ НА РЫНКЕ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация

В статье представлена трактовка и семантика образовательной услуги на современном рынке бизнес-образования. Показано, что идентификация потребителя образовательной услуги является ключевым этапом для формирования механизма маркетингового взаимодействия на рынке образовательных услуг. Предложена модель выбора образовательной услуги с помощью механизма определения весов, определяемых экспертами на основе сравнения.

Ключевые слова

Потребитель образовательной услуги, удовлетворение потребности, формализация модели выбора оптимального решения, принцип Беллмана-Заде, метод иерархии Саати.

N. V. Przhedetskaya

CONCEPT DEVELOPMENT AND DELIVERY OF EDUCATIONAL SERVICES IN THE MARKET OF BUSINESS EDUCATION

Annotation

The article presents the interpretation and semantics of educational services in today's market of business education. It is shown that the identification of consumers of educational services is a key step for the formation mechanism of the interaction of marketing in the educational market. A model of choice of educational services through the mechanism of determining the weights determined by experts on the basis of comparison.

Keywords

Consumers of educational services, meeting the needs of formalizing model the optimal solution, the principle of Bellman-Zadeh method hierarchy Saaty.

Маркетинговая деятельность сопряжена целостной системой личных потребностей содержания и формы, проявления которых весьма многогранны, поскольку находятся под воздействием различных факторов и процессов объективного и субъективного характера.

Задача заключается в том, чтобы в практической работе образовательное учреждение могло выявить, изучить и оценить потребность, на удовлетворение которой направлена его деятельность. Важным фактором исследования потребителей образовательных услуг является моделирование их поведения. Исследование потребителя в системе маркетинга осуществляется с целью определения всего комплекса побудительных факто-

ров, которыми он руководствуется при выборе образовательной услуги. Такие факторы носят экономический, социальный и психологический характер: доходы, цены, групповые интересы, демография, традиции, мотивация и т.п.

Процесс моделирования конечного потребителя проходит в несколько этапов. На первом исследуются возникновение и осознание потребности в том или ином направлении. Потребителями могут быть семья, отдельная личность, предприятие. Образовательные услуги также различаются по характеру потребления (единовременного и длительного пользования), по настоятельности потребности в них (популярная, периодическая, редкая). В основе их оценки, а

также потребления и спроса в маркетинге широко используются приемы и методы теории предельной полезности, эластичности спроса, современного би-

хевиоризма и др. Схематическое воплощение представления образовательной услуги на рынке бизнес-образования представлено на рисунке 1.

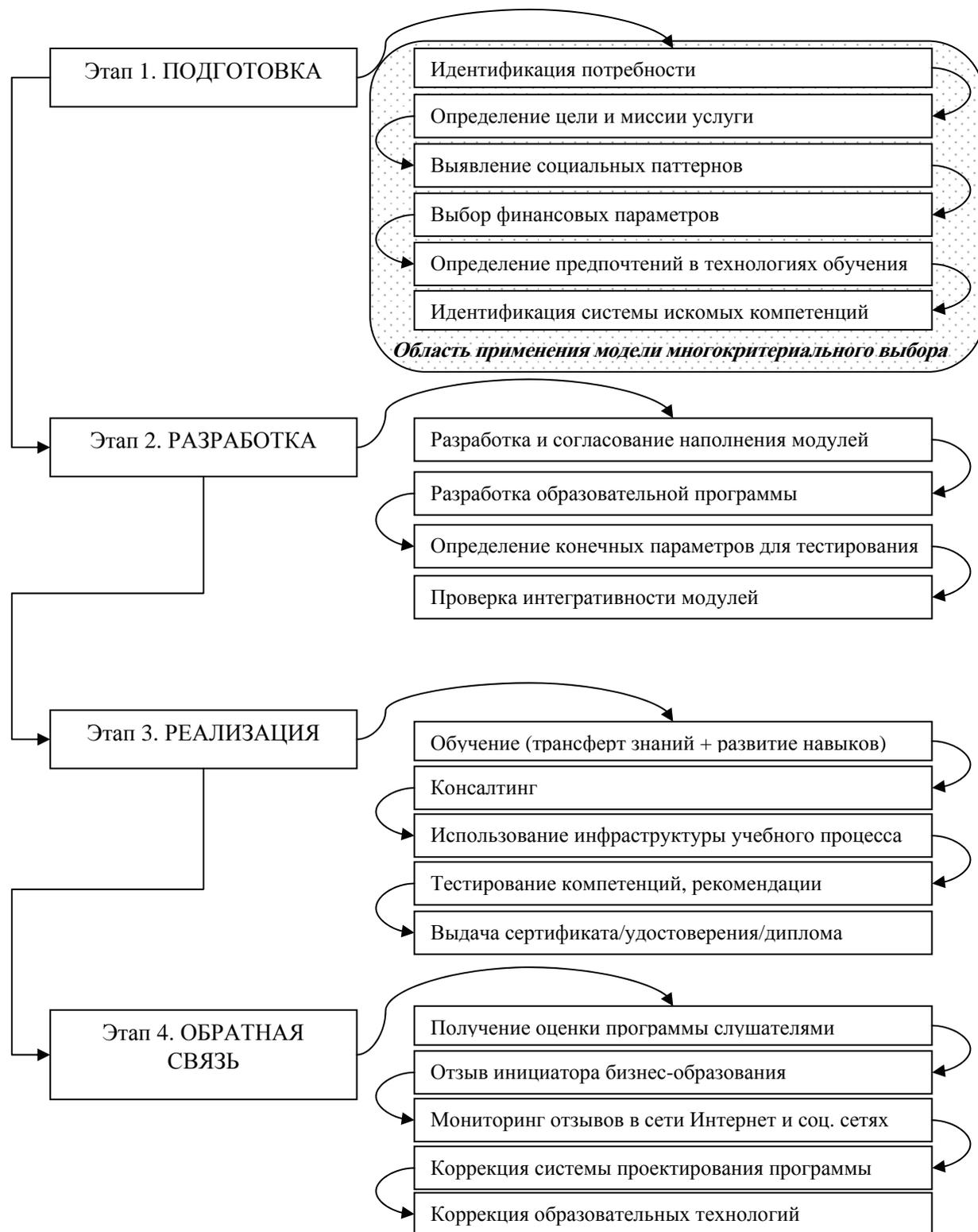


Рисунок 1 — Концепция разработки и представления образовательной услуги на рынке бизнес-образования [составлена автором по: 3]

Потребителю требуется различная информация в зависимости от рыночной ситуации. Если он хорошо знаком с направлением образования и разновидностями (специализациями), то задача заключается в том, чтобы лучше сориентировать потребителя, привлечь внимание и сократить время на принятие решения.

Наиболее значимым этапом при взаимодействии потребителя услуг бизнес-образования с образовательным учреждением является стыковка максимального количества параметров и критериев, предъявляемых сторонами друг к другу, чья точка зрения маркетингового управления позволяет первому максимально удовлетворить свою потребность, а второму — реализовать образовательную услугу, обладающую необходимыми параметрами. Это, с одной стороны, будет генерировать источник дохода, а с другой — формировать благоприятную репутацию на рынке как источник конкурентного преимущества.

Заключительный этап моделирования — оценка потребителем степени удовлетворения своей потребности. Положительная оценка усиливает его ло-

яльность к бизнес-образованию вообще и к конкретному образовательному учреждению в частности, негативная — ослабляет интерес и формирует эффект «отрицательного брэнда».

Формализация модели выбора оптимального решения по отношению к рынку образовательных услуг может быть построена с использованием инструментария модели принятия решений в условиях неопределенности. В частности, для определения оптимальной структуры образовательной услуги может быть использован принцип Беллмана-Заде [2], позволяющего идентифицировать оптимальную альтернативу через представление каждого критерия выбора в виде нечеткого множества, заданного на универсальном множестве альтернатив, затем определяется множество решений, удовлетворяющих конкретному набору критериев, из которого выбирается решение с наибольшей степенью принадлежности. Это решение будет оптимальным выбором как для образовательного учреждения, так и для потребителя (рис. 2).

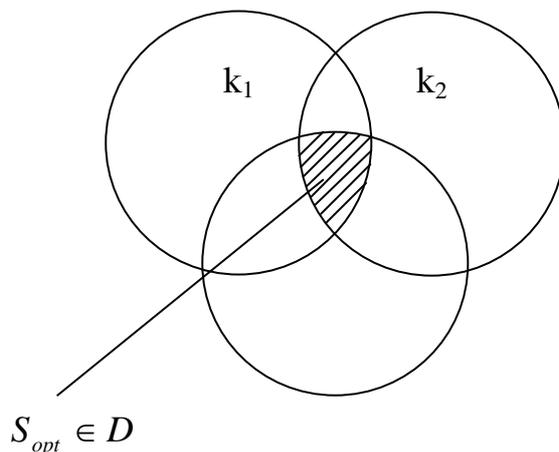


Рисунок 2 — Множество потенциально хороших решений

Принцип Беллмана-Заде применяется совместно с методом иерархий Т. Саати [3], предлагающего идентификацию решения с наиболее высокой

степенью принадлежности проводить через формирование матрицы парных сравнений вариантов, подтверждение ее согласованности и определение нового

собственного вектора, показывающего степени принадлежности [4].

Однако верификация согласованности матрицы решений и ее коррекция — весьма трудоемкий процесс, который снижает прикладную ценность метода. Исходя из этого в предлагаемой формализованной маркетинговой модели выбора структуры образовательной услуги используется метод наихудшего случая, позволяющий получить искомый результат через систему расчетных соотношений, содержащих сравнения с наихудшей альтернативой и наименее важным критерием.

$$\underbrace{(k_1, k_2, \dots, k_m)}_{\text{вектор}} \rightarrow E = \underbrace{f(k_1, k_2, \dots, k_m)}_{\text{скаляр}}. \quad (2)$$

Критерии выбора структуры образовательной услуги представляются в виде нечетких множеств

$$k_j \in K = \{k_1, k_2, \dots, k_n\}. \quad (3)$$

$$k_j = \left\{ \frac{a_1^{(j)}}{g_1}, \frac{a_2^{(j)}}{g_2}, \dots, \frac{a_n^{(j)}}{g_n} \right\}, \quad j = 1, 2, \dots, m. \quad (4)$$

Выражение (4) — функция принадлежности нечеткого множества. Под чертой указывается исследуемый объект, над чертой — его вес. Степени принадлежности a_i^j элементов g_i к не-

$$a_1^j + a_1^j + \dots + a_n^j = 1, \quad j = 1, 2, \dots, m. \quad (5)$$

Далее производится выбор наилучшей альтернативы g_{opt} , которая на-

$$g_{opt} \in D = k_1 \cap k_2 \cap \dots \cap k_m. \quad (6)$$

Здесь имеет место замена:

$$B = \left\{ \frac{\min \{a_1^{(1)}, \dots, a_1^{(m)}\}}{g_1}, \frac{\min \{a_2^{(1)}, \dots, a_2^{(m)}\}}{g_2}, \dots, \frac{\min \{a_n^{(1)}, \dots, a_n^{(m)}\}}{g_n} \right\}. \quad (7)$$

Методом максимальной или гарантированной стратегии выбирается

Зададим критерии оценки образовательной услуги: k_1 — соответствие набора компетенций модуля потребности, k_2 — форма реализации учебного процесса, k_3 — экономическая эффективность для образовательного учреждения, k_4 — экономическая эффективность для потребителя. Тогда вектор

$$K = (k_1, k_2, \dots, k_n), \quad (1)$$

задает полный перечень критериев оценки образовательной услуги.

Для оценки альтернатив векторный критерий (1) следует перевести в скалярный, т. е. перейти от многопараметрической задачи к однопараметрической

Каждый критерий k_j представим как нечеткое множество на множестве альтернатив $G = \{g_1, g_2, \dots, g_n\}$.

четким множествам являются числами в интервале $[0, 1]$, рассматриваемыми как веса альтернатив относительно критериев k_j . Для весов требуется выполнение условий

ходитя внутри пересечения (\cap) нечетких множеств-критериев, т. е.:

Множество потенциально хороших решений определяется, как

лучшая альтернатива $g_{opt} \in B$ с наибольшим весом

$$a(g_{opt}) = \max_{i=1,2,\dots,n} \min \{a_i^{(1)}, a_i^{(2)}, \dots, a_i^{(m)}\}. \quad (8)$$

В результате задача выбора оптимальной структуры образовательной услуги сводится к задаче определения веса альтернатив.

Весовая функция – математическая конструкция, используемая при проведении суммирования, интегрирования или усреднения с целью придания некоторым элементам большего веса в результирующем значении по сравнению с другими элементами. Задача часто возникает в статистике и математическом анализе, тесно связана с теорией меры. Весовые функции могут быть ис-

пользованы и для дискретных и для непрерывных величин.

В задачах многокритериальной оптимизации для перехода от множества частных значений критериев качества к единому интегральному критерию (например, стоимостному) также применяется взвешенное суммирование.

Для определения весов зададим ранги альтернатив, соответствующие их надежности. Обозначим ранг альтернативы $g_i \in G$ в отношении критерия k_i как q_i . Положим что чем выше вес a_i альтернативы, тем выше ее ранг q_i .

$$\frac{a_1}{q_1} = \frac{a_2}{q_2} = \dots = \frac{a_l}{q_l} = \dots = \frac{a_n}{q_n}. \quad (9)$$

Зададим наихудшую альтернативу ранга gl (критерия $k_j \in K$) с весом al и рангом ql . Исходя из (8), получим для

веса всех альтернатив через вес наихудшей альтернативы

$$a_1 = q_1 \frac{a_l}{q_l}, a_2 = q_2 \frac{a_l}{q_l}, \dots, a_n = q_n \frac{a_l}{q_l}. \quad (10)$$

Тогда из условия $a_1 + a_2 + \dots + a_n = 1$ вытекает вес наихудшей альтернативы

$$a_l = \frac{1}{\frac{q_1}{q_l} + \frac{q_2}{q_l} + \dots + \frac{q_n}{q_l}} = \frac{1}{\sum_{i=1}^n \frac{q_i}{q_l}}. \quad (11)$$

Из (10) и (11) вычислим веса альтернатив как отношения рангов i -х аль-

тернатив к рангу наихудшей. При этом выполняется условие

$$\frac{q_i}{q_j} \geq 1 \quad \text{для всех } i = 1, 2, \dots, n. \quad (12)$$

Сравнение альтернативных структур образовательных услуг проводится

согласно отношению их рангов по таблице отношений рангов Саати Т. [3]:

$$\frac{q_i}{q_j} = \begin{cases} 1, & \text{если } g_i \text{ совпадает с } g_j; \\ 3, & \text{если } g_i \text{ немного лучше } g_j; \\ 5, & \text{если } g_i \text{ лучше } g_j; \\ 7, & \text{если } g_i \text{ значительно лучше } g_j; \\ 9, & \text{если } g_i \text{ абсолютно лучше } g_j; \\ 2,4,6,8 & - \text{промежуточные значения.} \end{cases} \quad (13)$$

После проводится оценка важности критериев. Пусть t_j — вес критерия

$k_j \in K$, определяющий его важность. Тогда нечетное множество решений

$$B = (k_1)^{t_1} \cap (k_2)^{t_2} \cap \dots \cap (k_m)^{t_m}, \quad (14)$$

где k_j — нечеткие множества (3), $j = 1, 2, \dots, m$. Если $t_1 = t_2 = \dots = t_m = 1$, то получаем случай одинаковой важности критериев, рассмотренный выше. Веса t_j определяются таким же способом, как и

веса a_j , путем сравнения с наименее важным из них.

Положим, что чем выше вес t_j критерия $k_j \in K$, тем выше его ранг Q_j т.е.

$$\frac{t_1}{Q_1} = \frac{t_2}{Q_2} = \dots = \frac{t_k}{Q_k} = \dots = \frac{t_m}{Q_m}. \quad (15)$$

Выберем вес и ранг t_k и Q_k наименее важного критерия. Применяя условие для весов $t_1 + t_2 + \dots + t_k = 1$, по-

лучим значения наилучшего критерия и сами значения критериев:

$$t_k = \frac{1}{\frac{Q_1}{Q_k} + \frac{Q_2}{Q_k} + \dots + \frac{Q_m}{Q_k}} = \frac{1}{\sum_{j=1}^m \frac{Q_j}{Q_k}}, \quad (16)$$

$$t_1 = t_k \frac{Q_1}{Q_k}, t_2 = t_k \frac{Q_2}{Q_k}, \dots, t_m = t_k \frac{Q_m}{Q_k}, \quad (17)$$

при этом отношения рангов критериев оцениваются 9-балльной шкалой.

Рассмотрим конкретный пример выбора одной из четырех заявленных альтернатив при разработке структуры образовательной услуги при взаимодействии потребителя с Центром профессионального развития Института экономики и внешнеэкономических связей ФГАОУВПО «Южный федеральный университет».

Зададим множество критериев выбора структуры образовательной услуги

$$K = \{k_1, k_2, \dots, k_n\}. \quad (18)$$

Положим $n = 4$ и k_1 — управление налоговым финансированием бизнеса; k_2 — экономическая эффективность для заказчика — 18 тыс. руб.; k_3 — экономическая эффективность для образовательного учреждения — 30 000 руб.; k_4 — форма проведения занятий — вечерняя.

Множество альтернативных вариантов структуры образовательной услуги: g_1 — программа МВА; g_2 — непрерывная профессиональная переподготовка; g_3 — магистратура; g_4 — второе высшее образование.

Таблица отношений рангов:

$$\frac{r_i}{r_j} = \begin{cases} 1, & \text{если } g_i \text{ совпадает с } g_j; \\ 3, & \text{если } g_i \text{ немного лучше } g_j; \\ 5, & \text{если } g_i \text{ лучше } g_j; \\ 7, & \text{если } g_i \text{ значительно лучше } g_j; \\ 9, & \text{если } g_i \text{ абсолютно лучше } g_j; \\ 2, 4, 6, 8 & - \text{промежуточные значения.} \end{cases} \quad (19)$$

На основе экспертного анализа (данных) и оценки рангов построим

функции принадлежности заданных критериев

$$k_j = \left\{ \frac{a_1^{(j)}}{g_1}, \frac{a_2^{(j)}}{g_2}, \dots, \frac{a_n^{(j)}}{g_n} \right\}, \quad j = 1, 2, \dots, m. \quad (20)$$

Рассмотрим критерий k_1 . Для него наихудшей альтернативой является g_1 . Сравним с g_1 все остальные критерии.

g_3 абсолютно лучше g_1 , т. е. $a_3^1 = 9$,
 g_4 значительно лучше g_1 , т. е. $a_4^1 = 7$.

Из оценки экспертов следует

Согласно условию

g_1 совпадает с g_1 , т. е. $a_1^1 = 1$,

$a_1^j + a_2^j + \dots + a_n^j = 1$, переопределим веса

g_2 лучше g_1 , т. е. $a_2^1 = 5$,

$$a_1^1 = \frac{1}{1+5+9+7} = \frac{1}{22}, \quad a_2^1 = \frac{5}{22}, \quad a_3^1 = \frac{9}{22}, \quad a_4^1 = \frac{7}{22}. \quad (21)$$

$$k_1 = \left\{ \frac{1/22}{g_1}, \frac{5/22}{g_2}, \frac{9/22}{g_3}, \frac{7/22}{g_4} \right\}. \quad (22)$$

Для критерия k_2 наихудшей альтернативой является g_3 . Проведем сравнения.

g_2 лучше g_3 , т. е. $a_2^2 = 5$,

Из оценки экспертов следует:

g_3 совпадает с g_3 , т. е. $a_3^2 = 1$,

g_1 значительно лучше g_3 , т. е. $w_1^2 = 7$,

g_4 лучше g_3 , т. е. $a_4^2 = 5$.

