



ISSN 2073-6258

УЧЕННЫЕ ЗАПИСКИ
Российской академии предпринимательства

РОЛЬ И МЕСТО ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Сборник научных трудов

**Включен в Перечень ведущих рецензируемых
научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК
Министерства образования и науки Российской Федерации**

Москва
2013

ББК 65.9(2Рос)
УДК 330.35
УДК 340.1
У 68

Рецензент

доктор экономических наук, профессор,
Заслуженный экономист Российской Федерации
Н. И. Аристер

Редакционный совет:

Балабанов В. С. – д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ, гл. редактор
Айбазов Р. У. – д.ю.н., профессор
Ермакова Е. Е. – к.ф.н., профессор
Лехто Юха – кандидат общественных (политических) наук,
директор ООО «Transacta Consalting»
Суйц В. П. – д.э.н., профессор, член президиума ассоциации бухгалтеров
и аудиторов «Содружество», заслуженный профессор МГУ им. М.В. Ломоносова
Чупров В. И. – д.с.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ
Юлдашев Р. Т. – д.э.н., профессор, академик РАЕН, зав. кафедрой «Страхование»
МГИМО, ген. директор Международного института исследования риска
Яковлев В. М. – д.э.н., профессор, профессор РАГС при Президенте РФ
Яновский Р. Г. – д.ф.н., профессор, член-корреспондент РАН,
председатель редакционного совета журнала «Безопасность Евразии»
Яхьяев М. А. – д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки Республики Дагестан

Редакционная коллегия:

Балабанова А. В. – доктор экономических наук, профессор
Бараненко С. П. – доктор экономических наук, профессор
Гаврилов Р. В. – доктор экономических наук, профессор, академик РАЕН
Гусов А. З. – доктор экономических наук, профессор
Журавлев Г. Т. – доктор экономических наук, доктор философских наук, профессор
Киселев В. В. – доктор экономических наук, профессор
Лезина М. Л. – доктор экономических наук, с.н.с.
Маршак А. Л. – доктор философских наук, профессор

Содержание

Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Бабич О. В. Реструктуризация предприятия: сущность и определение	7
Балабанов В. С., Дмитриева Е. В. Сущность инвестиционной привлекательности предприятия	16
Воронченко Е. П. Концептуальные основы финансового механизма регулирования инвестиционной деятельности в условиях инновационной экономики	28
Гладков И. В. Анализ теоретических исследований банкротства в зарубежной науке	37
Закиров Р. Ш. Ситуационное управление риском	43
Канылин В. А. Роль внутреннего компонента в современной инструментари рефинансирования	51
Капашаров В. М. Совершенствование методического обеспечения и нормативно-законодательных элементов финансового контроля и мониторинга в РФ	57
Кузнецов А. С. Вопросы стандартизации и сертификации предпринимательской деятельности потребительского рынка на муниципальном уровне	66
Романов М. Ю. Организация управления финансовыми ресурсами промышленного предприятия	74
Саввина О. В. Глобальный финансовый капитал	85
Стоянова О. В. Особенности формирования системы целей для проектов в сфере наноиндустрии	94

Тарасов В. А. Формирование методики предпродажной подготовки как фактор развития корпоративного финансового менеджмента	98
Ялялиева Т. В. Контроль в организации эффективной работы с обращениями граждан в органы исполнительной власти	104
Яхьяев М. А., Гладков И. В. Современные проблемы законодательства о банкротстве в РФ	111
Яхьяев М. А., Канылин В. А. Рефинансирование как антикризисный инструмент денежно-кредитной политики	118

Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Ахметов Л. А., Кадирова О. С. Проблемы развития рынка лизинга автотранспортных средств	124
Бойко М. В. Создание доходных домов в Московской области как инструмент развития предпринимательства (на примере города Красногорск)	138
Бубенок Е.А. Методические вопросы создания бренд-имиджа компании на основе применения технологий «вовлечения потребителей» и участия СМИ	145
Гаврилов Р. В. Управление доходностью ценных бумаг	161
Дмитриева Е. В. Инвестиционная политика промышленного предприятия на примере ОАО «ГАЗПРОМ»	172
Лобанов С. Ю. Роль надзорного процесса в развитии перестрахования в зарубежной практике	179
Лопатин В. А. Особенности оборота электронных денег	184
Лясников Н. В., Поляков В. Л. Планирование взаимодействия предпринимательских структур на основе лизинга	191

Михель В. С. Влияние финансового потенциала промышленной корпорации на формируемую финансовую стратегию	198
Орехов Е. Н. Построение управленческой структуры департамента закупок в рамках административно-хозяйственного управления крупного холдинга	209
Осташкин М. А. Формирование управленческих инструментов стратегического контроллинга на предприятиях ТЭК	215
Пилат В. Б. Методика тарификации в страховании гражданской ответственности медицинских организаций	221
Поляков В. Л. Формирование алгоритма взаимодействия предпринимательских структур с использованием лизинга	233
Сальникова К. Х. Особенности торговли на срочном рынке опционами — одним из видов производных финансовых инструментов	240
Терехова Т. А. Учет финансовой аренды в соответствии с МСФО	246
Филимонова А. С. Опыт российских банковских организаций по работе с платежными картами в период финансового кризиса 2008—2010 гг.	254
Цыганов А. А., Сахирова Н. П. Институциональное развитие страхового рынка: теоретические и методологические аспекты	261
Шайхутдинова Е. С. Система дистанционного банковского обслуживания физических лиц как фактор конкурентного преимущества на рынке банковских услуг	278
Юсубов Р. С. Проблемы совершенствования российского рынка страхования и перестрахования	289
Яковлев В. М., Бубенок Е. А. Мобилизация потенциала интрапренерства и брендинга как способ повышения конкурентоспособности компаний	296

Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Роман М. И.

Стратегия повышения конкурентоспособности
отечественных предприятий и организаций
с учетом существующих рыночных рисков 319

Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Горайнова Н. М.

О роли гуманитарного образования
в формировании управленческой культуры
у будущих менеджеров 325

Маслихина В. Ю.

Детерминанты пространственного развития России:
социально-экономический аспект 332

Цветков В. А.

Предпосылки и факторы формирования
системы взаимодействия органов местного самоуправления
и промышленных предприятий в социальном развитии
территории муниципального образования 343

Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Бабиц О. В.
кандидат экономических наук, доцент,
Брянский государственный технический университет

Реструктуризация предприятия: сущность и определение

В статье представлен анализ подходов к определению понятий «реструктуризация», «реформирование» и «реинжиниринг», и в качестве заключения уточнено определение реструктуризации в соответствии с позицией автора.

Ключевые слова: реструктуризация, реформирование, реинжиниринг.

The restructuring of the enterprise: the nature and definition of

The article presents analysis of the approach to the definition the concepts of «restructuring», «reform» and «re-engineering», and as a conclusion clarify the definition of restructuring in accordance with the position of the author.

Keywords: restructuring, reform, re-engineering.

Более двадцати лет наша страна строит рыночную экономику. Экономические и политические преобразования как положительным, так и негативным образом сказались на работе предприятий. Не имея опыта хозяйствования в рыночной среде, многие промышленные предприятия прекратили свое существование, другие реорганизовались и попытались приспособиться к новым сложившимся условиям.