Тогда для весов получаем

$$a_1^2 = \frac{7}{7+5+1+5} = \frac{7}{18}, \quad a_2^2 = \frac{5}{18}, \quad a_3^2 = \frac{1}{18}, \quad a_4^2 = \frac{5}{18}. \quad (23)$$

$$k_2 = \left\{ \frac{7/18}{g_1}, \frac{5/18}{g_2}, \frac{1/18}{g_3}, \frac{5/18}{g_4} \right\} \quad (24)$$

Для k_2 наихудшей альтернативой является g_3 .

g_2 намного лучше g_4 , т. е. $a_2^3 = 6$,

Для критерия k_3 наихудшая альтернатива — g_4 . Проведем сравнение.

g_3 чуть лучше g_4 , т. е. $a_3^3 = 2$,

Из оценки экспертов следует:

g_4 совпадает с g_4 , т. е. $a_4^3 = 1$.

g_1 значительно лучше g_4 , т. е. $a_1^3 = 7$,

Тогда для весов

$$a_1^3 = \frac{7}{7+6+2+1} = \frac{7}{16}, \quad a_2^3 = \frac{6}{16}, \quad a_3^3 = \frac{2}{16}, \quad a_4^3 = \frac{1}{16}. \quad (25)$$

$$k_3 = \left\{ \frac{7/16}{g_1}, \frac{6/16}{g_2}, \frac{2/16}{g_3}, \frac{1/16}{g_4} \right\} \quad (26)$$

Определим наилучшую альтернативу. Из предположения равноправности критериев

$$B = \begin{bmatrix} \frac{1}{22} & \frac{5}{22} & \frac{9}{22} & \frac{7}{22} \\ g_1 & g_2 & g_3 & g_4 \\ \frac{7}{18} & \frac{5}{18} & \frac{1}{18} & \frac{5}{18} \\ g_1 & g_2 & g_3 & g_4 \\ \frac{7}{16} & \frac{6}{16} & \frac{2}{16} & \frac{1}{16} \\ g_1 & g_2 & g_3 & g_4 \end{bmatrix} \quad (27)$$

Получим

$$\left\{ \frac{\min \{a_1^{(1)}, \dots, a_1^{(m)}\}}{g_1}, \frac{\min \{a_2^{(1)}, \dots, a_2^{(m)}\}}{g_2}, \dots, \frac{\min \{a_1^{(1)}, \dots, a_n^{(m)}\}}{g_n} \right\} = \left\{ \frac{1/22}{g_1}, \frac{5/22}{g_2}, \frac{1/18}{g_3}, \frac{1/16}{g_4} \right\}. \quad (28)$$

Наилучшая альтернатива g_{opt} будет обладать максимальным весом

$$a(g_{opt}) = \max_{i=1,2,\dots,n} \left\{ \frac{1}{22}, \frac{5}{22}, \frac{1}{18}, \frac{1}{16} \right\} = \frac{5}{22}, \quad (29)$$

при $g_{opt} = 2$, т. е. для заданных критериев оптимальна непрерывная профессиональная переподготовка, в частности, образовательная услуга «непрерывное финансовое образование».

Таким образом, специалист по маркетингу на основе моделирования получает возможность узнать, удовлетворению каких потребностей служит образовательное направление, и при необходимости совершенствовать его ха-

рактеристики; видеть, куда и как потребитель обращается за информацией об образовании; помочь ему быстрее и полнее получить интересующие данные; помочь потребителю принять решение о выборе образовательной услуги и ее структуры на основе знания тех мотивов и стимулов, которыми он руководствуется, а также узнать оценку потребителем своих образовательных услуг.

Библиографический список

1. Журавлёва, Л. В. Образовательный продукт: понятие и ценность [Текст] / Л. В. Журавлёва // Вестник ПГЛУ. — 2009. — № 2. — С. 315–319.

2. Bellman, R. Decision Making in Fuzzy Environment [Text] / R. Bellman, L. Zadeh // Management Science. — 1970. — Vol. 17.

3. Саати, Т. Аналитическое планирование [Текст] / Т. Саати, К. Кернс // Организация систем. — М., 1991.

4. Rotshtein, A. P. Modification of the Saaty Method for the Construction of Fuzzy Set Membership Functions [Text] / A. P. Rotshtein // Proc. Inf. Cont. On Fuzzy Logic and Its Application. — Israel, 1997.

5. Саати, Т. Указ. соч.

Bibliographic list

1. Zhuravliova, L. V. Educational Product: the Concept and Value of [Text] / L. V. Zhuravleva // Vestnik of PSLU. — 2009. — № 2. — P. 315–319.

2. Bellman, R. Decision Making in Fuzzy Environment [Text] / R. Bellman, L. Zadeh // Management Science. — 1970. — Vol. 17.

3. Saaty, T. Analytical Planning. The Organization of the System [Text] / T. Saati, K. Kearns. — M., 1991.

4. Rotshtein, A. P. Modification of the Saaty Method for the Construction of Fuzzy Set Membership Functions [Text] / A. P. Rotshtein // Proc. Inf. Cont. On Fuzzy Logic and Its Application. — Israel, 1997.

5. Saaty, T. Ordinary Op.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТНОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Аннотация

В статье рассмотрена проблема привлекательности инвестиций в недвижимость с использованием ипотечного кредита. Выполнено построение математической модели. Дана методика выбора оптимального решения.

Ключевые слова

Инвестиции, недвижимость, ипотека, математическая модель.

S. V. Rogozhin, N. S. Tsimbalenko

REAL ESTATE INVESTMENT APPEAL WITH MORTGAGE

Annotation

In this article we consider the problem of real estate investment appeal with mortgage and construct mathematical model. Method of optimal solution of the problem was found.

Keywords

Investment, mortgage, mathematical model, real estate.

В современных российских условиях проблема обеспечения жильем населения занимает центральное место в блоке проблем удовлетворения основных потребностей человека.

Как отмечалось нами ранее, основным способом приобретения квартиры, жилого дома или иного объекта жилой недвижимости выступает купля-продажа жилья, поскольку предоставление гражданам государственного, ведомственного, муниципального жилья в настоящее время, а также собственное строительство и прочие виды вторичного возникновения права собственности (наследование, дарение и т. п.) на объекты жилой недвижимости незначительны по объемам. При этом возможны и другие варианты реализации права на жилище, зависящие от волевого решения субъекта, нуждающегося в жилье.

Схема принятия решения может быть представлена следующим образом (см. рис. 1).

При выборе оптимального варианта при решении проблемы обеспечения

жильем потребитель сталкивается с необходимостью оценки инвестиционной привлекательности ипотечного кредитного продукта. Учитывая практику применения данного понятия, в рамках настоящего исследования следует определить инвестиционную привлекательность как обобщающую характеристику преимуществ и недостатков инвестирования отдельных направлений и объектов с позиций конкретного инвестора.

В целом, инвестиционная привлекательность любого проекта подразумевает под собой экономическую целесообразность инвестирования, основанную на сопоставлении интересов и возможностей инвестора, которая обеспечивает достижение поставленной цели при приемлемом уровне доходности с учетом затратной составляющей и рискованности. Анализируя инвестиционную привлекательность ипотечного кредитного продукта, необходимо построить модель затрат на приобретение жилого объекта недвижимости с использованием ипотечного кредита.



Рисунок 1 — Схема принятия решения

В общем виде данную модель можно представить следующим образом:

$$F_s = S_0 + S_{cr} + P_r + V + A + K + R + G,$$

где F_s — общая сумма расходов по приобретению объекта жилой недвижимости с использованием ипотечного кредита;

S_0 — сумма первоначального взноса за объект недвижимости, представляющая сумму собственных средств клиента банка;

S_{cr} — сумма ипотечного кредита;

P_r — дисконтированная сумма процентов за весь срок пользования ипотечного кредита;

V — сумма расходов на проведение оценки независимым профессиональным оценщиком;

A — дисконтированная сумма всех страховых платежей, которые будут уплачены за весь срок пользования кредитом;

K — сумма комиссии банка;

R — суммарная комиссия по подбору объекта недвижимости и сопровождению сделки;

G — сумма государственной пошлины за регистрацию права собственности на объект жилой недвижимости и залога.

В данной модели

$$S_0 = \beta S \text{ и } S_{cr} = S(1 - \beta),$$

где β — коэффициент «кредит/залог», устанавливаемый банком исходя из стоимости кредита и стоимости объекта жилой недвижимости;

S — стоимость объекта жилой недвижимости по договору купли-продажи.

Комиссия банка представляет собой либо фиксированную сумму, либо составляет определенный процент от суммы ипотечного кредита. Вторая ситуация в современной российской практике является более распространенной: $K = kS_{cr}$, где k — процентный коэффициент комиссии банка.

Комиссия риэлторской компании может быть определена следующим образом:

$$R = rS,$$

где r — процентный коэффициент комиссии риэлтора.

Расходы по оплате комиссии банку, риэлторской компании, а также оплата госпошлины и вознаграждение оценщику носят разовый характер, и последние две величины определяются фиксированной суммой в соответствии с тарифами оценщика и нормативными актами регистрационной службы:

$$V = const, R = const.$$

Основное отличие ипотечных программ российских банков, наиболее значимое для оценки инвестиционной привлекательности ипотечного кредитного продукта, состоит в вариантах погашения ипотечного кредита: аннуитетными и дифференцированными платежами, а также в применении фиксированной или плавающей процентных ставок.

Рассмотрим первый вариант погашения ипотечного кредита, а именно с использованием схемы уплаты кредита аннуитетными платежами. В данном случае:

$$P = S_{cr} \frac{i/12}{1 - (1 + i/12)^{-n}},$$

где P — аннуитетный платеж по ипотечному кредиту;

n — срок кредитования (в мес.);

i — годовая процентная ставка по ипотечному кредиту.

$$P_{pr} = S_{cr} \frac{id_m}{d_y},$$

где P_{pr} — сумма процентов в аннуитетном платеже;

d_m — количество дней в месяце;

d_y — количество дней в году.

Тогда $P_{cr} = P - P_{pr}$, где P_{cr} — сумма погашаемого основного долга в аннуитетном платеже.

Соответственно остаток основной суммы долга $S_{ost}(t)$ в каждый период времени t составит:

$$S_{ost}(t) = S_{cr} - \sum P_{cr_t},$$

$$S_{ost}(t) = S_{cr} - \sum (P_t - P_{pr}(t)),$$

$$S_{ost}(t) = S_{cr} - \sum \left(S_{cr} \frac{i/12}{1 - (1 + i/12)^{-n}} - S_{cr} \frac{id_m}{d_y} \right)_t,$$

Величина остатка ссудной задолженности на каждый последующий год после выдачи кредита необходима для расчета ежегодных платежей по страхованию.

$$A = \sum S_{ost_t} sl,$$

где s — страховой тариф по страхованию видов рисков (обязательным выступает страхование объекта залога, могут подлежать страхованию жизнь и трудоспособность заемщика и право собственности (титул) на объект залога);

l — соотношение страховой суммы и остатка ссудной задолженности (обычно устанавливается в размере 110 %).

Особо отметим, что первый платеж по страхованию фактически оплачивается еще до получения основной суммы кредита, таким образом, первый страховой платеж составит:

$$A_1 = S_{cr} \cdot sl.$$

Тогда развернутый вид модели $F_s = S_0 + S_{cr} + Pr + V + A + K + R + G$ может быть представлен следующим образом:

$$F_s^{annuity} = \beta S_{kv} + nS_{kv}(1-\beta) \frac{i/12}{1-(1+i/12)^{-n}} + \sum \left(Scr_t - \sum (Scr \frac{i/12}{1-(1+i/12)^{-n}} - Scr_n \frac{id_m}{d_y})_t \right) sl + kScr + rS_{kv} + V + G.$$

В том случае, когда ипотечной программой банка предусмотрено погашение кредита дифференцированными платежами, расчет суммы процентов и общей суммы расходов по страховым платежам, уплачиваемых заемщиком за весь период пользования кредитом, будет иметь иной вид:

$$Pr_t = \sum_{t=1}^n Scr \left(1 - \frac{t-1}{n} \right) \frac{i}{12},$$

$$F_s^{different} = \beta S_{kv} + nS_{kv}(1-\beta) + \sum_{t=1}^n Scr \left(1 - \frac{t-1}{n} \right) \frac{i}{12} + sl \sum_{t=1,12,24,\dots,n} Scr \left(1 - \frac{t-1}{n} \right) + kScr + rS_{kv} + V + G.$$

Таким образом, выбор наиболее оптимального ипотечного продукта для заемщика с точки зрения общих затрат на приобретение объекта жилой недвижимости сводится к нахождению минимального значения функции F_s с учетом

$$F_{effect} = \min(F_{sbank})$$

$$\text{или } F_{effect} = \min(F_1^{annuity}, F_2^{annuity}, \dots, F_1^{different}, F_2^{different}, \dots).$$

В том случае, если программами ипотечного кредитования предусматривается фиксированная процентная ставка на весь срок кредитования, на основании данной модели выбора ипотечного продукта с использованием моделей расчета общих затрат на приобретение объекта жилой недвижимости ($F_s^{annuity}$ и $F_s^{different}$) можно сделать вывод об оптимальном решении для потенциального заемщика, а также оценить в первом приближении инвестиционную привлекательность ипотечного продукта.

Однако полноценный анализ инвестиционной привлекательности ипотечного кредитного продукта должен учитывать практику применения российскими банками схемы начисления процентов по ипотечному кредиту с применением плавающей (или переменной) процентной ставки, сравнительную доходность инвестиций в иные активы и оценку рискованности вложений.

$$S_{ost} = \sum_{t=1}^n Scr \left(1 - \frac{t-1}{n} \right).$$

Соответственно общая сумма страховых платежей составит:

$$A_t = sl \sum_{t=1,12,24,\dots,n} Scr \left(1 - \frac{t-1}{n} \right),$$

где t — номер платежного периода.

Тогда

конкретных условий ипотечных программ.

Таким образом, модель эффективного выбора ипотечного продукта для заемщика в общем виде может быть представлена следующим образом:

Библиографический список

1. Селюков, В. К. Анализ спроса и предложения на рынке ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации [Текст] / В. К. Селюков, С. Г. Гончаров // Маркетинг в России и за рубежом. — 2000. — № 6. — С. 29–35.
2. Семенов, К. И. Выбор объекта моделирования ипотечного кредитования в России [Текст] / К. И. Семенов // Вестник ИНЖЭКОНа. Сер. Экономика. — 2009. — Вып. 2 (29). — С. 297–300.
3. Фаерман, Е. Ю. Ипотечное кредитование (анализ и моделирование) [Текст] / Е. Ю. Фаерман [и др.] // Аудит и финансовый анализ. — 1998. — № 2. — С. 156–167.
4. Безрукова, Т. Л. Формирование инвестиционной привлекательности в процессе управления инновационным проектом [Текст] / Т. Л. Безрукова, М. К. Добросоцкий // Современная экономика: проблемы и решения. — 2010. — № 9. — С. 27–30.

Bibliographic list

1. **Selukov, V. K.** Analysis of Demand and Supply on Mortgage Market in Russia [Text] / V. K. Selukov, S. G. Goncharov // Marketing in Russia. — 2000. — № 6. — P. 29–35.

2. **Semenov, K. I.** The Choice of Mortgage Model [Text] / K. I. Semenov // Vestnik INZHECONa, Ser. Economics. — 2009. — V. 2 (29). — P. 297–300.

3. **Faerman, E. Y.** Mortgage (Analysis and Modelling) [Text] / E. Y. Faerman [etc.] // Audit and Financial Analysis. — 1998. — № 2. — P. 156–167.

4. **Bezrukova, T. L.** Formation of Investment Appeal in Managerial Process by the Innovative Project [Text] / T. L. Bezrukova, M. K. Dobrosotsky // Modern Economic: Problems and Solutions. — 2010. — № 9. — P. 27–30.

А. Ю. Рожкова, В. В. Филонич

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ПОЛИТИКИ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕГИОНА

Аннотация

В статье предложен подход к определению результативности политики устойчивого экономического роста в регионе, который можно считать субъективным. Но он имеет смысл, поскольку предоставляет возможность определить результативность региональных стратегий роста и таким образом сформировать общее представление о самой политике.

Ключевые слова

Регион, региональная политика, инновации, инновационная система, инвестиционная стратегия, инновационная стратегия, устойчивый экономический рост.

А. Ю. Рожкова, В. В. Филонич

PRODUCTIVITY OF POLICY OF SUSTAINED ECONOMIC GROWTH OF THE REGION

Annotation

In article approach to the determination of the effectiveness of policies for sustainable economic growth in the region, which can be considered subjective. But it makes sense because it provides an opportunity to determine the effectiveness of regional growth strategies, and thus form a general idea of the policy itself.

Keywords

Region; regional policy; innovations; innovative system; investment strategy; innovative strategy; sustained economic growth.

В настоящее время действующий механизм хозяйствования должен обеспечить соответствующие условия для всех экономических агентов, снизить финансовые риски и сохранить инвести-

ционную привлекательность территорий. В связи с этим в рамках государственной региональной политики необходимо предусмотреть ряд мероприятий, направленных на поддержку отечествен-

ных производителей, сохранение регионального социально-экономического потенциала, обеспечение расширенного воспроизводства, стабилизацию и поддержание экономического роста.

В условиях недостаточно высокого спроса на продукцию отечественных производителей на мировых товарных рынках, принципиально важно для каждого предпринимателя сохранить и увеличить свои конкурентные преимущества. Поэтому актуально формирование механизмов, способствующих внедрению в производство новых достижений науки и техники, развитию инновационной деятельности и повышению конкурентоспособности.

В первую очередь, необходимо рассмотреть возможность создания региональных инновационных систем, представляющих собой совокупность организаций частного и государственного секторов экономики, которые осуществляют научные исследования, производят и реализуют высокотехнологическую продукцию, финансируют инновационную деятельность, генерируют новые идеи и технологии [4].

Концепция инновационных систем стала разрабатываться еще в 80-е гг. XX века. Опубликован ряд работ [3], в которых подчеркивается, что именно уровень развития и динамизм инновационной сферы (науки, новых технологий, наукоемких отраслей и компаний) — составляют базис экономического роста.

В последнее время большое внимание отводится проблеме формирования отраслевых инновационных систем, ядром которых являются отдельные технологические направления, сегменты рынка или отрасли промышленности. Отраслевая инновационная система может быть основана на одной технологии или области знаний либо на их совокупности. Ее база формируется за счет важнейших технологических инноваций.

Важной частью региональной инновационной системы является институциональная среда — совокупность законодательных актов, норм, правил, инструкций, которые определяют формы, методы и интенсивность взаимодействия всех субъектов регионального рынка, занятых инновационной деятельностью с другими субъектами национальной экономики. В России есть положительные наработки в части институционального обеспечения инновационного развития.

На региональном уровне целесообразно реализовывать программы научно-технического развития, предусматривающие создание благоприятных правовых, экономических и организационных условий для развития научно-технической и инновационной деятельности. В результате реализации таких программ можно ожидать: увеличение объемов реализации отечественной наукоемкой продукции и высоких технологий как на внутреннем, так и на внешних рынках; активизацию процесса внедрения передовых научно-технических разработок на промышленных предприятиях, повышения конкурентоспособности товаров и услуг; обеспечение комплексной переработки сырья и создание высокорентабельных производств; формирование инфраструктуры инновационной поддержки предприятий для предоставления информационных, консультационных, маркетинговых, финансовых и других видов услуг; создание новых рабочих места и уменьшение безработицы.

Для активизации экономического роста и перехода к его инвестиционно-инновационному типу необходимы инвестиции, в ходе реализации которых объединяются наука, техника, экономика, предпринимательство и управление. В таких условиях активизация инновационного процесса невозможна без создания адекватного механизма финансирования, эффективным элементом кото-

рого могут стать институты развития. Сегодня это государственные инвестиционные банки, которые осуществляют целевое кредитование инвестиций по приоритетным направлениям хозяйственной деятельности на условиях низких процентных ставок. Их деятельность обязательно поддерживает государство через предоставление монопольных прав или обеспечение доступа к кредитам эмиссионного центра (Центрального банка (ЦБ)) [1].

Преимущества институтов развития заключаются в их способности наращивать инвестиции независимо от объема сбережений в условиях отсутствия развитой инфраструктуры, обслуживающей инвестиционные процессы. К недостаткам относится высокий риск принятия неэффективных инвестиционных решений, который приводит к экономическим потерям и провоцирует инфляцию, а также риск неверного выбора приоритетов инвестиционной деятельности. Поэтому необходимыми условиями дееспособности такого механизма являются, во-первых, наличие эффективной системы прогнозирования и индикативного планирования социально-экономического развития страны и, во-вторых, присутствие надежных механизмов блокирования нецелевого использования кредитных ресурсов.

Разработка эффективной инвестиционной стратегии с учетом регионального аспекта — весьма актуальный вопрос. Безусловно, одним из ее ключевых задач должно быть формирование новой инвестиционной политики, поскольку устойчивого развития можно достичь лишь тогда, когда обеспечивается стабильное поступление капитала в экономику. Соответственно, в стране должен действовать адекватный правовой режим инвестиционной деятельности, который существует во многих странах мира уже продолжительное время.

Следует отметить, что в последнее время инвестиционная политика государства становится политикой самих регионов. Но без объединения усилий центральных, региональных, местных органов власти и экономических агентов сложно рассчитывать на быструю стабилизацию развития и устойчивый рост экономики. Согласование интересов по вопросам эффективного размещения капитала нуждается в соответствующих методах регулирования и стимулирования инвестиционной деятельности. Главными из них должны быть финансово-экономические методы. К финансовым относятся регулирование ставок налогообложения, ставок рефинансирования и норм обязательных резервов в ЦБ РФ, а также валютного курса, пошлин и т. д. Методами экономического регулирования являются субсидирование заемного процента по кредитам, которые предоставляются для финансирования инвестиций, отвечающих приоритетам инвестиционной политики, стимулирование общего финансирования инвестиций из государственных и частных источников и т. д.