Существующая производственная база большинства крупных предприятий не могла обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции. Особенно сильно это было заметно в начале 90-х, после хлынувшей волны импортной продукции в страну, удивлявшей своим разнообразием, эргономичными качествами. В таких условиях потребители предпочитали зарубежные товары. В последнее время ситуация изменилась. Улучшение инвестиционного климата и стабилизация политической обстановки положительным образом сказались на большинстве российских предприятий. Рыночная экономика диктовала новые ориентиры при

выпуске продукции, важнейшим из которых является потребитель. Маркетинг стал панацеей от всех бед предприятия. В срочном порядке создавались маркетинговые отделы, которые без соответствующей поддержки руководства, необходимых специалистов, при отсутствии методик и опыта не могли вывести предприятие на высокую рентабельность. Связь с потребителем была мнимой, а многие руководители не понимали, что маркетинговая ориентация (ориентация на потребителя) это не просто соответствующая маркетинговая служба, а целая философия предприятия, где каждый сотрудник должен ее разделять.

Основной упор в управлении высшее руководство уделяло маркетингу, принижая значимость производства. В настоящее время износ основных производственных фондов составил по стране около 70%. Стратегическому развитию производственных мощностей практически не уделяется внимание. А ведь от того, как построен производственный процесс, какое применяется оборудование, каков уровень профессионализма рабочих, от наличия современного оборудования и развитого обслуживающего хозяйства зависят качество продукта и степень удовлетворенности потребителя, а отсюда и получаемая прибыль. Поэтому на современном этапе развития Российской экономики особенно важно предприятиям держать курс на маркетинговую ориентацию и заниматься стратегическим планированием производства.

Известная консультационная фирма McKinsey выделила семь основных факторов, влияющих на развитие предприятия. Эти факторы в английском языке начинаются с буквы «S», и подход получил название «семи-S фирмы McKinsey». Такими факторами являются: стратегия, структура, система, мастерство (квалификация) и персонал, стиль управления и культура организации (в оригинале – strategy, structure, systems, skill, staff, style, shared values). Данный подход не претендует на то, чтобы дать четкое руководство по развитию бизнеса или разработке стратегии, он просто представляет целостный системный взгляд на развитие предприятия и имеет познавательную ценность.

Обычно, когда предприятие собирается внести изменения в свою деятельность, то первым шагом, как правило, является определение стратегии. Взаимосвязь стратегии предприятия и основных факторов ее успешной реализации приведена на рисунке 1, она помогает понять сущность предприятия, вовлеченного в реализацию стратегии, и то, как оно должно измениться.

Стратегия устанавливает, как предприятие должно приспособиться к внешнему окружению и использовать свой организационный потенциал, какие согласованные действия необходимо предпринять, чтобы добиться существенных конкурентных преимуществ.

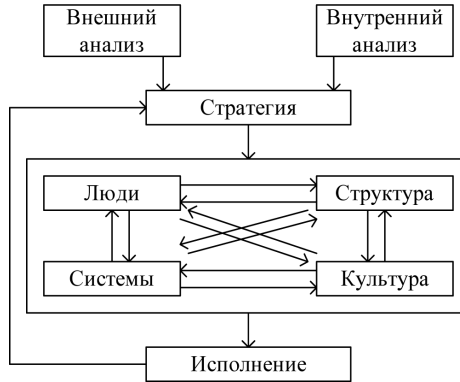


Рис. 1. Основы анализа предприятия

Управленческая структура предприятия — это взаимосвязи, складывающиеся между его различными подразделениями, направленные на выполнение миссии и достижение поставленных целей. Структура управления предприятием часто определяется на основе схем коммуникаций и распределения полномочий. Поскольку она является наиболее видимым организационным фактором, то чаще всего изменения начинаются с управленческой структуры ¹.

Изменение производственной и организационной структуры компании, отрасли или национальной экономики в целом — это реструктуризация, согласно словарю бизнес-терминов. В целях повышения эффективности и роста прибылей компания может отказаться от некоторых видов производств и продать соответствующие активы. Или, наоборот, для приобретения большей устойчивости пойти на диверсификацию производственной структуры, приобрести предприятия в новых для себя отраслях производства. Совершенствование организационной структуры компании может сопровождаться предоставлением большей самостоятельности отдельным звеньям, выделением их в самостоятельные дочерние компании, или, наоборот, может быть направлена на централизацию управления компанией ².

В экономической литературе в последнее время широко использовались понятия «реформирование», «реорганизация», «реструктуриза-

¹ Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: курс лекций./В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 1999.

² Бизнес-словарь. Доступ www.businessvoc.ru

ция» и «реинжиниринг» предприятий и компаний. Можно констатировать, что до сих пор происходит смешение данных понятий, и нет единой точки зрения в их определении³.

«Реформирование предприятий» является наиболее общим, всеобъемлющим понятием, охватывающим многочисленные составляющие хозяйственной деятельности предприятий и направления ее преобразований, в том числе реструктуризацию, реинжиниринг бизнес-процессов.

Согласно представлениям М.Д. Аистовой, «реструктуризация» — это радикальное изменение структуры хозяйственной организации (активов, собственности, финансов, управления, кадров и др.).

Реструктуризация может применяться в трех основных ситуациях.

Во-первых, в условиях, когда предприятие находится в состоянии глубокого кризиса. В современной российской экономике такая ситуация характерна для большинства государственных и приватизированных предприятий.

Во-вторых, в условиях, когда текущее положение предприятия можно признать удовлетворительным, однако прогнозы его деятельности являются неблагоприятными. Предприятие сталкивается с нежелательными для себя тенденциями в части конкурентоспособности, отклонением фактического состояния от запланированного. Здесь реструктуризация является реакцией на негативные изменения, пока они не приобрели еще необратимого характера.

В-третьих, реструктуризации могут подвергаться благополучные, быстрорастущие организации. Их задача состоит в ускоренном наращивании отрыва от ближайших конкурентов и создании уникальных конкурентных преимуществ. Причем в случае ранней идентификации кризисной ситуации предоставляется большая свобода маневра и более широкий выбор антикризисных процедур, в том числе методов и средств реструктуризации.

В странах с развитой экономикой реструктуризация является естественным процессом. Вопрос о реструктуризации встает всякий раз, когда компания сталкивается со снижением эффективности своей деятельности, изменением экономического окружения, технологического развития и обострения конкуренции.

Для российской экономической науки процесс реструктуризации — относительно новый объект изучения. Однако в последнее время к дан-

³ Аистова М.Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям / М.Д. Аистова. М.: Альпина Паблишер, 2002.

ному вопросу обращаются все больше авторов и предлагают свою трактовку понятия и сущности реструктуризации⁴.

В частности, Л.П. Страхова и Г.В. Бутковская под реструктуризацией понимают проведение комплекса мероприятий организационного, технического, финансового характера, позволяющих предприятию восстановить свою конкурентоспособность.

К. Кордан, Т. Фолмэн и М. Ванденборст рассматривают реструктуризацию как проактивно осуществляемый разрыв с существующим статус-кво, а не просто «затягивание пояса» в компании или улучшение текущих операций. В результате проведенной реструктуризации компания должна не просто работать лучше, а производить более современные продукты.

Л. Водачек предлагает под реструктуризацией понимать комплексные и взаимосвязанные изменения структур, обеспечивающих функционирование предприятия в целом.

А. Евсеев к реструктуризации относит любые изменения в производстве, структуре капитала или собственности, не являющиеся частью повседневного делового цикла компании.

В работе, посвященной оценке бизнеса, процесс реструктуризации определяется как обеспечение эффективного использования производственных ресурсов, приводящее к увеличению стоимости бизнеса.

По мнению А.А. Томпсона и А.Дж. Стрикленда стратегия реструктуризации может использоваться диверсифицированными компаниями и предполагает кардинальное изменение портфеля корпорации за счет исключения одних и приобретения других подразделений.

Реструктуризация проводится при следующих случаях:

- стратегический анализ бизнес-портфеля указывает на грядущий спад прибыльности компании из-за наличия в портфеле слишком большого количества медленно развивающихся, кризисных или конкурентно слабых подразделений;
- одно или несколько ключевых подразделений компании находятся в состоянии затяжного кризиса;
- смена главы корпорации, повлекшая за собой изменение стратегии;

⁴ Аистова М.Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям / М.Д. Аистова. М.: Альпина Паблишер, 2002.