Проведенные эмпирические исследования показали, что субъекты РФ отличаются по скорости и качеству экономического роста. В связи с этим выделены высокоразвитые регионы с интенсивным или устойчивым ростом экономики, средние, которые нуждаются в поддержке и стабилизации экономического роста, субъекты с аномалиями в процессах развития и проблемные регионы с низкими перспективами прогресса.

Такая дифференциация территорий обусловлена рядом обстоятельств. Во-первых, основные факторы, обеспечивающие расширенное воспроизводство и экономический рост региональных систем, имеют разное качество. Во-вторых, уровень развития производительных сил регионов никогда не будет одинаковым. И, в конечном счете, ско-

рость, с которой изменяются детерминанты развития территорий, тоже всегда различна. Учитывая разность в сценариях развития территорий, предлагается к определению результативности региональной политики подойти дифференцированно, определив ее по каждому типу стратегии.

В данном контексте основной результат политики роста состоит в постоянном увеличении объемов общественного производства, которое сопровождается улучшением качественных признаков развития экономики. Соответственно, существует набор показателей, отражающих изменения в хозяйственном комплексе регионов и предоставляющих возможность оценить результативность политики. Условно их можно разделить на внутренние и внешние детерминанты экономического роста.

Внешние детерминанты — это показатели, которые характеризуют конечный результат функционирования социоэкономической системы региона и рост ее экономики. Главным среди них является валовый региональный продукт. Тем не менее пользоваться лишь им не имеет смысла, поскольку в нем есть ограничения, на которые обращал внимание еще С. Фишер: «...изменения в ВВП не всегда показывают изменения в уровне благосостояния домохозяйств по трем обстоятельствам. Во-первых, ВВП является показателем результатов экономической деятельности, а для определения благосостояния населения более полезным оказывается показатель личного потребления товаров и услуг. Во-вторых, величина свободного времени человека за последние годы значительно увеличилась, и это сделало его более состоятельным, что никак не учитывают обычные показатели доходов. В-третьих, мероприятия по охране окружающей среды нуждаются в расходах, которые не учитываются в ВВП» [6]. Поэтому валовой региональный

продукт необходимо считать основным показателем экономического роста, но не единственным.

С. Кузнец отмечает, что «...подобно тому, как рост организма измеряется весом, ростом и т. д., рост наций измеряется приростом ее благосостояния и населения» [7]. Соответственно использование при оценке результативности стратегий таких показателей, как прирост населения и его доходов является обязательным условием ее объективности. Необходимо помнить, что уровень средних доходов в расчете на одного человека может отвечать разным моделям их распределения.

Важным доказательством устойчивого роста кроме увеличения реальных доходов населения может быть увеличение сбережений в общей структуре расходов домохозяйств. Полезными в исследовании оказываются также индексы динамики производства, выпуска товаров и услуг, показатели эффективности производства. Еще одним параметром устойчивости отдельные экономисты [5] считают темп роста экспорта.

Поскольку набор внешних детерминант является универсальным для всех групп регионов, то их можно считать основными показателями результативности стратегий. Дополнительными показателями предлагается взять внутренние детерминанты — показатели, характеризующие состояние факторов экономического роста.

Учитывая то, что в каждой стратегии задействована своя группа факторов, способных интенсифицировать или стабилизировать экономический рост, набор показателей, которые характеризуют их состояние, зависит от типа стратегии. Так, в стратегии интенсификации задействованы «технологии», «инновации», «знание» и «капитал». Соответственно в результате ее реализации изменения будут происходить в первую очередь по этой группе факторов: увеличатся объемы финансирования инновационного

сектора экономики, научных и научно-исследовательских работ, изобретательской деятельности.

Доказательством результативности стратегии интенсификации является скорость количественных изменений оценочных показателей. Наилучшим образом ее можно охарактеризовать с помощью их абсолютных приростов. Поэтому дополнительными показателями результативности стратегии становятся «прирост объемов финансирования инновационной деятельности», «прирост объемов финансирования научных и научно-технических работ» и «прирост инвестиций в основной капитал». Из-за того что в группе регионов с интенсивным или устойчивым ростом экономики проблемой остается неудовлетворительное состояние окружающей природной среды, еще одним дополнительным показателем может быть «прирост инвестиций на охрану окружающей природной среды».

Стратегия поддержки и стабилизации экономического роста основана на факторах «капитал», «трудовые ресурсы» и «инновации». Оценивать ее результативность необходимо с помощью показателей, которые характеризуют эти факторы. Это могут быть «прирост инвестиций в основной капитал», «прирост объемов финансирования инновационной деятельности» и «прирост уровня образования населения». Показатель «Прирост текущих расходов на охрану природных ресурсов» также уместно отнести к составу показателей результативности.

Стратегия сбалансирования заключается в активизации действия инновационных факторов роста, а также факторов, связанных с технологией, капиталом и трудовыми ресурсами. Оценить ее результативность можно на основе приростов объемов финансирования инновационной деятельности, инве-

стиций в основной капитал, инвестиций на охрану окружающей среды и уровня образования населения.

В стратегии оздоровления задействованы три фактора: капитал, трудовые и природные ресурсы. Учитывая то, что она предусматривает развитие предприятий малого и среднего бизнеса и направлена на стимулирование инвестиционной деятельности субъектов хозяйствования, показателями ее результативности должны быть «прирост инвестиций в основной капитал» и «прирост количества предприятий малого и среднего бизнеса». Поскольку одним из принципов стратегии является развитие производства, основанной на природных ресурсах территории, то заботливое отношение предпринимателей к окружающей природной среде является обязательным требованием. Соответственно, к показателям результативности необходимо отнести «прирост текущих расходов на охрану природных ресурсов». Результатом стратегии может быть и прирост уровня образования населения.

Таким образом, определены показатели результативности региональных стратегий роста. Главными из них являются внешние детерминанты: абсолютные приросты валовой добавленной стоимости, производства, выпуска товаров и услуг, экспорта, количества населения и его доходов. Дополнительные внутренние детерминанты — показатели, которые характеризуют состояние основных факторов роста (представлены в табл. 1). Поскольку стратегия является новым мероприятием, которое предлагается для стабилизации ситуации на региональном уровне, проверить фактическую результативность пока нет возможности, так как на это необходимо 5–7 лет. Поэтому в дальнейшем можно привнести только рекомендации по ее оценке.

Таблица 1 — Показатели результативности стратегий устойчивого экономического роста

Тип стратегии	Группа регионов	Основные показатели	Дополнительные показатели
Стратегия интенсификации	Высокоразвитые регионы с интенсивным или устойчивым развитием экономики	<ul style="list-style-type: none"> - прирост ВДС; - прирост производства; - прирост выпуска товаров и услуг; - прирост экспорта; - прирост населения; - прирост доходов населения 	<ul style="list-style-type: none"> - прирост объемов финансирования инновационной деятельности; - прирост объемов финансирования научных и научно-технических работ; - прирост инвестиций в основной капитал; - прирост инвестиций на охрану окружающей природной среды
Стратегия поддержки и стабилизации	Регионы со средним развитием, которым необходима поддержка и стабилизация экономического роста	<ul style="list-style-type: none"> - прирост ВДС; - прирост производства; - прирост выпуска товаров и услуг; - прирост экспорта; - прирост населения; - прирост доходов населения 	<ul style="list-style-type: none"> - прирост инвестиций в основной капитал; - прирост объемов финансирования инновационной деятельности; - прирост уровня образования населения; - прирост текущих расходов на охрану природных ресурсов
Стратегия сбалансирования	Регионы с аномалиям и в процессе развития и роста	<ul style="list-style-type: none"> - прирост ВДС; - прирост производства; - прирост выпуска товаров и услуг; - прирост экспорта; - прирост населения; - прирост доходов населения 	<ul style="list-style-type: none"> - прирост объемов финансирования инновационной деятельности; - прирост инвестиций в основной капитал; - прирост уровня образования населения
Стратегия оздоровления	Проблемные регионы с низкими перспективами роста	<ul style="list-style-type: none"> - прирост ВДС; - прирост производства; - прирост выпуска товаров и услуг; - прирост экспорта; - прирост населения; - прирост доходов населения 	<ul style="list-style-type: none"> - прирост инвестиций на охрану окружающей природной среды; - прирост инвестиций в основной капитал; - прирост уровня образования населения; - прирост предприятий малого и среднего бизнеса; - прирост текущих расходов на охрану природных ресурсов

Исходим из того, что каждый показатель необходимо рассматривать в динамике, его ежегодное значение недостаточно для объективных выводов о результативности стратегии. Оценивать изменение показателя можно на основе динамики абсолютных приростов. Для этого необходимо все показатели привести к ценам базисного периода с учетом индексов инфляции и рассчитать приросты при изменяемой базе, которой

является предыдущий уровень. Предлагается следующая градация динамики приростов: интенсивный рост — устойчивый рост — медленный рост — спад.

Для того чтобы установить характер динамики, необходимо обратиться к методам математической статистики О. Гранберга [2], которые позволяют охарактеризовать ее с помощью математических функций.

Интенсивному росту абсолютных приростов отвечает степенная (при $b > 1$) функция и парабола второго порядка; устойчивому — линейная; медленному — парабола второго порядка (при $c < 0$), линейно-логарифмическая и степенная (при $b < 1$) функции, а также гиперболы первого и второго порядков. Спад абсолютных приростов в долго-

срочном периоде представлен графически. Далее устанавливается тип динамики. Положительным считают интенсивный или устойчивый рост абсолютных приростов, а отрицательным — медленный их спад. Результаты систематизации видов и типов динамики показателей результативности стратегии интенсификации представлены в таблице 2.

Таблица 2 — Систематизация видов и типов динамики абсолютных приростов показателей результативности стратегии интенсификации

Прирост	Вид динамики	Тип динамики
Прирост валовой добавленной стоимости	– интенсивный рост; – устойчивый рост; – медленный рост; – спад	– положительная динамика; – отрицательная динамика
Прирост производства промышленной продукции	– интенсивный рост; – устойчивый рост; – медленный рост; – спад	– положительная динамика; – отрицательная динамика
Прирост выпуска товаров и услуг	– интенсивный рост; – устойчивый рост; – медленный рост; – спад	– положительная динамика; – отрицательная динамика
Прирост экспорта товаров и услуг	– интенсивный рост; – устойчивый рост; – медленный рост; – спад	– положительная динамика; – отрицательная динамика
Прирост населения	– интенсивный рост; – устойчивый рост; – медленный рост; – спад	– положительная динамика; – отрицательная динамика
Прирост доходов населения	– интенсивный рост; – устойчивый рост; – медленный рост; – спад	– положительная динамика; – отрицательная динамика
Прирост объемов финансирования инновационной деятельности	– интенсивный рост; – устойчивый рост; – медленный рост; – спад	– положительная динамика; – отрицательная динамика
Прирост объемов финансирования научных и научно-технических работ	– интенсивный рост; – устойчивый рост; – медленный рост; – спад	– положительная динамика; – отрицательная динамика
Прирост инвестиций в основной капитал	– интенсивный рост; – устойчивый рост; – медленный рост; – спад	– положительная динамика; – отрицательная динамика
Прирост инвестиций на охрану окружающей среды	– интенсивный рост; – устойчивый рост; – медленный рост; – спад	– положительная динамика; – отрицательная динамика

Соответствующим образом можно систематизировать динамику показателей других стратегий. Интерес представляет интегральная оценка результативности стратегий. Традиционно ее основу составляют многофакторные модели, в которых допускается, что влияние факторов изменяется в зависимости от специфики региона и его отраслевой структуры. Поэтому для определения общей эффективности по каждому из регионов необходимо

строить свою модель. На практике это сделать очень тяжело из-за отсутствия соответствующего опыта у специалистов органов государственной исполнительной власти и местного самоуправления. Поэтому рекомендуется ограничиться балльной оценкой динамики показателей результативности: положительная — 1 балл, отрицательная — 0 (табл. 3), а общую результативность определить с помощью интервалов, приведенных в таблице 4.

Таблица 3 — Оценка динамики абсолютных приростов показателей результативности стратегий роста

№	Прирост	Тип динамики	Баллы
1	Прирост показателя 1	положительная / отрицательная	1/0
...	—	положительная / отрицательная	1/0
<i>n</i>	Прирост показателя <i>n</i>	положительная / отрицательная	1/0

Таблица 4 — Определение результативности стратегий роста

Оценка динамики абсолютных приростов показателей результативности, общий балл	Результативность стратегии
10–8	высокая
7–5	средняя
4–1	низкая

Такой подход к определению результативности политики устойчивого экономического роста в регионе можно считать субъективным. Однако он имеет смысл, поскольку предоставляет возможность определить результативность региональных стратегий роста и таким образом сформировать общее представление о самой политике.

Библиографический список

1. Глазьев, С. Пути преодоления инвестиционного кризиса [Текст] / С. Глазьев // Вопросы экономики. — 2009. — № 11. — С. 13–26.
2. Гранберг, А. Г. Динамические модели народного хозяйства [Текст] / А. Г. Гранберг. — М.: Экономика, 1985. — 240 с.
3. Гришина, Л. Инновационное направление развития как путь преодоления проблемности региона [Текст] /

Л. Гришина, Н. Буга // Экономист. — 2006. — № 8. — С. 54–57.

4. Дынкин, А. Траектория идей: исследования научно-технического прогресса [Текст] / А. Дынкин, Н. Иванова, Л. Ночевкина // Мировая экономика и международные отношения. — 2009. — № 4. — С. 27–34.

5. Расулев, А. Индикаторы и варианты достижения устойчивого экономического роста [Текст] / А. Расулев // Общество и экономика. — 2010. — № 10. — С. 29–46.

6. Фишер, С. Экономика [Текст]: пер. с англ. / С. Фишер, Буш Р. Дорн, Р. Шмалензи. — М.: Дело ЛТД, 2007. — 864 с.

7. Kuznets, S. Measurement of Economic Growth [Text] / S. Kuznets // The Journal of Economic History. — 1947. — Vol. 7. Supplement: Economic Growth: A Symposium. — P. 10–34.

Bibliographic list

1. **Glazyev, S.** Ways to Overcome the Investment Crisis [Text] / S. Glazyev // Problems of Economics. — 2009. — № 11. — P. 13–26.
2. **Granberg, A. G.** Dynamic Models of the Economy [Text] / A. G. Granberg. — М. : Economics, 1985. — 240 p.
3. **Grishina, L.** Innovative Direction of Development as a Way to Overcome the Troubled Regions [Text] / L. Grishina, N. Buga // Economist. — 2006. — № 8. — P. 54–57.
4. **Dynkin, A.** Trajectory Ideas: Studies of Scientific and Technological Progress [Text] / A. Dynkin, Ivanova, L.

Nochevkina // World Economy and International Relations. — 2009. — № 4. — P. 27–34.

5. **Rasulev, A.** Indicators and Variants of Achieving Sustainable Economic Growth [Text] / A. Rasulev // Society and Economy. — 2010. — № 10. — P. 29–46.

6. **Fisher, S.** Economics [Text] / S. Fischer, Bush R. Dorn, R. Schmalensee. — М. : Business Ltd, 2007. — 864 p.

7. **Kuznets, S.** Measurement of Economic Growth [Text] / S. Kuznets // The Journal of Economic History. — 1947. — Vol. 7. Supplement: Economic Growth: A Symposium. — P. 10–34.

A. B. Скляр

**АЛГОРИТМ АНАЛИЗА РЯДОВ ДИНАМИКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ
ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ АППАРАТА СГЛАЖИВАЮЩИХ
НОРМАЛИЗОВАННЫХ В-СПЛАЙНОВ**

Аннотация

В статье представлен алгоритм анализа рядов динамики экономических показателей, разработанный на основе математического аппарата сглаживающих кубических нормализованных В-сплайнов, который способен эффективно учитывать стохастический характер динамики и не критичен к априорной неопределенности вида ее функции распределения.

Ключевые слова

Анализ, В-сплайн, ряд динамики.

A. V. Sklyarov

**ANALYSIS ALGORITHM OF RANKS OF DYNAMICS
OF ECONOMIC INDICATORS, ON THE BASIS OF THE DEVICE
OF THE SMOOTHING NORMALIZED B-SPLINES**

Annotation

The analysis algorithm of ranks of dynamics of the economic indicators is presented in article, developed on the basis of mathematical apparatus of the smoothing cubic normalized V-splines which is capable to consider effectively stochastic nature of dynamics and isn't critical to aprioristic uncertainty of a type of function of distribution.

Keywords

Analysis, B-spline, number of dynamics.

Для выявления зависимостей, связей и тенденций в экономике, при наличии статистических данных за определенный период времени, широко применяются методы анализа рядов динамики [1, 2]. Одной из распространенных сфер их применения является технический анализ биржевых индексов ценных бумаг. При этом наибольшее распространение получили параметрические и непараметрические методы. Однако указанные методы обладают рядом существенных недостатков. Так, применение параметрических методов предполагает наличие некоторой априорной информации о типе допустимых функций, описывающих ряд динамики экономических показателей, что в некоторых случаях затруднительно или невозможно. В таких случаях применяются непараметрические методы, но и они не всегда эффективны. Во-первых, обеспечению приемлемой точности их прогнозов мешает нестационарность стохастических процессов, описывающих динамику экономических показателей. Во-вторых, непараметрические методы обеспечивают получение несмещенных оценок лишь в предположении о нормальности законов распределения вероятностных характеристик этих процессов, что в ряде случаев не соответствует действительности. Кроме того, при их применении сложно получить аналитические выражения для рассматриваемых процессов, что затрудняет применение методов функционального анализа для углубленного исследования динамики экономических показателей. Перечисленные недостатки дела-

$$\Delta: x_0 < x_1 = a < x_2 < \dots < x_N = b < x_{N+1}. \quad (2)$$

получим аналитическое выражение для сплайн-аппроксимации функции накопления частот (1) в виде системы сгла-

$$F(x) = \sum_{i=0}^{N+1} b_i B_3^i(\chi_{i3}), \quad \chi_{i3} = \frac{1}{h} \left(x - x_{i+\frac{n+1}{2}} \right), \quad (3)$$

где b_i — коэффициенты сплайна;

$x_{i+\frac{n+1}{2}}$ — координаты середины носителя В-сплайна;

n — степень сплайна;

ют задачу построения алгоритмов анализа рядов динамики экономических показателей весьма актуальной.

Для решения этой задачи по ряду причин целесообразно применить аппарат сглаживающих нормализованных кубических В-сплайнов. Под такими сплайнами обычно понимают [3]: нормированные, финитные функции, определенные на некоторой конечной площадке-носителе, совпадающие на подынтервалах, образованных сеткой с некоторыми алгебраическими многочленами не выше третьей степени, и дважды непрерывно дифференцируемые. При этом нормирующий множитель равен среднему арифметическому шагов на площадке, где В-сплайн отличен от нуля. Во-первых, он эффективно сглаживает стохастические осцилляции и критичен к виду закона распределения случайного процесса. Во-вторых, применение аппарата сглаживающих сплайнов позволяет исключить аномальные уровни, чем существенно повышает точность оценок и не требует дополнительного решения задачи выбора граничных условий. В-третьих, указанный математический аппарат позволяет представить анализируемый динамический ряд в аналитическом виде.

Разработка алгоритма. Пусть экономические показатели представлены в виде:

$$F(x_i) = F_i, i = 0, N-1. \quad (1)$$

Рассмотрим область $\Phi = [a; b]$, на которой определена функция $F(x_i)$. Введем на Φ множество узлов с равным шагом разбиения h :

живающих кубических нормализованных В-сплайнов дефекта 1 [3]:

$$B_3^i(\chi_{i3}) = \frac{1}{6}(2 + \chi_{i3})^3 B_0^i + \left(\frac{2}{3} - \chi_{i3}^2 - \frac{\chi_{i3}^3}{2}\right) B_0^{i+1} + \left(\frac{2}{3} - \chi_{i3}^2 + \frac{\chi_{i3}^3}{2}\right) B_0^{i+2} + \frac{1}{6}(2 - \chi_{i3})^3 B_0^{i+3}$$

$$B_0^i = \begin{cases} 1 & \text{при } x \in [x_i; x_{i+1}] \\ 0 & \text{при } x \notin [x_i; x_{i+1}] \end{cases} \quad (4)$$

Задачу сглаживания будем решать путем минимизации функционала [3]:

$$J = \rho \int_a^b |F''(x)|^2 dx + \sum_{i=1}^N (\hat{F}(x_i) - F(x_i))^2, \quad (5)$$

где ρ — коэффициент сглаживания;

$\hat{F}(x_i)$ — значение сглаживаемой функции в узлах сетки;

$F(x_i)$ — значение сплайна (3) в точке x_i ;

$|F''(x)|$ — модуль второй производной сплайна (3).