- появление новой технологии или инновационного товара требует полного пересмотра бизнес портфеля компании для закрепления ее на перспективных новых рынках;
- у компании появляется возможность весьма крупного и ценного приобретения, для финансирования которого приходится продать несколько подразделений;
- ключевая отрасль компании теряет привлекательность, что требует коренного пересмотра портфеля;
- технологические изменения и конъюнктура рынка создают условия, при которых разделение корпорации на независимые компании выгоде, чем продолжение их функционирования под корпоративных зонтиком ⁵.

И.И. Мазур и В.Д. Шапиро выделяют три вида изменений в организациях в порядке их усложнения ⁶:

Реорганизация – преобразование, переустройство организационной структуры и управления предприятием при сохранении основных средств, производственного потенциала предприятия.

Реформирование – изменение принципов действия предприятия, способствующее улучшению управления, повышению эффективности производства и конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек производства, улучшению финансово-экономических результатов деятельности.

Реструктуризация – комплексная оптимизация системы функционирования предприятия в соответствии с требованиями внешнего окружения и выбранной стратегией его развития, способствующая принципиальному улучшению управления, повышению эффективности и конкурентоспособности производства и выпускаемой продукции на базе современных подходов к управлению, в том числе методологии управления качеством, реинжиниринга бизнес-процессов, информационных технологий и систем и др.

Термин «реструктуризация» применяется также в отношении задолженностей предприятий. В финансовом смысле он означает процедуры упорядоченного изменения условий погашения задолженностей предприятия, согласованные между кредитором и должником и про-

⁵ Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ. / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.

⁶ Мазур И.И. Реструктуризация предприятий и компаний: Учебное пособие для вузов / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро; Под общ. Ред. И.И. Мазура. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2001.

водящиеся по причине неспособности должника погашать свои долговые обязательства в первоначально установленные сроки.

В самом широком смысле финансовое оздоровление — это совокупность процедур, применяемых к неплатежеспособному предприятию в целях восстановления текущей платежеспособности и урегулирования накопленных долговых обязательств.

Процедуры финансового оздоровления бывают добровольные, которые проходят вне судебных процедур банкротства, и принудительные — судебные.

При проведении добровольных процедур выделяют:

- санацию, которая заключается в предоставлении собственником, государством, иными лицами финансовых ресурсов, необходимых для урегулирования отношений с кредиторами;
- реструктуризацию неплатежеспособной организации по инициативе самой организации и (или) ее собственников.

Выделяют следующие виды реструктуризации:

- собственности (изменение структуры акционерного капитала);
- бизнеса;
- имущественного комплекса;
- задолженности;
- системы управления.

При проведении принудительных судебных процедур различают:

- реструктуризацию в ходе судебных процедур финансового оздоровления (самостоятельно, но под контролем кредиторов);
- реструктуризацию в ходе внешнего управления, которую проводит арбитражный управляющий под контролем кредиторов;
- ликвидацию неплатежеспособных предприятий признанных банкротами ⁷.

Реструктуризация предприятия имеет внутренние и внешние предпосылки.

Внешние требования реструктуризации следуют из необходимости развития экономики на основе роста ее конкурентоспособности, обеспечивающей лидерство страны на международном рынке.

Основой конкурентоспособной экономики является конкурентоспособность ее предприятий, осуществляющих успешный бизнес. Главными составляющими, обеспечивающими конкурентоспособность предприятий являются:

⁷ Кован Е.С. Теория антикризисного управления предприятием: учебное пособие / С.Е. Кован, Л.П. Мокрова, А.Н. Ряховская; под ред. М.А. Федотовой, А.Н. Ряховской. М.: КНОРУС, 2009.