Рассмотрим участок $[x_i; x_{i+1}]$ (рис. 1). Осуществим привязку коэффициентов сплайна к середине соответствующего носителя и введем нормализованную координату для сплайна, равную $\chi = \frac{x - x_i}{h}$. Тогда для этого участка, с учетом (4), выражение (3) запишем как:

$$F(x) = \frac{1}{6} \left(2 + \frac{x - x_i - 2h}{h} \right)^3 b_{i+2} + \left(\frac{2}{3} - \left(\frac{x - x_i - h}{h} \right)^2 - \frac{1}{2} \left(\frac{x - x_i - h}{h} \right)^3 \right) b_{i+1} + \left(\frac{2}{3} - \left(\frac{x - x_i}{h} \right)^2 + \frac{1}{2} \left(\frac{x - x_i}{h} \right)^3 \right) b_i + \frac{1}{6} \left(2 - \frac{x - x_i + h}{h} \right)^3 b_{i-1}. \quad (6)$$

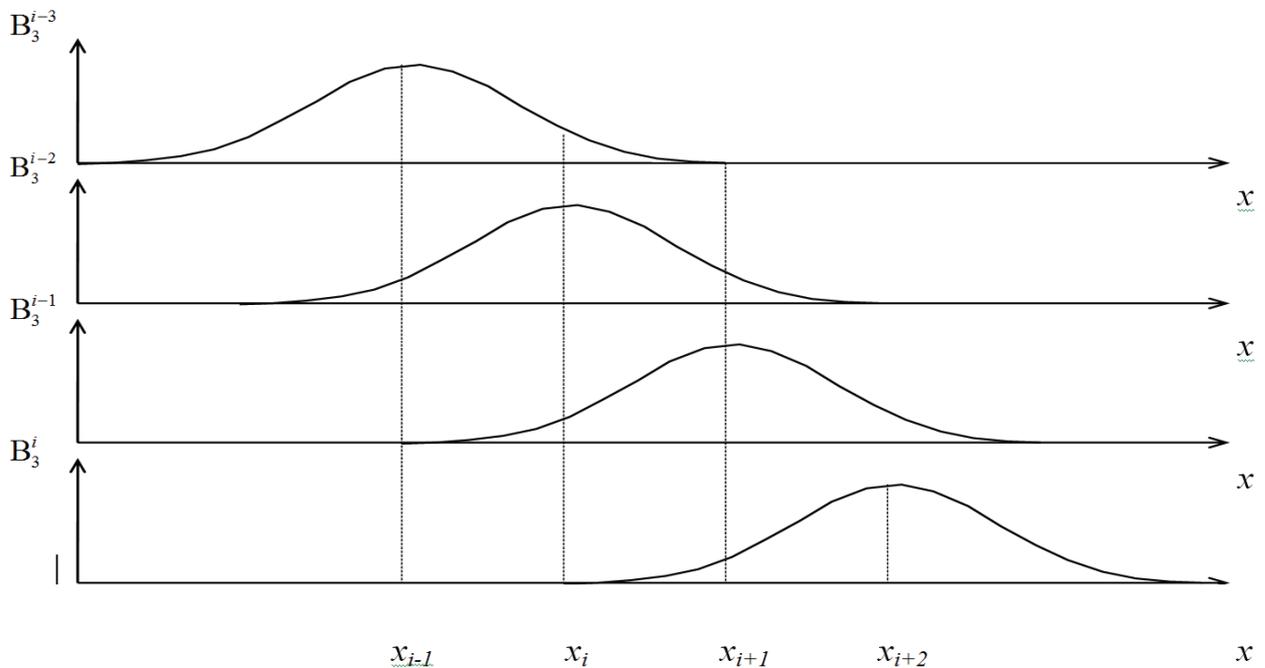


Рисунок 1 — Графическое пояснение выражения (6)

После несложных арифметических преобразований, группирования относительно коэффициентов сплайна и

подстановки в выражение (4) получим аналитическое выражение для сплайна:

$$F(\chi) = \sum_{i=1}^{N-1} \frac{\chi^3(b_{i+2} - 3b_{i+1} + 3b_i - b_{i-1})}{6} + \frac{\chi^2(b_{i+1} - 2b_i + b_{i-1})}{2} + \frac{\chi(b_{i+1} - b_{i-1})}{2} + \frac{(b_{i+1} + 4b_i + b_{i-1})}{6} \quad (7)$$

Минимизируемый функционал (5) будет определяться выражением

$$J = \rho \sum_{i=1}^{N-1} \int_{x_i}^{x_{i+1}} |F''(x)|^2 dx + \sum_{i=1}^N \left[\hat{F}(x_i) - \frac{1}{6}(b_{i+1} + 4b_i + b_{i-1}) \right]^2 \quad (8)$$

Для нахождения значений коэффициентов сплайна (7), приносящего минимум функционалу (8), вычислим частные производные по этим коэффи-

циентам и приравняем их к нулю. В результате получим систему из $N + 2$ линейных уравнений, матричная форма которых имеет вид:

$$\frac{1}{6} (A B) = Z, \quad (9)$$

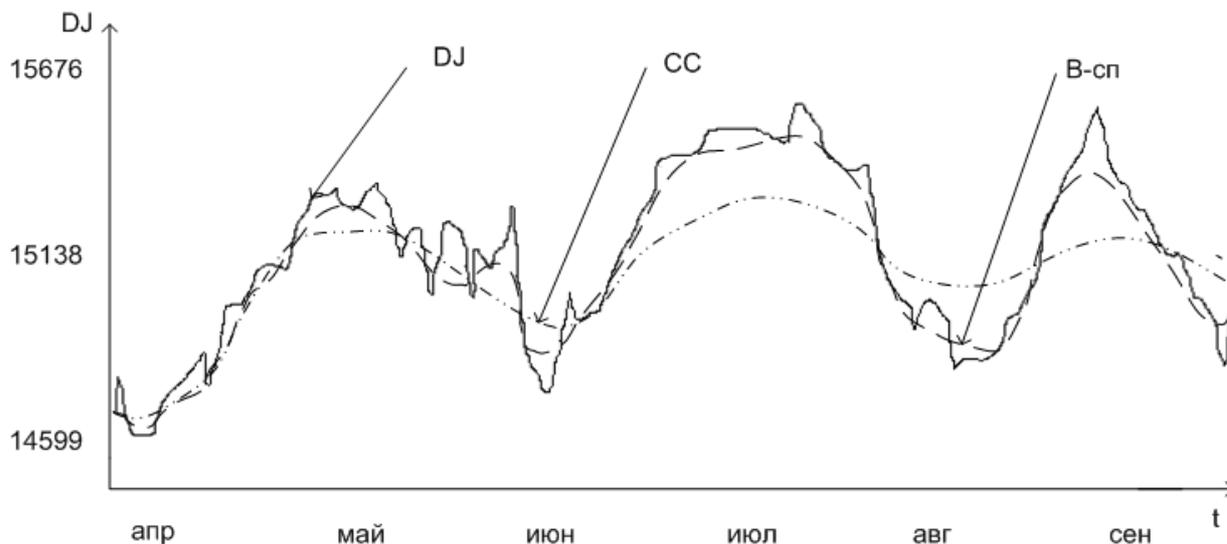
$$A = \begin{pmatrix} 1+12\rho & 4-18\rho & 1 & 6\rho & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 4-18\rho & 17+48\rho & 8-36\rho & 1 & 6\rho & 0 & 0 & 0 \\ 1 & 8-36\rho & 18+84\rho & 8-54\rho & 1 & 6\rho & 0 & 0 \\ 6\rho & 1 & 8-54\rho & 18+96\rho & 8-54\rho & 1 & 6\rho & 0 \\ \cdot & \cdot \\ 0 & 6\rho & 1 & 8-54\rho & 18+96\rho & 8-54\rho & 1 & 6\rho \\ 0 & 0 & 6\rho & 1 & 8-54\rho & 18+84\rho & 8-36\rho & 1 \\ 0 & 0 & 0 & 6\rho & 1 & 8-36\rho & 17+48\rho & 4-18\rho \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 6\rho & 1 & 4-18\rho & 1+12\rho \end{pmatrix},$$

$$B = \begin{pmatrix} b_0 \\ b_1 \\ b_2 \\ \vdots \\ b_{N-1} \\ b_N \\ b_{N+1} \end{pmatrix}, \quad Z = \begin{pmatrix} z_1 \\ 4z_1 + z_2 \\ z_1 + 4z_2 + z_3 \\ \vdots \\ z_1 + 4z_2 + z_3 \\ z_{N-1} + 4z_N \\ z_N \end{pmatrix}, \quad z_i = \hat{F}(x_i).$$

Матрица коэффициентов системы (9) имеет семидиагональный вид и хорошо обусловлена, поэтому при любом количестве элементов динамического ряда (1) за конечное число операций методом прогонки [4] может быть получено точное решение системы.

Оценка эффективности предложенного алгоритма. Для оценки эффек-

тивности предложенного алгоритма был проведен его сравнительный анализ с получившими распространение методом наименьших квадратов (МНК) и методом скользящего среднего. В ходе вычислительного эксперимента проведен анализ индекса Dow-Jones за 6 месяцев текущего года, результаты которого представлены на рисунке 2.



DJ — динамика биржевого индекса;
 СС — оценка методом скользящего среднего;
 В-сп — оценка предложенным алгоритмом.

Рисунок 2 — Результаты вычислительного эксперимента

Анализ результатов вычислительного эксперимента показывает следующие результаты:

- применение МНК для анализа динамики биржевых индексов целесообразно лишь на коротких интервалах времени, в рамках которых тренд индекса не претерпевает кардинальных изменений и может быть представлен функцией известного вида;
- при рассмотрении более протяженного периода наблюдения индекса применение МНК и других параметрических методов анализа неэффективно;
- при анализе рядов динамики на больших интервалах времени целесообразно применять непараметрические методы, при этом анализ графиков рисунка 2 показывает, что алгоритм на базе сглаживающих нормализованных В-сплайнов обеспечивает повышение точности оценки по сравнению с методом скользящего среднего.

Следует также отметить, что при наличии априорной информации о характере динамики индексов, изменении коэффициента ρ функционала (5) можно

варьировать степень сглаживания стохастических осцилляций, тем самым дополнительно повышая точность анализа.

Таким образом, на основе аппарата сглаживающих нормализованных В-сплайнов в данной статье представлен алгоритм анализа рядов динамики экономических показателей (7), способный эффективно учитывать их стохастический характер и не критичный к априорной неопределенности вида функции распределения стохастических процессов, описывающих динамику экономических показателей.

Проведенный вычислительный эксперимент показывает, что применение предложенного алгоритма позволяет повысить эффективность решения задачи анализа динамики экономических показателей.

Библиографический список

1. Крамер, Г. Математические методы статистики [Текст] / Г. Крамер. — М. : Наука, 1975. — 235 с.
2. Громова, Н. М. Основы экономического прогнозирования [Текст] /

Н. М. Громова, Н. И. Громова. — М. : Академия естествознания, 2006. — 450 с.

3. **Завьялов, Ю. С.** Методы сплайн функций [Текст] / Ю. С. Завьялов, Б. И. Квасов, В. Л. Мирошниченко. — М. : Наука, 1980. — 370 с.

4. **Амосов, А. А.** Вычислительные методы для инженеров [Текст] / А. А. Амосов, Ю. А. Дубинский, Н. В. Копченова. — М. : Наука, 1994. — 420 с.

Bibliographic list

1. **Kramer, G.** Mathematical Methods of Statistics [Text] / G. Kramer. — М. : Science, 1975. — 235 p.

2. **Gromova, N. M.** Basics of Economic Forecasting [Text] / N. M. Gromov, N. I. Gromova. — М. : Natural Sciences Academy, 2006. — 450 p.

3. **Zavyalov, Yu. S.** Methods of Spline of Functions [Text] / Yu. S. Zavyalov, B. I. Kvasov, V. L. Miroshnichenko. — М. : Science, 1980. — 370 p.

4. **Amosov, A. A.** Numerical Methods for Engineers [Text] / A. A. Amosov, Yu. A. Dubinsky, N. V. Kopchenova. — М. : Science, 1994. — 420 p.

РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

А. В. Бурмистров

ПРОБЛЕМЫ АУДИТА ЭФФЕКТИВНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ПРОГРАММ

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению проблем аудита эффективности муниципальных программ. Автором проводится анализ аудита эффективности муниципальных программ, его критериев, предлагаются конкретные меры по повышению эффективности муниципальных программ, которые обеспечили бы более продуктивную работу муниципального образования.

Ключевые слова

Аудит эффективности муниципальных программ, муниципальный финансовый контроль, критерии аудита эффективности муниципальных программ, контрольно-счетные органы муниципальных образований.

A. V. Burmistrov

PROBLEMS OF THE EFFICIENCY AUDIT OF MUNICIPAL PROGRAMS

Annotation

The article is devoted to the problems of the efficiency audit of municipal programs. The author analyzes the efficiency audit of municipal programs, its criteria and proposes concrete measures for improving the efficiency of municipal programs that would allow for more productive work municipal formations.

Keywords

Performance audit municipalities, municipal financial control, audit criteria of efficiency of municipal programs, control and accounting bodies of municipal formations.

Целевые программы в Российской Федерации являются эффективным финансовым инструментом в экономике, направленным на решение актуальных социальных проблем и обеспечение необходимыми ресурсами на главных направлениях государственной политики.

В Бюджетном послании Президента РФ Федеральному Собранию от 13.06.2013 «О бюджетной политике в 2014–2016 гг.» указано, что «государственные программы Российской Федерации должны стать ключевым механизмом, с помощью которого увязываются стратегическое и бюджетное планирование», а также отмечается, что «основ-

ным инструментом достижения целей государственной политики должны стать государственные программы, требования к которым будут вытекать из документов стратегического планирования, а механизмы и объемы их финансового обеспечения устанавливаться в долгосрочной бюджетной стратегии, трехлетних бюджетах и Программе повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 г.» [1, с. 3].

Программно-целевой принцип организации деятельности государственной власти и органов местного само-

управления является одним из способов повышения эффективности бюджетных расходов. На уровне местного самоуправления муниципальные программы выступают как часть системы территориального управления и направлены на реализацию, в первую очередь, региональных и местных интересов. Это позволяет повысить эффективность планирования. В целях совершенствования бюджетного процесса в основных направлениях бюджетной и налоговой политики местных самоуправлений ставится задача перехода преимущественно к программно-целевым методам бюджетного планирования. Это обеспечивает непосредственную взаимосвязь между планируемыми бюджетными ресурсами и фактическими результатами их использования в соответствии с установленными приоритетами муниципальной политики. Анализируя, например, отчет об исполнении бюджета г. Таганрога за 2012 г. [4, с. 8] видно, что доля программных расходов составила 92,2 %. В 2012 г. в состав расходов бюджета г. Таганрога включены ассигнования на реализацию 33 муниципальных программ, из них:

- 30 долгосрочных программ, уточненные плановые ассигнования которых на 2012 г. составляли 5 438 396,2 тыс. руб.;

- 2 муниципальные ведомственные программы с плановыми расходами на сумму 22 163,0 тыс. руб.;

- план краткосрочных целевых мероприятий развития жилищно-коммунального хозяйства г. Таганрога с расходами на сумму 139 828,3 тыс. руб.

Кроме того, в 2012 г. были реализованы мероприятия по 3 региональным программам на сумму 86 980,7 тыс. руб.

Особое внимание необходимо уделить исполнению плановых назначений по программам.

Общие уточненные по программным расходам на 2012 г. составляли 5 731 519,60 тыс. руб., исполнение на

1 января 2013 г. составило 5 460 797,4 тыс. руб., или 95,3 %. Неисполнение плановых назначений по программным мероприятиям отчетного периода — 270 722,2 тыс. руб.

Годовые бюджетные назначения, предусмотренные сводной бюджетной росписью с изменениями, исполнены на 100 % только по четырем целевым программам.

По 19 программам плановые назначения исполнены на 94,2–99,9 %. По 10 программам кассовое исполнение расходов составило менее 90 %, в том числе по двум программам исполнение плановых назначений составило менее 60 %.

Таким образом, процент исполнения плановых назначений по программам оставляет желать лучшего. По информации исполнителей программ, причины неисполнения различны в каждом индивидуальном случае. Однако анализ позволяет обобщить информацию.

Для более эффективного осуществления затрат на муниципальные программы необходимо выполнять требования нормативно-правовой базы по разработке, формированию, реализации и контролю муниципальных программ, наладить систему ответственности заказчиков и исполнителей программ за недостижение утвержденных параметров и поставленных целей. Эффективность проектов и программ, реализуемых на бюджетные средства, на средства налогоплательщиков — объект особого внимания муниципального контроля. Правовые документы требуют подробного учета эффективности программ, эффективности каждого рубля затраченных средств. Однако методы программно-целевого планирования, как правило, применяются формально и в большинстве случаев ориентированы на освоение бюджетных средств, а не на достижение эффективного конечного результата. Таким образом, аудит эффективности муниципальных программ в

рамках контроля за исполнением местного бюджета необходим.

Федеральный закон от 23.07.2013 № 252-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс РФ» [3, с. 102] отменил последующий контроль представительных органов за исполнением бюджета (ст. 153 БК РФ). Ст. 265 БК РФ [2, с. 178] закрепила понятия предварительного и текущего контроля, а также определила, что внешний муниципальный финансовый контроль в сфере бюджетных правоотношений является контрольной деятельностью контрольно-счетного органа, образованного представительным органом, а внутренний муниципальный финансовый контроль в сфере бюджетных правоотношений является контрольной деятельностью органов муниципального финансового контроля, являющихся органами (должностными лицами) местных администраций.

Таким образом, для эффективного контроля за исполнением муниципальных программ, в каждом муниципальном образовании, в соответствии с вышеуказанными изменениями в Бюджетный кодекс РФ, представительным органом должен быть создан контрольно-счетный орган для внешнего муниципального финансового контроля.

В сложившейся ситуации огромное значение принимает внешний финансовый контроль муниципальных программ, экспертиза проектов муниципальных программ, которая либо не проводится, либо проводится в отсутствие методики ее проведения.

В настоящее время в Ростовской области контрольно-счетные органы муниципальных образований созданы только в г. Ростове-на-Дону и г. Волгодонске. Таким образом, только в данных городах существует методика аудита эффективности реализации муниципальных программ, которая определяла бы законность, результативность и эффективность использования бюджетных средств в рамках указанных программ.

В основе аудита эффективности использования бюджетных средств на реализацию программ лежит формирование системы показателей, описывающих цели и задачи муниципальных программ и этапы их реализации. Конечный результат аудита эффективности должен быть направлен на то, чтобы сделать выводы и предложить аудируемым лицам конкретные рекомендации по повышению эффективности использования бюджетных средств. Наличие методики аудита эффективности гарантирует обоснованность проводимых расчетов и реальность рекомендаций по реализации предложений данного аудита. Отсутствие методики говорит о поверхностном подходе к анализу эффективности использования бюджетных и привлеченных средств, выделяемых для финансирования целевых программ. Это может привести к завышению объемов финансирования, к кассовым разрывам, связанным с необоснованным размером финансовых ресурсов.

Следует отметить, что в законодательстве отсутствует единое понятие об аудите эффективности муниципальных программ, отсутствуют универсальные методические рекомендации, позволяющие достоверно оценить результативность, законность и эффективность муниципальных программ. На государственном и муниципальном уровне необходимо разработать комплексный, универсальный и детализированный механизм аудита результативности, законности и эффективности реализации муниципальных программ по единым критериям. Данные критерии должны обеспечить объективность и прозрачность такого аудита, а также прямую зависимость объемов бюджетного финансирования от достигнутых результативности и эффективности реализации муниципальной программы.

С точки зрения С. В. Барулина и В. С. Кусмарцева, определен следующий механизм оценки результативности

и эффективности реализации программ [5, с. 22].

1. Разработка единых критериев оценки результативности и эффективности и конкретных оценочных показателей (основных и дополнительных) для всех программ. В число основных показателей необходимо включить полноту достижения запланированного результата программы, а также полноту фактического достижения запланированного уровня эффективности программы. К дополнительным показателям результативности и эффективности нужно отнести полноту использования финансовых ресурсов, экономичность их использования, своевременность получения планируемого результата, наличие или отсутствие факторов, препятствующих успешной реализации программных мероприятий, получение результатов требуемого качества.