- качество продукции и услуг;
- стратегия маркетинга и сбыта;
- квалификация персонала;
- технологический уровень производства;
- налоговая среда, в которой действует предприятие;
- доступность источников финансирования.

Основным внутренним аспектом реструктуризации являются интересы различных участников и заинтересованных лиц ⁸.

Что касается более простого пояснения разницы между понятиями «реструктуризация» и «реформирование», следует отметить следующее: термин «реформирование» применяется, как правило, по отношению к группе предприятий либо сектору экономики, тогда как термин «реструктуризация» более употребителен по отношению к отдельно взятому предприятию либо системе однородных организаций (реструктуризация сети бюджетных учреждений, реструктуризация банковской системы) ⁹.

По мнению Кондратьева В.В., реструктуризация – это изменение структуры системы. Если под структурой понимается организационная структура, то реструктуризация – это изменение организационной структуры. Если рассматривается структура бизнес-процессов, реструктуризация – это изменение бизнес-процессов. Таким образом, в зависимости от типа структурного среза системы возникают и задачи проведения соответствующих им изменений. Общий принцип простой: типология структур систем предопределяет типологию изменений ¹⁰.

Л.П. Белых определяет реструктуризацию промышленных и финансовых компаний как процесс, направленный на создание условий для эффективного использования всех факторов производства в целях повышения финансовой устойчивости и роста конкурентоспособности ¹¹.

⁸ Мазур И.И. Реструктуризация предприятий и компаний: Учебное пособие для вузов / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро; Под общ. Ред. И.И. Мазура. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2001.

⁹ Чапкина Е.Г. Теоретические основы реструктуризации: учебное пособие / Е.Г. Чапкина. М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2007.

¹⁰ Кондратьев В.В. Реструктуризация управления компанией: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 6. / В.В. Кондратьев, В.Б. Краснова. М.: ИНФРА-М, 2000.

¹¹ Белых Л.П. Реструктуризация предприятий: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Л.П. Белых. 2-е изд., доп. и перераб. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.

В условиях кризиса в зависимости от степени его глубины и характера протекания руководство предпринимает различные меры по преодолению негативной ситуации. Достаточно распространенным методом здесь является изменение организационной структуры, которое при правильной организации дает хорошие результаты¹².

При этом, суть современной реструктуризации заключается в первую очередь в выделении и развитии конкурентного преимущества корпорации, занятии и удержании выгодной рыночной позиции.

В связи с переходом российской экономики на инновационный путь развития все чаще в экономической литературе встречается понятие «реинжиниринг». Реинжиниринг – это радикальное перепроектирование бизнес-процессов предприятий и организаций для получения существенных эффектов в снижении стоимости, повышении качества и роста объемов продаж продукции и услуг.

Российские предприятия только приступают к проведению реинжиниринга бизнес-процессов. В их числе предприятия, поставившие целью найти выход их кризисного состояния, и нормально работающие предприятия, желающие предотвратить возможное ухудшение своего финансового положения, но в основном, это предприятия-лидеры¹³.

Таким образом, споры по вопросам разграничения рассматриваемых понятий продолжаются и в настоящее время. Опираясь на Большой толковый словарь русского языка, который дает следующее определение понятию реструктурировать: «Реструктурировать – реструктуризировать, преобразовывать структуру чего-либо, реорганизовывать производство...», предлагаем реструктуризацию рассматривать как формирование или совершенствование организационной структуры или отдельных ее блоков в целях реализации стратегии предприятия и повышения эффективности его работы.

¹² Бирюкова О.Ю. Приемы антикризисного менеджмента: Учебное пособие / О.Ю. Бирюкова, Л.А. Бочкова. М.: Дашков и Ко, 2008.

¹³ Медынский В.Г. Реинжиниринг инновационного предпринимательства: Учебное пособие для вузов / В.Г. Медынский, С.В. Ильдеменов; Под ред. проф. В.А. Ирикова. М.: ЮНИТИ, 1999.