2. Оценка результативности реализации долгосрочных целевых программ и принятие решений о финансировании. Оценка должна определить полноту достижения запланированного результата по каждому программному мероприятию в отдельности и по программе в целом. Для расчета результата можно использовать не один, а несколько показателей, в том числе как количественные так и качественные. Расчет результативности может быть произведен путем процентного отношения фактически достигнутых результатов к их запланированным значениям.

3. Оценка эффективности реализации долгосрочной целевой программы и принятие решений о финансировании.

4. Дополнительная оценка результативности и эффективности реализации программы по уточняющим критериям и показателям.

В большинстве случаев эффективность реализации программ — категория социально-экономическая, она раскрывает взаимосвязь результатов управленческой деятельности, выраженных экономическим и общественным результа-

том, с принятием решений о способах достижения целей и выполнения работ, а также расходами на их достижение.

Принята следующая формула расчета конечного эффекта от реализации целевой программы:

$$\mathcal{E}_k = \mathcal{E}_э + \mathcal{E}_с + \mathcal{E}_о,$$

где \mathcal{E}_k — конечный эффект;

$\mathcal{E}_э$ — экономический эффект;

$\mathcal{E}_с$ — приведенный к финансовому показателю показатель социальной эффективности программы;

$\mathcal{E}_о$ — организационный эффект, выражающийся в экономии (перерасходе) общественных ресурсов в результате реализации программы.

При подобной оценке возникают определенные трудности, связанные с тем, что затраты и результаты выражены в разных единицах измерения или неизмеримы в общепринятом понятии количественным показателем.

Подводя итоги можно обобщить все проблемы, трудности, возникающие при проведении аудита эффективности муниципальных программ контрольно-счетными органами муниципальных образований и систематизировать точки зрения ряда авторов по этой проблеме:

- отсутствие методики аудита эффективности в большинстве контрольно-счетных органов муниципальных образований;

- содержание многих из действующих методик носит формальный характер.

Методика, как правило, содержит общее описание подхода без подробного объяснения, в связи с чем многие проблемные вопросы остаются открытыми. Однако самым существенным недостатком большинства методик является направленность на оценку качества проектировки, а не на оценку эффективности программы. Цели и ожидаемые результаты многих муниципальных программ сформулированы без четких критериев и индикаторов оценки их достижения [9, с. 48]:

– цели, указанные в программах социально-экономического развития муниципального образования не дают четкого ответа на вопрос, какой результат получит общество в результате их достижения;

– законодательно не разработаны критерии оценки результатов и затрат;

– не обеспечена заинтересованность бюджетных учреждений в экономии и эффективности использования выделяемых бюджетных средств;

– результаты изучения отчета об исполнении программ не позволяют сделать выводы о значимости произведенных расходов для общества и конечной социальной эффективности программных мероприятий. Оценка конечной социальной эффективности является важной составляющей системы контроля, однако пока широкая практика внедрения способов оценки результативности отсутствует [7, с. 145];

– характерной чертой программно-целевого планирования в муниципальных образованиях является несогласованность обоснованных в проекте сметы расходов на реализацию программ и фактически заложенных в бюджет средств на их финансирование. Выделенные в бюджетах средства на реализацию программ большей частью расходуются на текущие нужды из-за невозможности отказаться от текущих расходов, включенных в программные мероприятия [8, с. 45];

– слабый внутренний контроль со стороны муниципального заказчика программы, отсутствие надлежащего внутреннего финансового контроля;

– отсутствие административной и уголовной ответственности за неэффективность целевых программ;

– недостаточный уровень объективности и независимости органов внешнего муниципального финансового контроля от тех органов исполнительной власти, которые распоряжаются муниципальными бюджетными средствами [6, с. 170].

Аудит эффективности муниципальных программ должен осуществляться на всех стадиях жизненного цикла программы: внутренний финансовый контроль — на этапе разработки проекта и внешний финансовый контроль — на момент подведения итогов ее реализации. Эти виды финансового контроля должны быть интегрированы в основные составляющие бюджетного процесса и осуществляться непрерывно в течение всего жизненного цикла.

Таким образом, можно сделать следующие выводы и внести новые предложения по повышению эффективности аудита муниципальных программ.

1. Представительный орган муниципального образования, в соответствии с вышеуказанными изменениями в Бюджетный кодекс РФ, должен создать контрольный счетный орган внешнего муниципального финансового контроля.

2. Контрольно-счетный орган внешнего муниципального финансового контроля должен принять методiku аудита эффективности муниципальных программ, которая формулирует цели и ожидаемые результаты муниципальных программ, четкие критерии и индикаторы оценки их достижения. Результат эффективной программы должен быть направлен на достижения для общества, т. е. иметь социальную эффективность.

3. Критерии оценки эффективности муниципальных программ должны быть установлены в правовых нормах для обеспечения единого подхода контрольно-счетных органов.

4. В законодательных нормах предусмотреть уголовную или административную ответственность за неэффективность муниципальных программ.

В целом, аудит эффективности муниципальных программ для обеспечения их отбора к финансированию за счет средств муниципального бюджета позволит более рационально расходовать бюджетные средства и на раннем этапе ограничить или запретить бюджетное финансирование неэффективных проектов.

Библиографический список

1. О бюджетной политике в 2014–2016 гг. : Бюджетное послание Президента РФ Федеральному Собранию [от 13.06.2013] // СПС «Консультант Плюс».
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».
3. О внесении изменений в Бюджетный кодекс РФ : Федеральный закон [от 23.07.2013 № 252-ФЗ] // СПС «Консультант Плюс».
4. Об утверждении заключения на отчет об исполнении бюджета муниципального образования г. Таганрог за 2012 г. : Решение Городской Думы от 30.05.2013 № 549 // СПС «Консультант Плюс».
5. **Барулин, С. В.** Оценка результативности и эффективности реализации долгосрочных целевых программ [Текст] / С. В. Барулин, В. С. Кусмарцева // Финансы. — 2010. — № 5. — С. 22–27.
6. **Галансков, Е. В.** Региональные целевые программы: основные проблемы государственного финансового контроля в современных условиях и пути совершенствования [Текст] / Е. В. Галансков, С. Н. Солдаткин // Вестник ТОГУ. — 2009. — № 2 (13). — С. 170–172.
7. **Федулова, С. Ф.** Проблемы внедрения бюджетирования, ориентированного на результат [Текст] / С. Ф. Федулова // Вестник Удмуртского университета. Экономика и право. — 2011. — № 1. — С. 145–148.
8. **Хасанов, Р. Н.** Проблемы оценки эффективности целевых программ на стадии их отбора и реализации [Текст] / Р. Н. Хасанов // Проблемы современной экономики : материалы междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). — Челябинск : Два комсомольца, 2011. — С. 45–48.
9. **Шакина, Е. А.** Анализ методов оценки целевых программ субъектов РФ [Текст] / Е. А. Шакина, М. А. Шелунцова // Региональная экономика: теория и практика. — 2008. — № 11 (68). — С. 48–53.

Bibliographic list

1. On Budget Policy in 2014–2016 : The Budget Message of the President of the Russian Federation to the Federal Assembly [from 13.06.2013] // LRS «Consultant Plus».
2. Budget Code of the Russian Federation [from 31.07.1998 № 145-FL] // LRS «Consultant Plus».
3. On Amendments to the Budget Code of the Russian Federation : Federal Law [from 23.07.2013. № 252-FL] // LRS «Consultant Plus».
4. Approval of the Report on Budget Execution Report of the Municipality Taganrog for 2012 : A Decision of the City Duma [from 30.05.2013. № 549] // LRS «Consultant Plus».
5. **Barulin, S. V.** Evaluating the Performance and Effectiveness of Implementation of the Long-Term Target Programs [Text] / S. V. Barulin, V. S. Cusmarcheva // Finance. — 2010. — № 5. — P. 22–27.
6. **Galanscov, E. V.** Regional Target Programs: Basic Problems of State Financial Control in Modern Conditions and Ways of Improvement [Text] / E. V. Galanscov, S. N. Soldatkin // Vestnik of PNU. — 2009. — № 2 (13). — P. 170–172.
7. **Fedulova, S. F.** Problems of Introduction of Performance Budgeting [Text] / S. F. Fedulova // Vestnik of Udmurt University of Economics. — 2011. — № 1. — P. 145–148.
8. **Khasanov, R. N.** Problems of Evaluation of Efficiency of Target Programs at the Stage of Their Selection and Implementation [Text] / R. N. Khasanov // Problems of Modern Economy : Materials of International Scientific Conference (Chelyabinsk, 2011, December). — Chelyabinsk : Two Komsomolets, 2011. — P. 45–48.
9. **Shakin, E. A.** Analysis of Methods of Assessment of Target Programs of Subjects of the Russian Federation [Text] / E. A. Shakin, M. A. Sheluntsova // Regional Economics: Theory and Practice. — 2008. — № 11 (68). — P. 48–53.

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТИПИЧНЫХ НАРУШЕНИЙ ПРИ ОТРАЖЕНИИ РЕОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕДУР В УЧЕТЕ

Аннотация

В статье приведен обзор типичных нарушений при отражении реорганизованных процедур в учете. Проведено аналитическое исследование типичных нарушений при отражении реорганизационных процедур в учете. Представлен алгоритм проведения инвентаризации реорганизуемых и реорганизованных организаций.

Ключевые слова

Стратегический учет, аудит, финансовая отчетность, правовой и налоговый аспекты.

S. N. Goncharova, O. V. Gudenitsa

ANALYTICAL STUDY OF TYPICAL OF VIOLATIONS IN REFLECTION REORGANIZATION PROCEDURES IN THE ACCOUNTING

Annotation

The article provides an overview of typical violations of the reflectionized reorganization procedures in accounting. An analytical study of typical violations of the reflection of reorganization proceedings in the account. The algorithm of inventory reorganized and restructured organizations.

Keywords

Strategic accounting, auditing, financial reporting, legal and tax aspects.

При проведении аудита учета реорганизационных процедур аудитор, как правило, сталкивается со стандартным набором нарушений, оказывающих влияние на достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности. В связи с этим большое значение имеет обобщение всевозможных ошибок, их систематизация в рамках единого классификатора. Это, в конечном счете, позволит снизить трудоемкость аудиторской проверки, повысить ее качество.

Осуществляемые реорганизационные процедуры должны анализироваться аудитором в трех основополагающих аспектах: правовом, бухгалтерском и налоговом. Принцип полного правопреемства предполагает передачу всего имущества и имущественных прав и финансовых обязательств без каких-либо изъятий и исключений, от реорганизуемого лица к правопреемнику (или правопреемникам) по установленному ст. 58 ГК РФ порядку.

Достаточно распространен неправильный выбор реорганизационной процедуры. Эта ошибка возникает, как правило, из-за отсутствия системного подхода к оценке реорганизационной процедуры и ее прогнозируемого результата. Любая планируемая реорганизационная процедура должна быть детально рассмотрена с правовой, бухгалтерской и налоговой точек зрения.

На практике зачастую неправильно определяется правопреемник. В ходе реорганизации одни организации прекращают свое существование, другие возникают либо в виде новых юридических лиц, либо приобретают иное качество. При этом к правопреемникам переходят все права и обязанности.

Искажением статей отчетности реорганизуемых либо реорганизованных организаций является неверное отражение результатов инвентаризации. Составление передаточного акта и (или)

разделительного баланса осуществляется на основании акта инвентаризации. При формальном характере инвентаризации возможно наличие излишков, недостач, пересортицы, что в свою очередь приводит к целому ряду негативных последствий. При наличии недостач, не отраженных в ходе инвентаризации на балансе

создаваемой организации, они отражаются как реально существующие активы. Неотраженные излишки могут существенно изменить валюту баланса реорганизуемой организации.

Порядок проведения инвентаризации можно представить в виде алгоритма (рис. 1).

Первый этап	Высший орган управления юридического лица	
	Приказ о проведении инвентаризации	
	1. Причина и сроки проведения инвентаризации	Регистрация приказа в Журнале учета и контроля за выполнением приказов
	2. Состав инвентаризационной комиссии	
	3. Перечень объектов, подлежащих инвентаризации	
4. Другие необходимые сведения		
Второй этап	По каждому виду инвентаризируемого имущества и обязательств оформляются отдельные унифицированные формы в соответствии с Постановлением Госкомстата России	
Третий этап	Выявляются отклонения учетных данных от фактических по каждому виду имущества и обязательств, составляются сличительные ведомости	
Четвертый этап	Формируется сводная ведомость учета результатов, выявленных инвентаризацией	
	Выявленные излишки должны быть приняты к учету по рыночным ценам и отражены в составе прочих доходов	Выявленная недостача отражается на счете 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей» в корреспонденции со счетами, на которых ранее учитывались недостающие активы

Рисунок 1 — Алгоритм проведения инвентаризации

Недостачи товарно-материальных ценностей отражаются в бухгалтерском учете по фактической себестоимости, недостающее амортизируемое имущество — по остаточной стоимости, частично испорченные ценности — по сумме определившихся потерь. Размер ущерба, предъявляемый к взысканию с виновных лиц, определяется с учетом рыночной цены недостающих ценностей, также принимаются во внимание требования НК РФ. В последующем недостачи относятся либо на счета издержек (при выявлении недостач в пределах норм естественной убыли), либо на виновных лиц с использованием счета 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям».

Вопросы, связанные с отражением и последующим закрытием счета 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей»,

должны быть решены до составления передаточного акта и (или) разделительного баланса, поскольку от этого зависит последующее распределение имущества и обязательств. Кроме того, взыскать недостачи с виновных лиц после реорганизации порой оказывается проблематичным.

Необходимо выяснить причины возникшей недостачи и принять решение о списании недостач. По результатам инвентаризации возможны два варианта списания недостач. Если реорганизуемая организация является плательщиком НДС, то при обнаружении в ходе инвентаризации недостачи имущества, которое ранее было приобретено с НДС, необходимо выполнить исправительные проводки. При этом возможны две базовые ситуации. В первой ситуации организация не выполнила одно из условий

для отражения налогового вычета (например ТМЦ не оплачены), и НДС, относящийся к недостающим активам, учитывается по дебету счета 19 «НДС по приобретенным ценностям». В этом случае право на вычет не может быть использовано, и в учете делается запись:

Дебет счета 94 Кредит счета 19.

Во второй ситуации все условия для использования налогового вычета в организации были, в учете произведена запись:

Дебет счета 68 Кредит счета 19.

Выявленная недостача требует уменьшения налогового вычета, поскольку утраченные активы не могут быть использованы для производственных целей. В этом случае производятся бухгалтерские записи:

Дебет счета 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсчет «Расчеты по НДС» Кредит счета 19 — методом красное сторно отражен НДС, относящийся к имуществу, оказавшемуся в недостатке;

Дебет счета 94 Кредит счета 19 — восстановлен НДС, относящийся к утраченному (похищенному) имуществу, ранее предъявленный в качестве налогового вычета.

Успешная деятельность созданной либо реорганизованной организации во

многом будет зависеть от состояния документооборота. В связи с этим необходимо произвести инвентаризацию бухгалтерской и налоговой документации. Отсутствие документов приводит к ситуации, в которой правопреемник не может организовать ведение бухгалтерского и налогового учета, руководствуясь принципами непрерывности, достоверности, полноты.

В процессе инвентаризации необходимо выяснить подходы к организации аналитического учета, выявить наличие и состояние всех инвентарных карточек, инвентарных книг, описей, ведомостей, накопительных регистров аналитического учета, а также технических паспортов или другой технической документации. Кроме того, проверяется бухгалтерская и налоговая отчетность. В ряде случаев может потребоваться восстановление учета.

В результате работы инвентаризационной комиссии высший орган управления юридического лица должен сформировать бухгалтерскую документацию, учетные данные которой полностью соответствуют фактическому наличию имущества и обязательств на дату реорганизации и приступить к документальному оформлению реорганизационных процедур (табл. 1).

Таблица 1 — Варианты надления имуществом и обязательствами при различных типах реорганизационных процедур

№ п/п	Реорганизационная процедура	Имущества и обязательства до реорганизации	Имущества и обязательства после реорганизации
1	Слияние п. 1 ст. 58	ООО «А» — 2 млн руб. ООО «Б» — 4 млн руб.	ООО «С» — 6 млн руб.
2	Присоединение п. 2 ст. 58	ООО «А» — 2 млн руб. ООО «Б»* — 0,5 млн руб.	ООО «А» — 2,5 млн руб.
3	Разделение п. 3 ст. 58	ООО «А» — 2 млн руб. В решении о разделении: 40 % — ООО «Б», 60 % — ООО «В»	ООО «Б» — 0,8 млн руб. ООО «В» — 1,2 млн руб.
4	Выделение п. 4 ст. 58	ООО «А» — 2 млн руб. Решение о выделении в самостоятельное юридическое лицо структурного подразделения ООО «Б» с надением имуществом и несением обязанностей в размере 0,8 млн руб.	ООО «А» — 1,2 млн руб. ООО «Б» — 0,8 млн руб.
5	Transformation р. 5, art. 58	ООО «А» — 2 млн руб. Принято решение о преобразовании в ОАО «А»	ОАО «А» — 2 млн руб.

* Присоединяемое

Унифицированные формы передаточного акта и разделительного баланса законодательством не предусмотрены. При их составлении следует руководствоваться приказом Минфина РФ от 06.07.2010 № 66н «О формах бухгалтерской отчетности», Методическими указаниями по формированию бухгалтерской отчетности при осуществлении реорганизации организаций, утвержденными Приказом Минфина России от 20.05.2003 № 44н, ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», утвержденного приказом Министерства Финансов РФ от 06.07.1999 № 43н.

При подготовке разделительного баланса должен быть определен состав активов и обязательств, передаваемых каждому создаваемому юридическому лицу. При этом определяется перечень имущества, не подлежащего продаже или иному выбытию. Так, например, при реорганизации государственного унитарного предприятия следует обратить внимание на имущество, изъятое из оборота. Такое имущество может поступить только в государственную собственность. Ограниченное оборотоспособное имущество должно быть передано правопреемникам с соблюдением норм гражданского законодательства.

Разделение организации может производиться по принципу географических или отраслевых сегментов, при этом количество активов, подлежащих передаче, рассчитывается в процентах к валюте баланса, а обязательства распределяются по принципу их принадлежности. Например, задолженность по заработной плате распределяется в зависимости от состава и количества работников, числящихся в штатах, возникших в результате реорганизации юридических лиц. База разделения собственного капитала фиксируется в решении о реорганизации. Такое разделение может быть произведено в зависимости от объема обязательств, от численности персонала, пропорционально внеобо-

ротным активам и т. д. Пропорции распределения резервного капитала зависят от целей, на которые он был создан.

На день, предшествующий внесению в Единый государственный реестр юридических лиц записи о вновь возникших организациях, реорганизуемая организация, которая прекращает свою деятельность, составляет заключительную бухгалтерскую отчетность. В ней находят отражение все операции, связанные с текущей деятельностью: продажа товарно-материальных ценностей, начисление амортизации, начисление оплаты труда работникам, осуществление расчетов по налогам и сборам, списание расходов будущих периодов, не подлежащих включению в передаточный акт, расходы в связи с реорганизацией, произведенные в период с даты утверждения разделительного баланса. В пояснительной записке рекомендуется раскрыть:

- информацию о проведенной реорганизации и прекращении деятельности, указав основания проведения реорганизации, документы передачи имущества и обязательств правопреемнику, документы, подтверждающие закрытие, переоформление расчетных и других банковских счетов реорганизуемой организации,

- сведения о снятии с учета реорганизуемой организации налоговыми органами, территориальными органами пенсионного фонда РФ, региональными отделениями Фонда социального страхования, территориальными органами государственного комитета по статистике и др.

Если между датой составления разделительного баланса организацией, осуществляющей разделение, и датой внесения в Единый государственный реестр записи о вновь созданных юридических лицах существует промежуток времени, на который приходится отчетная дата, то реорганизуемая организация должна составлять промежуточную или годовую отчетность (п. 10 Методических

указаний по формированию бухгалтерской отчетности при осуществлении реорганизации организаций). Поэтому целесообразно приурочить оформление разделительного баланса к какой-либо отчетной дате, чтобы успеть составить заключительную отчетность до наступления следующей отчетной даты.

Согласно п. 46 Методических указаний, в промежуточной или годовой отчетности подлежит раскрытию следующая информация о проводимом разделении:

- основания разделения;
- сведения о разделяемой организации и правопреемниках;
- дата составления разделительного баланса;
- изменения в составе и стоимости имущества и обязательств, начиная с даты составления разделительного баланса, а также события, вызвавшие соответствующие изменения в активах и обязательствах;
- расходы по реорганизации;
- невыполненные условия и прочие события, связанные с признанной реорганизацией;
- несоответствие (уточнение) данных разделительного баланса числовым показателям заключительной отчетности.

При осуществлении разделения организации желательно минимизировать промежуток времени между составлением разделительного баланса и заключительной отчетности или свести до минимума хозяйственную активность. В процессе финансово-хозяйственной деятельности реорганизуемой организации может происходить изменение стоимости передаваемого имущества, указанного в разделительном балансе, например, в результате начисления амортизации объектов основных средств, нематериальных активов, лизингового имущества, использования материалов, реализации готовой продукции и т. д. Данные изменения необходимо отражать в пояснительной за-

писке к заключительной отчетности, что увеличивает трудоемкость ее составления. На дату государственной регистрации, как указано в п. 30 Методических указаний, вновь возникшие организации составляют вступительную бухгалтерскую отчетность на основании данных разделительного баланса и заключительной отчетности реорганизованной организации. Следует заметить, что данные вступительной отчетности правопреемником должны по сумме равняться данным заключительной отчетности, а не разделительного баланса.

Данные о полученных в процессе разделения основных средствах, доходных вложениях в материальные ценности и нематериальных активах отражаются во вступительной отчетности вновь возникших организаций в оценке, по которой они отражались в разделительном балансе с учетом числовых показателей заключительной отчетности.

Сформированный уставный капитал (п. 32 Методических указаний) образованных в результате разделения юридических лиц отражается во вступительных балансах в соответствии с решением о разделении, предусматривающем порядок конвертации или обмена акций (паев, долей) реорганизуемой организации на акции (доли, паи) правопреемников. При отражении во вступительной отчетности новых организаций уставного капитала могут иметь место следующие ситуации: уставный капитал остается без изменения, во вступительной отчетности данные по строке уставного (складочного) капитала вновь возникших организаций по сумме равняются уставному капиталу реорганизованной организации, указанному в заключительном балансе.

Решением о разделении может быть предусмотрено увеличение уставных (складочных) капиталов вновь возникших организаций по сравнению с реорганизуемой организацией. Во вступительной отчетности отражается вели-

чина уставного капитала, зафиксированная в решении собрания учредителей (участников) о разделении. Увеличение уставного капитала может производиться как за счет собственных источников в форме добавочного капитала, нераспределенной прибыли, так и за счет привлечения новых учредителей (участников, акционеров).

Решение о разделении может предусматривать уменьшение уставного капитала новых организаций по сравнению с реорганизуемой. При этом во вступительной бухгалтерской отчетности также отражается величина уставного капитала, зафиксированная в решении учредителей. Уменьшение уставного капитала отражается в виде непокрытого убытка.

Величина уставного капитала, указанная в решении о разделении, может не совпадать со стоимостью чистых активов возникшей организации. При этом он может отражаться в балансе вновь возникшей организации следующим образом. В случае превышения при конвертации акций стоимости чистых активов, возникших в результате разделения организаций, над величиной уставного капитала положительная разница чистых активов отражается во вступительном балансе как добавочный капитал. В остальных случаях превышение чистых активов над величиной уставного капитала регулируется строкой вступительного баланса «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)». Если стоимость чистых активов новой организации оказывается меньше уставного (складочного) капитала, то разница также регулируется строкой «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» вступительного баланса. Разделительный баланс должен состоять из общего баланса реорганизуемого юридического лица и баланса нового (новых) юридического лица (лиц). Реорганизуемое юридическое лицо составляет передаточный акт в произвольной форме, с учетом тре-

бований, предъявляемых к оформлению первичных учетных документов ст. 9 Закона о бухгалтерском учете в части обязательных реквизитов. В передаточном акте должны быть указаны:

- наименование документа;
- дата составления документа;
- наименование организации, от имени которой составлен документ;
- содержание хозяйственной операции (передача конкретных прав и обязанностей, осуществленных в ходе реорганизации);
- измерители хозяйственных операций в натуральном и денежном выражении (следует указать количество передаваемого в ходе реорганизации имущества и обязательств, дать их подробное описание и денежную оценку);
- наименование должностей лиц, ответственных за реорганизацию и за ее документальное оформление;
- личные подписи указанных лиц.

Гражданское законодательство предусматривает, что непредставление вместе с учредительными документами передаточного акта, отсутствие в них положений о правопреемстве по обязательствам реорганизуемых юридических лиц влекут за собой отказ в государственной регистрации нового юридического лица.

Согласно п. 2 ст. 23 НК РФ налогоплательщики-организации обязаны сообщать в налоговый орган по месту нахождения о реорганизации в срок не позднее трех дней со дня принятия такого решения. Невыполнение данного требования НК РФ может повлечь за собой предъявление налоговыми органами иска в арбитражный суд с требованием о ликвидации организации, возникшей в результате реорганизации. В соответствии с п. 2 ст. 61 ГК РФ организация, созданная с нарушением закона, может быть по решению суда ликвидирована. Однако в таких случаях суды часто принимают решения в пользу организаций.

Библиографический список

1. **Воронина, А. В.** Антикризисное управление и бухгалтерский учет в условиях банкротства [Текст]: учеб. пособие / А. В. Воронина, С. Н. Гончарова, О. В. Гуденица. — Ростов н/Д: АзовПечать, 2009. — 356 с.
2. **Воронина, А. В.** Особенности развития современного менеджмента и аудита в России [Текст]: моногр. / А. В. Воронина [и др.]. — Ростов н/Д: Дониздат, 2012 г. — 96 с.
3. **Гуденица, О. В.** Стратегический учет в коммерческих организациях [Текст]: учеб. пособие / О. В. Гуденица, Л. О. Ивашиненко; под ред. И. Н. Богатой. — Ростов н/Д: АзовПечать, 2008. — 292 с.
4. **Гуденица, О. В.** Стратегический аудит в коммерческих организациях [Текст]: учеб. пособие / О. В. Гуденица, Л. В. Шишов; под ред. И. Н. Богатой. — Ростов н/Д: АзовПечать, 2008. — 132 с.
5. **Гуденица, О. В.** Стратегический учет и аудит собственности коммерческих организаций [Текст]: моногр. / О. В. Гуденица, С. Н. Гончарова. — Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing ist ein Imprint der, 2012. — 206 с.

Bibliographic list

1. **Voronina, A. V.** Crisis Management and Accounting in Bankruptcy [Text]: Training Manual / A. V. Voronina, S. N. Goncharova, O. V. Gudenitsa. — Rostov-on-Don: AzovPechat', 2009. — 356 p.
2. **Voronina, A. V.** Features of the Development of Modern Management and Auditing in Russia [Text]: Monograph / A. V. Voronina [etc.]. — Rostov-on-Don: Donizdat, 2012. — 96 p.
3. **Gudenitsa, O. V.** Strategic Accounting in Business Organizations [Text]: Textbook / O. V. Gudenitsa, L. O. Ivashinenko; ed. by I. N. Bogataya. — Rostov-on-Don: AzovPechat', 2008. — 292 p.
4. **Gudenitsa, O. V.** LV Shishov Strategic Audit in Commercial Organizations [Text]: Textbook / O. V. Gudenitsa, L. V. Shishov; ed. by I. N. Bogataya. — Rostov-on-Don: AzovPechat', 2008. — 132 p.
5. **Gudenitsa, O. V.** Strategic Accounting and Auditing Owned Commercial Organizations [Text]: Monograph / O. V. Gudenitsa, S. N. Goncharova. — Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing ist ein Imprint der, 2012. — 206 p.

С. А. Курбанов, Д. Д. Сайдулаев

ПРОБЛЕМЫ БЮДЖЕТНОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ И МЕЖБЮДЖЕТНЫЕ ТРАНСФЕРТЫ В ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Аннотация

В статье рассматриваются актуальные вопросы межбюджетных отношений и механизм повышения бюджетной обеспеченности Чеченской Республики за счет межбюджетных трансфертов.

Ключевые слова

Бюджетная политика, межбюджетные отношения, межбюджетные трансферты.

PROBLEMS OF BUDGET SECURITY AND INTER-BUDGETARY TRANSFERS IN THE CHECHEN REPUBLIC

Annotation

The article considers current issues of intergovernmental relations and the mechanism of increasing fiscal capacity of the Chechen Republic at the expense of intergovernmental transfers.

Keywords

Interbudgetary transfers, fiscal policy, intergovernmental fiscal relations.

Бюджетная политика является неотъемлемой частью финансовой политики страны. В соответствии с реализуемой финансовой стратегией в России, нацеленной на реформирование межбюджетных отношений, значительную роль в финансировании социальных программ играют региональные и местные бюджеты. Основная проблема региональных бюджетов заключается в их низкой самообеспеченности, в слабой базе формирования собственных доходов. Исходя из этого можно говорить о том, что принципиально важным является построение эффективной системы межбюджетных отношений в России, ориентированной на реализацию социально-экономических программ субъектов Федерации и проведение взвешенной бюджетно-налоговой политики, направленной на повышение эффективности бюджетных расходов и обеспечение доступа населения к социальным услугам государства. Соответственно региональные бюджеты нуждаются в финансовой помощи из федерального бюджета.

Под финансовой помощью понимаются безвозмездные (безвозвратные) перечисления; она предоставляется только в форме дотаций, субсидий, субвенций. Существующий механизм распределения финансовой помощи бюджетам в федеративных государствах можно разделить на модели без ограничения на объем средств федерального бюджета, направляемых на цели межбюджетного выравнивания, и модели, учитывающие ограниченность средств

федерального бюджета и подразумевающие, что источником ресурсов для выравнивающих трансфертов являются бюджеты регионов-доноров [5].

К межбюджетным трансфертам относятся и бюджетные гранты, выделяемые с целью погашения разницы между оценками расходных и доходных показателей бюджетов субъектов РФ. Наиболее простым вариантом финансовой помощи региональным бюджетам является финансирование покрытия разрыва между расходами и доходами их бюджетов.

Вместе с тем постоянно увеличивающиеся расходы региональных бюджетов при недостаточном росте объема закрепленных доходов вызывают необходимость наделения финансовыми средствами этих бюджетов из федерального бюджета. Данные аспекты финансовых отношений подпадают под механизм «бюджетного выравнивания».

Важным направлением выравнивания эффективности бюджетного регулирования выступают содержание и функциональные особенности развития механизма выравнивания бюджетной обеспеченности в субъектах РФ и муниципальных образованиях, нацеленные на сокращение межбюджетных трансфертов, предоставляемых в виде дотаций и субсидий без учета уровня бюджетной обеспеченности регионов, стимулирование расширения регионами собственной доходной базы в виде налоговых поступлений и создание собственных производственных мощностей.

Проблема бюджетной обеспеченности региональных бюджетов решается за счет перераспределения регулирующих доходов, т. е. средств, поступивших из источников вышестоящих бюджетов. К регулирующим источникам относятся финансовые средства, используемые для сбалансированности доходов и расходов регионального бюджета, межбюджетные трансферты [5].

В соответствии со ст. 6 Бюджетного кодекса РФ **межбюджетные трансферты** — это средства одного бюджета бюджетной системы Российской Федерации, перечисляемые другому бюджету бюджетной системы РФ [1].

Межбюджетные трансферты являются одним из наиболее эффективных инструментов фискальной политики. Целью трансфертов является перераспределение доходов от регионов-доноров в регионы-реципиенты бюджетов либо отчисление определенной доли налоговых платежей, взимание которых более эффективно на федеральном и региональном уровне.

Межбюджетное регулирование является важным инструментом реализации бюджетной политики в Российской Федерации. Оно регулирует объемы финансирования приоритетных направлений экономического и социального развития страны в целом и ее регионов в частности.

Межбюджетное регулирование в Чеченской Республике осуществляется на основе следующих нормативно-правовых актов.

1. Закон Чеченской Республики «О бюджетном устройстве, бюджетном процессе и межбюджетных отношениях в Чеченской Республике» от 14.07.2008 № 39-РЗ (в ред. Законов Чеченской Республики от 11.05.2009 № 32-РЗ и 14.02.2011 № 1-РЗ).

2. Закон Чеченской Республики «О республиканском бюджете на 2012 г. и на плановый период 2013 и 2014 гг.».

3. Закон Чеченской Республики от 26.12.2012 № 40-РЗ «О республикан-

ском бюджете на 2013 г. и на плановый период 2014 и 2015 гг.» (с изм. и доп.).

Чеченская Республика является высокودотационным регионом, и следовательно исполнение финансовых обязательств во многом зависит от бюджетных трансфертов из федерального бюджета. Бюджетные трансферты, выделяемые в форме бюджетных дотаций, субсидий и субвенций как безвозмездные перечисления из федерального бюджета, занимают определяющее место в доходах бюджета Чеченской Республики.

В Законе Чеченской Республики «О республиканском бюджете на 2013 г. и на плановый период 2014 и 2015 гг.» приведена «Методика распределения дотации на поддержку мер по обеспечению сбалансированности бюджетов городских округов и муниципальных районов, имеющих недостаток средств на исполнение первоочередных расходных обязательств» [2]. Согласно этой методике дотации на поддержку мер по обеспечению сбалансированности бюджетов городских округов и муниципальных районов распределяются в два этапа.

На первом этапе дотации распределяются между муниципальными образованиями, доходы которых не покрывают расходы на исполнение первоочередных расходных обязательств в 2013 г., и не вошедшими в группу муниципальными образованиями, получающими финансовую помощь из Республиканского фонда финансовой поддержки бюджетов городских округов и муниципальных районов [2]. Объем средств, выделяемых на первом этапе, определяется как разница между прогнозными расходами и доходами бюджетов городских округов и муниципальных районов на 2013 г. и рассчитывается по формуле (1) [2]:

$$DII_i = PPI \times NI - (ai \times NI + DI_i),$$

где DII_i — сумма дотации, выделяемой i -му району (городу) на первом этапе; PPI — прогнозный расход на содержание бюджетной сферы i -го района (города) в расчете на душу населения;

Ni — численность населения i -го муниципального района или городского округа;
 ai — расчетные налоговые доходы бюджетов i -го муниципального района или городского округа (без учета налоговых доходов по дополнительным нормативам отчислений) в отчетном финансовом году в расчете на одного жителя.

На втором этапе дотация распределяется между муниципальными образованиями с наиболее низкими показателями бюджетных расходов на душу населения, складывающимися в 2013 г. с учетом всех видов доходов бюджета (собственные доходы, РФКРФФП), рассчитываемых по формуле (2) [2]:

$$DIII_i = DIII / N5i \times Ni, \quad (2)$$

где $DIII_i$ — сумма средств дотации, выделяемых i -му району (городу) на втором этапе;

$DIII$ — сумма средств дотации на поддержку мер по обеспечению сбалансированности бюджетов городов и районов, распределяемых на втором этапе;
 $N5i$ — численность населения муниципальных образований с наиболее низкими показателями бюджетных расходов на душу населения.

Средства, распределенные на втором этапе, направляются на капитальные вложения в целях улучшения бюджетной инфраструктуры, включая объекты жилищно-социальной сферы, и не могут использоваться на увеличение текущих расходов органов управления, на увеличение численности работников управления и работников бюджетной сферы [2]. Общий объем бюджетных трансфертов муниципальным образованиям Чеченской Республики в 2012 г., приведен в таблице 1.

Таблица 1 — Распределение дотации на сбалансированность бюджетов городских округов и муниципальных районов Чеченской Республики на 2012 г., тыс. руб. [3]

№ п/п	Наименование городских округов и муниципальных районов	Всего	В том числе	
			дотация муниципальным районам и городским округам с наиболее низкими показателями бюджетных расходов на душу населения	дотация муниципальным районам и городским округам, имеющим недостаток средств на исполнение первоочередных расходных обязательств
1	Ачхой-Мартановский муниципальный район	28 681,2	28 681,2	0,0
2	Веденский муниципальный район	35 820,0	0,0	35 820,0
3	Грозненский муниципальный район	43 236,0	43 236,0	0,0
4	Гудермесский муниципальный район	286 717,2	0,0	286 717,2
5	Итум-Калинский муниципальный район	38 572,9	0,0	38 572,9
6	Курчалоевский муниципальный район	41 666,0	41 666,0	0,0
7	Урус-Мартановский муниципальный район	44 051,7	44 051,7	0,0
8	Шалинский муниципальный район	131 008,8	42 365,1	88 643,7
9	Городской округ город Грозный	37 264,0	0,0	37 264,0
	Итого по городским округам и муниципальным районам	687 017,8	200 000,0	487 017,8

Как видно из таблицы 1, наибольший объем бюджетных трансфертов в целом предоставлен Гудермесскому и Шалинскому муниципальным районам.

В то же время дотация муниципальным районам и городским округам с наиболее низкими показателями бюджетных расходов на душу населения — Урус-Мартановскому, Грозненскому и Курчалоевскому муниципальным районам.

Наибольший недостаток средств на исполнение первоочередных расходных бюджетных обязательств наблюдается в Гудермесском Шалинском муниципальных районах.

Министерством финансов Чеченской Республики проделана значительная работа в целях изыскания дополнительной финансовой помощи бюджету Рес-

публики. Министерством инициированы письма и обращения в адрес Правительства Российской Федерации, Министерства финансов Российской Федерации и соответствующие федеральные министерства и ведомства с просьбой оказания содействия в выделении бюджету Чеченской Республики дополнительной финансовой помощи в виде дотаций из федерального бюджета на обеспечение сбалансированности бюджетов.

Для Чеченской Республики принципиальное значение имеют безвозмездные поступления из федерального бюджета. В связи с этим необходимо рассмотреть структуру и динамику безвозмездных поступлений из федерального бюджета бюджету Чеченской Республики (табл. 2).

Таблица 2 — Структура и объем безвозмездных поступлений из федерального бюджета бюджету Чеченской Республики за 2012 г. [6]

	Российская Федерация	Чеченская Республика	Удельный вес, %
Безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, млн руб.	1 622 741,26	66 677,91	4,1
Безвозмездные поступления, руб. на душу населения	11 320,36	50 330,55	–
Доля безвозмездных поступлений в доходах бюджетов, %	–	85,15	–
Дотации бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, млн руб.	524 799,01	41 627,93	7,9
Субсидии бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований (межбюджетные субсидии), млн руб.	573 774,37	17 266,01	3
Субвенции бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, млн руб.	285 990,70	2 692,32	0,94
Иные межбюджетные трансферты, млн руб.	225 687,71	5 091,64	2,3

Общая сумма безвозмездных отчислений Федерального бюджета бюджетам субъектов Федерации составила в 2012 г. 1 622 741,26 млн руб. На долю Чеченской Республики приходится 66 677,91 млн руб., что составляет около 4,1 % от общего объема бюджетных

трансфертов федерального бюджета бюджетам субъектов Федерации.

Таким образом, проблема бюджетной обеспеченности субъектов Федерации является важнейшей задачей бюджетной политики страны. Руководством Чеченской Республики к 2020 г. постав-

лена следующая задача: выйти на уровень бюджетной самообеспеченности Чеченской Республики, подразумевающей выведение Республики из зоны регионов-реципиентов в зону регионов-доноров федерального бюджета. Для реализации данной задачи в Чеченской Республике планируется создание мощной производственной базы и инфраструктуры, бизнес-инкубаторов, рекреационных баз туризма и отдыха, а также всестороннее стимулирование развитие малого и среднего бизнеса и индивидуальной предпринимательской деятельности граждан.

Библиографический список

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации [от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 23.07.2013) (с изм. и доп., вступившими в силу 01.10.2013)].

2. О республиканском бюджете на 2013 г. и на плановый период 2014 и 2015 гг. : Закон Чеченской Республики [от 26.12.2012 № 40-РЗ (с изм. и доп. от 28.08.2013)].

3. О республиканском бюджете на 2012 г. и на плановый период 2013 и 2014 гг. : Закон Чеченской Республики [от 30.11.2011 № 42-РЗ (с изм. и доп.). Приложение 21].

4. Вести Республики [Текст]. — 2012. — 27 дек. — № 249 ; — 2012. — 28 дек. — № 250.

5. **Кадочников, П.** Проблемы моделирования воздействия межбюджетных трансфертов на фискальное поведение субнациональных властей [Текст] / П. Кадочников, С. Синельников-Мурьев, И. Трунин // Вопросы Экономики. — 2002. — № 5. — С. 103–114.

6. Сводная таблица исполнения бюджетов субъектов РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://info.minfin.ru/subj_analytics.php (Дата обращения: 11.11.2013).

Bibliographic list

1. The Budget Code of the Russian Federation [from 31.07.1998 № 145-FL (ed. on 23.07.2013) (with changes and amendments, entering into force on 01.10.2013)].

2. On Republican Budget for 2013 and the Planning Period of 2014 and 2015 : Law of the Chechen Republic [from 26.12.2012 № 40-RL (with changes and amendments from 28.08.2013)].

3. On Republican Budget for 2012 and the Planning Period of 2013 and 2014 : Law of the Chechen Republic [from 30.11.2011 № 42-RL (with changes and amendments)].

4. News Republic [Text]. — 2012. — 27, December. — № 249 ; — 2012. — 28, December. — № 250.

5. **Kadochnikov, P.** The Problems of Modeling the Impact of Intergovernmental Transfers on the Fiscal Behavior of Subnational Governments [Text] / P. Kadochnikov, S. Sinelnikov-Murylev, I. Trunin // Questions of Economics. — 2002. — № 5. — P. 103–114.

6. Summary Table of Budgets Performance of the Russian Federation Subjects [Electronic resource]. — Mode of access : http://info.minfin.ru/subj_analytics.php (Date of access: 11.11.2013).

7. Incomes of Regional Budgets [Electronic resource]. — Mode of access : <http://bibliotekar.ru/regionalnaya-economika/8.htm> (Date of access: 27.11.2013).

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация

В практике современного управления экономикой связующим звеном между стратегией развития фирмы и операционной деятельностью являются ключевые показатели эффективности, что нашло отражение в концепции системы сбалансированных показателей. В статье определены методические основы формирования кластера ключевых показателей эффективности коммерческой организации.

Ключевые слова

Система сбалансированных показателей, кластер ключевых показателей эффективности, финансовая устойчивость, стратегия.

I. A. Omelchenko, V. O. Omelchenko

METHODOLOGICAL ASPECTS OF FORMING KEY PERFORMANCE INDICATORS OF THE COMMERCIAL ORGANIZATION

Annotation

In the practice of modern management link between the development strategy of the company and its operating activities are the key performance indicators, as reflected in the balanced scorecard concept. In the article the methodical bases of the formation of the cluster key performance indicators of a commercial organization.

Keywords

Balanced scorecard, cluster of key performance indicators, financial sustainability, strategy.

Повышение эффективности хозяйствования и финансовой устойчивости коммерческой организации в условиях конкурентных отношений невозможно без наличия четкой стратегии развития фирмы. Именно поэтому в последнее десятилетие все более широкое распространение в практике финансового менеджмента получает система сбалансированных показателей (ССП), главной задачей которой является определение состава и целевых значений ключевых показателей эффективности (КПЭ), отражающих выбранную стратегию деятельности и являющихся индикаторами реализации поставленных стратегических целей. При этом, несмотря на то что применение сбалансированной системы по-

казателей может существенно повысить эффективность деятельности компании, далеко не все отечественные организации применяют ее в практике управления экономической деятельностью. Одной из проблем на пути внедрения СПП является отсутствие внутрифирменной методики формирования КПЭ. При ее разработке необходимо руководствоваться следующими методическими принципами:

- 1) научно обоснованной классификацией показателей эффективности;
- 2) формированием базы/ библиотеки ключевых показателей эффективности исходя из производственных, организационных и структурных особенностей хозяйственной деятельности коммерческой организации;

3) определением состава КПЭ в соответствии с тактическими и стратегическими целями и задачами функционирования фирмы;

4) установлением внутрифирменной иерархии ключевых показателей эффективности.

Принцип первый — научно обоснованная классификация показателей эффективности. Прежде чем внедрять ССП, необходимо определиться с тем, какой набор ключевых показателей эффективности необходим данному конкретному экономическому субъекту. В этих целях целесообразно формирование базового набора показателей, что невозможно без их систематизации в соответствии с классификационными признаками. При этом классификация КПЭ конкретного хозяйствующего субъекта должна базироваться на общенаучной классификации, в результате которой формируется своего рода «банк» или «библиотека» теоретически возможных показателей.

Следует отметить, что мониторинг экономической литературы свидетельствует о недостаточном внимании к классификации ключевых показателей эффективности. В большинстве работ, посвященных теоретическим и практическим аспектам системы сбалансированных показателей, отдается преимущественное внимание их группировке по направлениям оценки бизнеса: финансы, клиенты, внутрихозяйственные бизнес-процессы, обучение и развитие. Лишь в отдельных исследованиях прослеживаются попытки системной классификации КПЭ. Так, в работе Т. Л. Безруковой и И. И. Шанина «Классификация показателей оценки эффективности экономической деятельности промышленного предприятия», несмотря на название, рассматривается не классификация непосредственно показателей эффективности, а приводятся классификационные признаки группировки экономических факторов, оказы-

вающих воздействие на показатели оценки эффективности функционирования предприятий [1, с. 78].

Более полно классификация показателей эффективности отражена в работе Т. Н. Песьяковой. В ней выделяются следующие классификационные признаки группировки показателей эффективности: методы измерения (количественные и качественные показатели); единицы измерения (финансовые и нефинансовые); цели использования (диагностические, компетентности, результата); связь с ключевыми факторами успеха (показатели времени, качества, затрат, продуктивности); степень охвата направлений оценки (частные и интегральные (обобщающие)); размер области оценки (локальные и глобальные); основное назначение показателей (показатели результативности и эффективности) [2, с. 140]. Не умаляя значения проведенного исследования, можно сказать, что данная классификация недостаточно отражает специфику использования ключевых показателей эффективности именно в системе сбалансированных показателей.

Однако мы полагаем, что классификация ключевых показателей эффективности — очень важный процесс. От нее зависит, насколько адекватно на практике удастся построить систему сбалансированных показателей для конкретной коммерческой организации. Группировка дает очень ценные знания об объекте изучения, позволяет взглянуть на него с различных сторон, под иным углом зрения. Неправильная или неполная классификация приводит к тому, что можно упустить из виду какие-то типы показателей, которые останутся неучтенными в рамках ССП, или затраты на ее функционирование станут непомерными из-за необоснованного повышения количества применяемых показателей. Исходя из этого нами было выделено одиннадцать классификационных признаков (табл. 1).

Таблица 1 — Классификация ключевых показателей эффективности

Классификационный признак	Показатели
1. По направлениям оценки бизнеса	финансы, клиенты, внутрихозяйственные бизнес-процессы, обучение и развитие
2. В зависимости от целей управления	стратегические, тактические
3. По возможности достижения конечного результата	идеальные, текущие/плановые и базовые
4. В зависимости от стадии жизненного цикла	становления, роста, зрелости, упадка
5. По степени агрегирования	частные и обобщенные (в том числе и интегрированные)
6. В зависимости от базовой основы расчета	первичные и производные показатели
7. По степени обобщения хозяйственной деятельности	общие, локальные и функциональные
8. В зависимости от примеряемого измерителя	натуральные, трудовые, стоимостные, процентные и индексные
9. По методике расчета	абсолютные и относительные
10. По срокам	краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные
11. По отраслям хозяйствования	промышленное производство, сельскохозяйственное производство, банковский сектор, торговля, сфера услуг и обслуживания, культура и т. д.

При этом необходимо исходить из того, что самым широко распространенным подходом к классификации показателей эффективности в теоретических разработках, посвященных ССП, является их группировка по направлениям оценки бизнеса. Именно эта идея и была заложена в основе формирования новационной подсистемы управления ее разработчиками Д. Нортон и Р. Капланом [3], выделившим следующие направления оценки бизнеса: финансы, клиенты, внутрихозяйственные бизнес-процессы, обучение и развитие. Данный классификационный подход был многократно описан на страницах экономической литературы, поэтому подробно рассматривать данную группировку не представляется необходимым.

Состав КПЭ зависит от целей управления, которые разделяются на стратегические, тактические и оперативные. Стратегические цели — это цели долговременного характера, оказывающие воздействие на направление развития и конкурентную устойчивость

коммерческой структуры в целом. Выбор стратегии предопределяет результат деятельности и в будущем и в настоящем. Вместе с тем стратегия не может существовать обособленно — без конкретных действий (тактики) она является идеализированной абстракцией. Инструментом реализации стратегии является тактика. Именно через решение промежуточных тактических задач осуществляется достижение основной цели. В свою очередь реализация тактики требует постановки и решения многочисленных сиюминутных микроцелей — то есть оперативного планирования.

Поскольку ССП позволяет не только оценивать, но и планировать деятельность фирмы, то можно предположить, что в составе КПЭ выделяются аналогичные планированию группы показателей: стратегические, тактические и оперативные. В то же время ССП не ориентирована на оперативное планирование, содержанием которого является регламентация конкретных действий на краткосрочный период. В связи с

этим в зависимости от целей управления совокупность КПЭ следует разделять на две группы:

1) стратегические — показатели, целевое значение которых определяет долгосрочное развитие фирмы в целом (направления бизнеса, доля присутствия на рынке, направления НИОКР и т. п.);

2) тактические — показатели, задающие параметры текущей деятельности и отражающие динамику достижения стратегического целевого значения.

Несмотря на то что система сбалансированных показателей ориентирована, прежде всего, на определение стратегических параметров функционирования фирмы, для их достижения необходима определенная детализация в краткосрочном периоде. Так, например, если фирмой поставлена стратегическая цель «добиться конкурентоспособной структуры затрат», то в качестве индикаторов ее реализации могут быть использованы показатели «удельный вес совокупных затрат в выручке» и «удельный вес управленческих и коммерческих расходов в выручке» с целевым значением через пять лет 84 % и 6 % соответственно. Предположим, что базовые значения данных показателей составляют 89 % и 8 %, тогда в первый год может быть задана цель достигнуть значения 88 % и 7,5 % — это и есть тактические показатели с позиции целей управления.

Следующим классификационным признаком является возможность достижения конечного результата, в соответствии с которым можно выделить следующие виды КПЭ: идеальные, текущие/плановые и базовые. Основными и реально применяемыми на практике являются текущие показатели КПЭ — это те значения, которых и необходимо достигнуть для реализации стратегических и тактических целей управления. Но при расчете их величины необходимо использовать других видов показателей — базовых и идеальных. Базовые показатели эффективности — это зна-

чение КПЭ за предыдущий период, они уже достигнуты, изменению не подлежат и являются основой для дальнейшего планирования. Идеальное значение КПЭ — это значение заведомо невозможное для достижения или достигаемое при нереально удачном совпадении множества факторов, оно является своего рода и ориентиром, и ограничителем при установлении текущих значений.

Еще одним важным классификационным критерием является группировка КПЭ в зависимости от стадии экономического цикла хозяйствующего субъекта. В экономической науке сложилась точка зрения, что в жизненном цикле организации выделяют четыре стадии: становления, роста, зрелости и упадка. Для каждой из них характерен свой специфический набор КПЭ, что следует учитывать при разработке внутрифирменной системы сбалансированных показателей.

Следующим классификационным признаком является группировка КПЭ по степени агрегирования: частные и обобщенные. При этом следует отметить, что принципиальные основы функционирования ССП предполагают выделение из множества возможных КПЭ небольшого набора показателей, отражающих приоритетные области оценки с позиции поставленных в данном периоде задач управления. В этих целях рекомендуется широкое использование обобщающих показателей, агрегирующих целый ряд частных, что осуществляется посредством суммирования, группировки или других способов сведения частных показателей в обобщенные. Причем агрегирование может осуществляться как по одному направлению оценки, так и объединять несколько направлений путем интегрирования. Так, С. П. Вороной в своем исследовании раскрывает интегрированные методы оценки эффективности деятельности компаний [4]. Такой подход позволяет существенно сократить количество используемых КПЭ в рамках хо-

зяйствующего субъекта. Данную классификацию дополняет группировка КПЭ в зависимости от базовой основы расчета на первичные и производные показатели. Первичные — это показатели, основой расчета которых являются фактические данные (учетные документы и регистры, бухгалтерская и управленческая отчетность, внешние источники и т. п.), а производные — это показатели, рассчитываемые на основании значений первичных показателей. Здесь уместно привести аналогию с первичными и производными ценными бумагами (деривативами).

По степени обобщения хозяйственной деятельности различают общие показатели эффективности, локальные и функциональные. Общие показатели предназначены для оценки эффективности деятельности фирмы как единого целого, локальные — для оценки отдельных структурных подразделений организации (центров ответственности), а функциональные — для оценки отдельных функциональных направлений деятельности.

Помимо вышеперечисленных к показателям эффективности применимы и другие широко известные общенаучные классификационные подходы. Так, в зависимости от примеряемого измерителя различают следующие виды КПЭ: натуральные, трудовые, стоимостные, процентные и индексные; по методике расчета: абсолютные и относительные; по срокам: краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные; по отраслям хозяйствования: промышленное производство, сельскохозяйственное производство, торговля, сфера услуг и обслуживания, культура и т. д.

Таким образом, нами разработана базовая классификация ключевых показателей эффективности, позволяющая каждому хозяйствующему субъекту исходя из производственных, организационных и структурных особенностей хозяйственной деятельности коммерческой организации сформировать собственную Базу ключевых показателей эф-

фективности, что является вторым методическим принципом разработки внутрифирменной системы КПЭ. Назначение данной «библиотеки» состоит в том, чтобы ориентировать пользователя на применение уже существующих теоретических разработок в практике применения ССП; она позволяет сократить время на отбор необходимых показателей, кроме того, может обратить внимание на те показатели, которые ранее не применялись или даже не были знакомы данному субъекту. Считаем, что разработка Базы КПЭ должна быть обязательным элементом внутрифирменного стандарта по ССП. В ее основу необходимо заложить понятную пользователям стандарта группировку показателей, при этом можно воспользоваться системой классификации КПЭ, разработанной нами. Набор КПЭ, возможных для применения в практике работы организации, может быть обобщен в табличной форме. Для облегчения работы с Базой КПЭ должно иметься описание показателей: определение, назначение, составляющие, формула расчета, параметры, источники информации для расчета. При этом важно не только раскрыть содержание каждого показателя, но необходимо оговорить круг ответственных за его достижение.

Третьим методическим принципом разработки внутрифирменной системы КПЭ является определение их состава в соответствии со стратегическими целями фирмы, т. е. должна быть осуществлена синергия стратегической карты с целевыми значениями ключевых показателей в целом для организации. Конечным результатом такого объединения может стать внутрифирменный документ — Кластер ключевых показателей эффективности, который, по нашему мнению, должен стать основным внутрифирменным бюджетным ориентиром и в долгосрочном плане (стратегические показатели) и в краткосрочном (тактические показатели).

Здесь уместно отметить, что одним из базовых элементов бюджетирования является определение бюджетных ориентиров, которые делятся на внутренние и внешние, к последним, в частности, относятся ставки налогов, прогнозный уровень инфляции, курс валюты, индекс потребительских и цен и др. Внедрение ССП предполагает внесение существенных изменений в практику внутрифирменного планирования, в первую очередь в части ориентации Ге-

нерального бюджета на достижение установленных стратегических целей. Поэтому внутрифирменные бюджетные ориентиры текущего периода должны соответствовать целевым значениям ключевых показателей эффективности. Форма Кластера ключевых показателей эффективности должна быть закреплена во внутрифирменном стандарте по ССП. В целях иллюстрации мы предлагаем возможный вариант Кластера КПЭ (табл. 2).

Таблица 2 — Форма кластера ключевых показателей эффективности

Направление оценки бизнеса	Стратегическая цель	КПЭ		Бюджетные ориентиры		
		Показатель	Целевое значение	20 x 1 г.	20 x 2 г.	20 x 3 г.
Финансы						
Клиенты						
Внутрихозяйственные бизнес-процессы						
Обучение и развитие						

Помимо определения состава КПЭ и их целевых значений в целом для организации необходимо их доведение до нижестоящих организационных единиц, что требует установления внутрифирменной иерархии ключевых показателей эффективности. Это является четвертым методическим принципом разработки внутрифирменной системы КПЭ. Система сбалансированных показателей в данном случае выступает в роли координатора усилий отдельных подразделений, направленных на выполнение стратегии фирмы. Как отмечают сотрудники Horvath&Partners, «на предприятии существует не одна система, а целая система связанных систем показателей на различных уровнях иерархии: эта система возникает в ходе так называемого каскадирования» [5, с. 260]. При всем многообразии методов детализации показателей все они, по сути, сводятся к трем основным: «сверху-вниз», «снизу-вверх» и смешанному. В любом случае, первоначальным этапом разработки внутрифирменной ие-

рархии КПЭ является доведение стратегических значений до менеджеров нижестоящих уровней. Далее показатели анализируются с точки зрения участия отдельных подразделений в достижении заданных целей. В результате устанавливаются значения локальных (для оценки отдельных структурных подразделений организации) и функциональных (для оценки отдельных функциональных направлений деятельности) показателей.

Все вышеописанные процессы позволяют в итоге сформировать многоуровневую систему КПЭ, определяющую в деталях стратегию и тактику развития фирмы. Следствием реализации вышеописанного подхода должно стать формирование внутрифирменного стандарта — Кластера ключевых показателей эффективности. В связи с невозможностью привести в рамках данной публикации полный рекомендуемый вариант данного стандарта ограничимся его структурой. По нашему мнению, он должен состоять из следующих разделов.

1. Общие положения. Определяется назначение документа и область применения, приводятся определения терминов и понятий, дается список используемых сокращений.

2. Цель и принципы формирования Кластера КПЭ. Раскрываются цели и методические принципы формирования ключевых показателей эффективности, определяется его роль и место в системе управления организацией, приводится База КПЭ, разработанная исходя из специфики хозяйственной деятельности субъекта, закрепляется форма Кластера ключевых показателей эффективности.

3. Организация и регламентация процесса формирования Кластера ключевых показателей эффективности. Раскрывается состав участников данного процесса, устанавливаются сроки и график разработки и актуализации Кластера на бюджетный период в долгосрочной и краткосрочной перспективах.

4. Основы построения системы контроля ключевых показателей эффективности. Определяются базовые основы контроля достижения заданных целевых значений КПЭ, устанавливаются формы отчетности по результатам достижения плановых значений КПЭ, раскрывается методика анализа выявленных отклонений в разрезе причин и ответственных.

Таким образом, вышеописанный подход позволит формализовать процесс разработки ключевых показателей эффективности и контроля достижения целевых значений, что является необходимым элементом эффективного функционирования системы сбалансированных показателей.

Библиографический список

1. **Безрукова, Т. Л.** Классификация показателей оценки эффективности экономической деятельности промышленного предприятия [Текст] / Т. Л. Безрукова, И. И. Шанин // Общество: политика, экономика, право. — 2012. — № 1. — С. 73–80.

2. **Песьякова, Т. Н.** Классификация показателей эффективности промышленных комплексов [Текст] / Т. Н. Песьякова // Молодой ученый. — 2012. — № 1. — Т. 1. — С. 139–141.

3. **Каплан, Р.** Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию [Текст] / Р. Каплан, Д. Нортон. — М.: Олимп-Бизнес, 2003. — 304 с.

4. **Вороной, С. П.** Интеграция моделей сбалансированной системы показателей и предельной эффективности бизнеса как индикатор качества оценки эффективности деятельности компаний [Текст] / С. П. Вороной // Terra Economicus. — 2009. — № 3. — Т. 7. — С. 42–45.

5. Внедрение сбалансированной системы показателей [Текст]: пер. с нем. / Horvath&Partners. — 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 478 с.

Bibliographic list

1. **Bezrukova, T. L.** Classification of Indicators to Assess the Efficiency of Economic Activities of Industrial Enterprises [Text] / T. L. Bezrukova, I. I. Shanin // The Society: Politics, Economics, Law. — 2012. — № 1. — P. 73–80.

2. **Pesyakova, T. N.** Classification of Indicators of Efficiency of Industrial Complexes [Text] / T. N. Pesyakova // The Young Scientist. — 2012. — № 1. — Vol. 1. — P. 139–141.

3. **Kaplan, R.** The Balanced Scorecard. From Strategy to Action [Text] / R. Kaplan, D. Norton. — M.: Olimp-Business, 2003. — 304 p.

4. **Voronoi, S. P.** Integrating Models of Balanced Scorecard and the Marginal Efficiency of the Business as an Indicator of the Quality Evaluation of the Performance of Companies [Text] / S. P. Voronoi // Terra Economicus. — 2009. — № 3. — V. 7. — P. 42–45.

5. The Introduction of the Balanced Scorecard [Text] / Horvath&Partners. — 2nd ed. — M.: Alpina Business Books, 2006. — 478 p.

СИСТЕМНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЛИКВИДНОСТИ РОССИЙСКОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Аннотация

В статье рассмотрены показатели текущего состояния ликвидности, проанализированы финансовые характеристики ликвидности российских и иностранных банков, осуществляющих деятельность на территории Российской Федерации, представлены перспективные направления предупреждения в будущем негативного влияния тенденций европейского финансового рынка.

Ключевые слова

Ликвидность банка, финансовая система, коммерческие банки, рейтинг ликвидности.

Т. М. Rashidov

SYSTEMATIC AND ANALYTICAL STUDY OF LIQUIDITY IN THE RUSSIAN FINANCIAL MARKET

Annotation

The article discusses the current state of liquidity indicators, analyzed financial liquidity characteristics of Russian and foreign banks operating in the territory of the Russian Federation, presented promising future directions to prevent the negative impact of the European financial market trends.

Keywords

Liquidity of the bank, the financial system, commercial banks, liquidity rating.

Текущее состояние ликвидности любого коммерческого финансового учреждения, характеризующегося достаточным уровнем капитала, формируется в расчете на долгосрочную перспективу благодаря продуманной и грамотно выверенной в формате рыночной практики политике управления.

Активная, подверженная колебаниям мирового рынка финансовая система страны и ее регионов для сглаживания непредвиденных факторов нуждается в гарантированной поддержке, которую непосредственно можно получить от Банка России, а также с привлечением межбанковского рынка для повышения краткосрочной ликвидности. Говоря о колебаниях среды финансового рынка, в первую очередь следует

учитывать воздействие на ликвидность наиболее значимого показателя как в российской экономике, так и в международной банковской сфере — мировых цен на нефть. Следует отметить, что их формирование зачастую не в полной мере зависит от российского банковского сектора, но является наиболее значимым фактором.

В 2012 г., как и в 2013 г., Российская Федерация экспортировала около 35 % нефти в общей доле экспорта, при средней цене от 106 долл./барр. до 105 долл./барр. Учитывая реалии развития банковской сферы Европы, воздействие кризиса, который временно ослабляет или вновь усиливает свое влияние и пророчит в ближайшем будущем сжатие глобального спроса, все это мо-

жет обострить проблемы ликвидности, спровоцировав падение цен на нефть.

Необходимо, в соответствии с наиболее эффективными примерами развитых экономик, сформировать базу для «длинных» денег, активировав обоснованно важные механизмы рефинансирования, бюджетного финансирования. Из этого следует, что в ближайшем будущем Центральный банк будет и далее служить ключевым источником рефинансирования более мелких коммерческих структур, и если в политике государства произойдут изменения, ликвидность в банковской системе имеет

возможность существенно уменьшиться, причем показатели уровня процентных ставок могут увеличиться, что приведет к лимитированию кредитования, тормозя и усложняя траекторию движения финансовых потоков.

Анализируя динамику показателей функционирования российских коммерческих учреждений, рассмотрим итоги финансово-экономической деятельности за I полугодие 2013 г.

Рейтинг российских банков по чистым активам представлен в таблице 1.

Таблица 1 — Рейтинг российских банков по чистым активам на 1 июля 2013 г. [2]

№	Банк	Чистые активы на 1 июля 2013 г., млрд руб.	Чистые активы на 1 июля 2012 г., млрд руб.	Изменение, %
1	Сбербанк	14 644,57	12 088,67	21,14
2	ВТБ	4 767,65	3 867,91	23,26
3	Газпромбанк	3 120,10	2 504,23	24,59
4	Россельхозбанк	1 767,90	1 532,33	15,37
5	ВТБ24	1 700,21	1 256,44	35,32
6	Банк Москвы	1 589,63	1 356,13	17,22
7	Альфа-Банк	1 362,64	997,57	36,60
8	Юникредит Банк	767,96	829,94	-7,47
9	Промсвязьбанк	710,88	609,82	16,57
10	Росбанк	704,32	662,78	6,27

По данным финансовых рейтингов, почти 131 млрд руб. не хватило российским банкам, чтобы преодолеть отметку в 50 трлн руб. Именно на данной цифре замер суммарный показатель чистых активов (ЧА) всех кредитных организаций, вошедших в рейтинг по итогам I полугодия 2013 г. За год рост составил без малого 19,93 %. Совокупные чистые активы первой десятки за аналогичный период прибавили традиционно чуть больше. Так, по сравнению с 1 июля 2012 г. они выросли на 21,12 % — до 31,14 трлн руб. Таким образом, доля «золотой десятки» в общем показателе чистых активов составляет

более 62 %. Существенных изменений в местах расположения первой десятки за истекший период не произошло. Более того, практически все банки из TOP-10 смогли нарастить чистые активы. Исключение составляет только ЮниКредит Банк. По состоянию на 1 июля 2013 г. ЧА этого участника снизились с 829,9 млрд до 768 млрд руб., то есть на 7,5 %. Впрочем, на месте банка в рейтинге крупнейших это снижение не отразилось. Как и год назад ЮниКредит Банк занимает 8-е место. Единственное, что произошло, — увеличение отставания от Альфа-Банка, который занимает 7-ю строчку [1].

Следует отметить, что разрыв между показателями продемонстрировал рост из-за неплохой динамики самого функционирования Альфа-Банка за последние годы, так как его активы выросли на 36,6 % по сравнению с 2012 г.

В динамике данный показатель является достаточно значительным результатом, если рассматривать характеристики десяти первых коммерческих учреждений, так как этот участник рейтинга сумел примкнуть к банкам, чьи чистые активы возросли и представляют собою сумму свыше 1 трлн руб.

На российской банковской арене ровно год назад было, соответственно, шесть лидеров, теперь их уже семь. Довольно эффективно сработал ВТБ24, показав положительную динамику активов (чистые активы на 1 июля 2013 г. составляют 1,7 трлн руб., прирост по итогам первого полугодия 2013 г., в соответствии с аналогичным периодом 2012 г., позволил данному финансовому учреждению подняться с 6-го на 5-е место в рейтинге).

Банк Москвы, имея положительную динамику активов, занимает всего лишь 6-ю строчку с показателем 1,6 трлн рублей.

Своеобразным «новичком» рейтинга стал Промсвязьбанк. В прошлом году он занимал 11-е место, а в обновленном рейтинге по полугодью — уже 9-е. Его активы за этот период выросли на 16,6 % — до 711 млрд руб. Если в десятке появляется новый игрок, это значит, что кто-то из «бывших» ее обязательно покинет. В этот раз не повезло Райффайзенбанку, который теперь занимает 11-ю строчку вместо 9-й, как было ровно год назад. Причина, с одной стороны, заключается в снижении чистых активов — они у Райффайзенбанка упали почти на 2 %, до 652 млрд руб. С другой стороны, остальные участники их как раз смогли нарастить, причем довольно существенно. Например, показатель Номос-банка вырос за этот период более чем на 39 %, что позволило ему занять место выше, чем у

Райффайзенбанка. В целом, из 892 банков, включенных в рейтинг, рост чистых активов наблюдался у 672 участников, 215 зафиксировали снижение. По оставшимся пяти банкам динамика не рассчитывалась ввиду отсутствия необходимых данных на 1 июля 2012 г. Наибольший прирост чистых активов, если смотреть именно в процентном соотношении, у Бежица-Банка — 1388,13 %. При этом банк занимает 258-е место. Наибольшее падение у ВестЛБ Восток — с 48,4 млрд до 2,9 млрд руб. (-94,11 %), что соответствует 493-й строчке [2].

Достаточность собственного капитала выделяет банки с высокой долей капитала в структуре пассивов, который, как правило, является «нерабочим», о чем говорит его рентабельность. Достаточность собственного капитала у банков этой таблицы на 1 июля 2013 г. находится на хорошем уровне. Самый низкий показатель у банка «БТА-Казань» (10,65 %, по итогам первого квартала — 11,11 %), причем Банк имеет весьма невысокую динамику роста ключевых показателей, включая, собственно, и капитал. Больше в таблице ни у одного банка достаточность капитала не опустилась ниже 11 %. А вот самые высокие показатели среди иностранных дочерних банков на отчетную дату наблюдаются у Банк оф Токио-Мицубиси ЮФДжей (Евразия) и Королевского Банка Шотландии (97,37 % и 70,35 % соответственно) из второй группы финансовой устойчивости. При этом у второго сравнительно неплохой показатель рентабельности капитала (16,4 %) [2].

Из числа иностранных дочерних финансовых учреждений, анализируемых по показателям рентабельности капитала, наилучшее значение (63,13 %) как и ранее показал Фольксваген Банк Рус, хотя второй квартал для него по сравнению с первым (176,73 %) все же оказался убыточным. Это вторая группа финансовой устойчивости, неспособная фактически лишить данное финансовое учреждение лидерских позиций.

Таблица 2 — Финансовая устойчивость иностранных дочерних банков в I полугодии 2013 г. [2]

№	Банк	Достаточность собственного капитала, %	Коэффициент деловой активности
Первая группа финансовой устойчивости			
1	Инг Банк (Евразия)	19,74	50,6
2	Дойче Банк	19,14	134,5
3	Ситибанк	18,57	39,1
4	Нордеа Банк	16,15	11,3
5	Отп Банк	14,50	15,3
6	Юникредит Банк	14,14	15,2
7	Хкф Банк	14,04	3,4
8	Райффайзенбанк	11,79	7,7

Еще в 2012 г. во время проведения евросаммита лидеры 27 стран Евросоюза подтвердили документально решение о создании европейского Банковского союза. Эта структура призвана контролировать деятельность 150 наиболее крупных европейских банков из общего числа и содействовать созданию институтов страхования банковских рисков.

Запуск единого надзорного механизма, функционирование которого будет обеспечивать Европейский Центральный Банк, запланирован на март 2014 г. Цель Банковского союза — разорвать порочный круг между проблемами банков и деньгами налогоплательщиков, которые государства задействовали до последнего времени для решения этих проблем. Создание Банковского союза является одним из ключевых моментов формирования и дальнейшего укрепления Экономического и монетарного союза, призванного улучшить управление экономической и финансовой политикой еврозоны за счет сокращения полномочий национальных правительств. В качестве второго этапа в деле оздоровления европейской экономики фигурирует создание системы прямой рекапитализации банков. То есть европейцы остро нуждаются в действенном механизме, позволяющем проводить частичное или полное банкротство проблемных финансовых учреждений без риска создания ост-

рой кризисной ситуации для всей европейской экономики [4].

В рамках решения указанной проблемы необходимо создать единый фонд рекапитализации проблемных банков на территории Евросоюза, сформировать теоретико-методическую базу, которая ляжет в основу функционирования Банковского союза ЕС.

Анализируя в общих чертах российскую банковскую систему, следует отметить, что она относительно стабилизировалась, однако до сих пор находится в состоянии взаимоувязанности и проявления стойкой реакции на изменения внешней конъюнктуры. Необходимо помнить о том, что финансовые учреждения наиболее подвержены влиянию кризисной дестабилизации, и несмотря на нивелирование большинства негативных последствий кризиса с целью ослабления взаимоувязки, предупреждения в будущем негативного влияния тенденций европейского финансового рынка необходимо развивать следующие наиболее эффективные направления:

- нивелирование ограниченности законодательно-правового обеспечения российского финансового рынка;
- укрупнение структуры банковского сектора;
- создание в России в целом и ее регионах привлекательного финансово-инвестиционного климата.

Библиографический список

1. Рейтинг банков России: Итоги I полугодия [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.ra-national.ru/?page=banks> (Дата обращения: 22.08.2013).
2. Рейтинг банков по чистым активам на 1 июля 2013 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2013/08/22/34010249> (Дата обращения: 22.08.2013).
3. **Рашидов, Т. М.** Управление ликвидностью финансового учреждения [Текст] / Т. М. Рашидов // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2013. — № 3 (43).
4. Евросоюз присмотрит за банками [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.rg.ru/2012/12/14/souz-site.html>.
5. Основы организации деятельности коммерческого банка [Текст] / С. Л. Ермаков, Ю. Н. Юденков. — М. : КноРус, 2009.

Bibliographic list

1. Rating of Banks in Russia: Results of I Semester [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.ra-national.ru/?page=banks>. (Date of access: 22.08.2013).
2. Rating of Banks by Net Assets at July 1, 2013 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2013/08/22/34010249> (Date of access: 22.08.2013).
3. **Rashidov, T. M.** Liquidity Management of Financial Institutions [Text] / T. M. Rashidov // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2013. — № 3 (43).
4. European Union Banks to Look After [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.rg.ru/2012/12/14/souz-site.html>.
5. Basis for the Organization of a Commercial Bank [Text] / S. L. Ermakov, Y. N. Yudenkov. — M. : KnoRus, 2009.

НАШИ АВТОРЫ

**Контактная информация авторов журнала
«Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)»
№4 (44) 2013**

РАЗДЕЛ 1. Управление экономическими системами

Альбеков А. У. — доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, ректор ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: albekov@rsue.ru.

Андреева Е. Ю. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: katrin8906@mail.ru.

Астафуров С. С. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Батыгов А. Я. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Богочарова Е. П. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: bogocharova@yahoo.com.

Борисова В. В. — доктор экономических наук, профессор кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» (СПбГЭУ), кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: verabrsv@yandex.ru.

Гордей К. Г. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» (СПбГЭУ).

E-mail: Kirillgordei@yahoo.com.

Захарова Р. М. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Ковалева Н. А. — аспирант кафедры «Логистика и управление транспортными системами» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный университет путей сообщения» (РГУПС).

Мамаев Э. А. — доктор технических наук, профессор кафедры «Логистика и управление транспортными системами» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный университет путей сообщения (РГУПС)».

E-mail: mamaev_enver@mail.ru.

Пархоменко Т. В. — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: inrost@list.ru.

Петросьян А. О. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Пушкарь О. М. — старший преподаватель кафедры «Фундаментальная и прикладная математика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Резников С. Н. — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: reznikov-tigarbo@yandex.ru.

Ротэрмель А. А. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Украинцев В. Б. — доктор экономических наук, профессор кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

РАЗДЕЛ 2. Экономика и предпринимательство

Ванюшкина В. В. — кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: vvv-job@bk.ru.

Гринченко К. В. — аспирант кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Ерохина Т. Б. — доктор экономических наук, профессор кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Ершов В. Е. — аспирант кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: lem91@mail.ru.

Ефимов Е. Н. — доктор экономических наук, профессор кафедры «Информационные технологии и защита информации» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: Efimov46@mail.ru.

Золотарёв В. С. — доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, главный научный сотрудник НИИ ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Каплина А. В. — кандидат экономических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: nastasiy84@mail.ru.

Комарова Т. Г. — доцент кафедры «Управление персоналом и социология» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», старший научный сотрудник НИИ РГЭУ (РИНХ).

Линченко Б. И. — аспирант кафедры «Экономическая теория» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: L-bogdan@mail.ru.

Лозовая Ю. Ю. — аспирант кафедры «Экономическая теория» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: lozovay@inbox.ru.

Невская Н. И. — кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник НИИ ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Палагина А. Н. — кандидат философских наук, профессор кафедры «Антикризисное и корпоративное управление» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: anpalagina@gmail.com.

Пржедецкая Н. В. — доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономическая теория» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Рогожин С. В. — кандидат физико-математических наук, доцент кафедры «Фундаментальной и прикладной математики» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Рожкова А. Ю. — кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры «Таможенное дело» факультета повышения квалификации Ростовского филиала ГКОУ ВПО «Российская таможенная академия».

Скляров А. В. — доцент кафедры «Информационные технологии и защита информации» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: sav0701@mail.ru.

Филонич В. В. — доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономическая теория» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Цимбаленко Н. С. — кандидат экономических наук, ведущий специалист оформления ипотечных сделок Центра ипотечного кредитования Южного филиала ОАО АКБ «РОСБАНК».

РАЗДЕЛ 3. Финансово-кредитные отношения и бухгалтерский учет

Бурмистров А. В. — аспирант кафедры «Бухгалтерский учет» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: alex11115@yandex.ru.

Гончарова С. Н. — кандидат экономических наук, доцент Ростовского-на-Дону филиала НОУ ВПО «Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы».

E-mail: pogojeva-sng@mail.ru.

Гуденица О. В. — кандидат экономических наук, доцент Ростовского института кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права.

E-mail: pogojeva-sng@mail.ru.

Курбанов С. А. — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Налоги и налогообложение» ФГБОУ ВПО «Чеченский государственный университет».

Омельченко В. О. — аспирант кафедры «Финансовый менеджмент» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Омельченко И. А. — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Рашидов Т. М. — аспирант кафедры «Банковское дело» ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Сайдулаев Д. Д. — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Налоги и налогообложение» ФГБОУ ВПО «Чеченский государственный университет».

**ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ,
ПРЕДСТАВЛЯЕМЫХ В ЖУРНАЛ
«ВЕСТНИК РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)»**

Согласно решению ПРЕЗИДИУМА ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ (ВАК) Минобрнауки РФ от 02.03.2012 № 8/13 «О перечне рецензируемых научных журналов и изданий для опубликования основных научных результатов диссертаций», в журнал принимаются статьи и материалы, соответствующие следующим требованиям:

1. Статьи должны содержать обоснование актуальности, четкую постановку целей и задач исследования, научную аргументацию, обобщение и выводы, представляющие интерес своей новизной, научной и практической значимостью, должны быть рекомендованы кафедрой (отделом) по месту учебы (работы) автора. Все статьи, представленные к печати в журнале «Вестник Ростовского государственного экономического университета "РИНХ"», в обязательном порядке проверяются по критериям корректности предоставления научной информации, учитывая правила ее заимствования, рецензируются редакционной коллегией журнала и возвращаются авторам для ознакомления. Статьи предоставляются в формате «*.docx».

2. Рекомендуется указывать место работы всех авторов и контактную информацию для переписки в сети Интернет.

3. Требования к оформлению научной статьи:

а) текст статьи должен быть набран шрифтом Times New Roman, кегль — 14, полуторный интервал, отступ первой строки — 0,75. Формат листа — А4 (210*297 мм). На странице рукописи должно быть не более 30 строк, в каждой строке не более 65 знаков, включая пробелы между словами. Поля рукописи должны быть: верхнее, правое, левое — 25 мм и нижнее — 30 мм. Нумерация страниц в правом верхнем углу листа;

б) рисунки должны быть качественными, четкими, все надписи должны хорошо просматриваться (шрифт исключительно Times New Roman), необходимо указать источник или авторство каждого рисунка с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

в) таблицы набираются 12 кеглем через один интервал без выделения колонок (без заливки); необходимо указать источник или авторство каждой таблицы с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

г) редактор формул — MS Word, шрифт — Times New Roman, переменные — курсивом, греческие — прямо, русские — прямо;

д) заглавие статьи печатается строчными буквами. Инициалы и фамилия автора(ов) пишутся над заглавием статьи (для рецензии и информационных материалов в конце статьи). Заглавие отбивается двумя интервалами сверху и снизу (от текста);

е) в тексте статьи следует использовать минимальное количество таблиц и иллюстративного материала. Круглые скобки употребляются только в тексте;

д) ссылки на литературу оформляются в квадратных скобках, нумерация ссылок сквозная на протяжении статьи, подстрочные примечания помещаются в конце статьи (библиографический список) с точным указанием выходных данных;

е) иностранная литература оформляется по тем же правилам;

ж) статья обязательно должна содержать краткую аннотацию и ключевые слова, библиографический список. Указанные данные, ФИО авторов и название статьи приводятся на русском и английском языке;

з) общий объем статьи не должен превышать 12 листов в соответствии с указанными требованиями к оформлению.

4. К статье на бумажном носителе прилагается электронная версия, отдельным файлом прилагаются сведения об авторе (имя, отчество, фамилия, место работы, учебы, должность, контактный телефон, e-mail, домашний адрес). Необходимо направить данные файлы также на электронный адрес — vestnik.rsue@mail.ru.

5. В соответствии с требованиями по включению номеров научного периодического издания «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» или его переводной версии на иностранном языке в системы цитирования Web of Science, Scopus, Web of Knowledge текст статьи должен быть представлен в двух вариантах — на русском и английском языке.

Рукописи, оформленные без соблюдения приведенных выше правил, не рассматриваются. Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке и отсылать авторам на доработку. Датой поступления статьи, отправленной на доработку (если она находилась у автора), считается день ее возвращения в редакцию.

**ВЕСТНИК
РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

№ 4 (44), ДЕКАБРЬ, 2013

**VESTNIK
OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)**

№ 4 (44), DECEMBER, 2013

Научно-практический журнал

Главный редактор А. У. Альбеков

Зам. главного редактора В. М. Джуха

Ответственный секретарь Т. В. Пархоменко

**Редактор Э. В. Шмыгля
Корректор, компьютерный набор Н. В. Гузенко
Верстка, макетирование Э. В. Шмыгля
Выпускающий редактор Л. И. Акимова
Директор А. Р. Магдесян**

**Изд. № 132/2256. Подписано в печать 25.12.2013.
Объем 26,0 уч.-изд. л. Бумага офсетная. Печать цифровая.
Формат 60x84/8. Гарнитура «Times New Roman».
Заказ № 3415. Тираж 1000 экз. «С» 132.**

**344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, РГЭУ (РИНХ).
Отпечатано в типографии издательско-полиграфического комплекса
РГЭУ (РИНХ).**