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

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

Сущность инвестиционной привлекательности предприятия

В статье определено понятие инвестиций и инвестирования, рассмотрена сущность инвестиционной привлекательности предприятия и проведен анализ существующих методик оценки инвестиционной привлекательности предприятия

Ключевые слова. *Инвестиции, инвестирование, инвестиционная привлекательность, методики оценки инвестиционной привлекательности*

The essence of investment attractiveness

In this paper, the notion of investment and investment, on the essence of investment potential and the analysis of existing methods of evaluation of investment attractiveness of the company

Keywords. *Investment, investment, investment attraction, methods of evaluation of investment attractiveness*

Развитие предприятий осуществляется при помощи инвестиций. Прирост капитала, полученный в результате инвестирования, должен быть достаточным, чтобы возместить инвестору отказ от потребления имеющихся средств в текущем периоде, вознаградить его за риск и компенсировать потери от инфляции в будущем периоде. Инвестиции выражают все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые направляются в объекты предпринимательской деятельности, в результате которой формируется прибыль или достигается иной полезный эффект¹.

Инвестирование является одним из наиболее важных аспектов деятельности любой динамично развивающейся организации, руководство которой отдает приоритет рентабельности с позиции долгосрочной перспективы. Вместе с тем успешная деятельность предприятий, осуществляющих подобную инвестиционную политику, зависит от того, как организован процесс анализа и отбора инвестиционных проектов.

¹ Бочаров В. В. Инвестиции. СПб.: Издательство: Питер, 2008. С. 6.

Движение инвестиций включает две основные стадии. Содержанием первой стадии — «инвестиционные ресурсы — вложение средств» — является инвестиционная деятельность. Вторая стадия — «вложение средств — результат инвестирования» предполагает окупаемость осуществленных затрат и получение дохода в результате использования инвестиций. Она характеризует взаимосвязь и взаимообусловленность двух элементов экономической деятельности — затрат и их отдачи.

Инвестиционная деятельность теснейшим образом связана с инвестиционной привлекательностью предприятия.

Инвестиционную привлекательность предприятия можно определить как соотношения рисков и будущих финансовых выгод, связанных с осуществлением инвестирования в предприятие.

Инвестиционная привлекательность предприятия для инвесторов определяется уровнем дохода, который инвестор может получить на вложенные средства. Уровень дохода, в свою очередь, обусловлен уровнем рисков невозврата капитала и неполучения дохода на капитал. В соответствии с этими критериями инвесторы определяют требования, предъявляемые к предприятиям при инвестировании.

Различная интерпретация средств и приёмов анализа инвестиционной привлекательности и финансового состояния и относительно небольшого круга показателей обеспечивает субъектов анализа необходимой информацией для принятия обоснованных решений, соответствующих поставленным целям.

Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность предприятия, можно условно разделить на две группы: внешние факторы по отношению к предприятию, которые оказывают управляющие воздействия на работу предприятия извне, и внутренние — существующие на предприятии. Эти две группы факторов формируют соответствующие системы внешних и внутренних рисков, которые появляются при инвестиционном кредитовании предприятия. При этом должен обязательно применяться комплексный подход, предусматривающий анализ всех факторов с учётом их взаимосвязей и влияния друг на друга. Оценка финансового состояния — это часть оценки инвестиционной привлекательности. Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность предприятия, представлены на рис. 1.

Осуществление инвестирования в российские предприятия характеризуются следующими взаимосвязанными условиями:

- низкой конкуренцией предприятий, получателей инвестиций;
- высоким уровнем информационной асимметрии и частыми случаями использования инсайдерской информации;



Рис. 1. Важнейшие факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность предприятия²

- низкой информационной прозрачностью компаний;
- высоким уровнем конфликтности между инвесторами и менеджментом предприятия;
- отсутствием механизмов защиты интересов инвесторов от недобросовестных действий менеджеров предприятия.

Взаимосвязь факторов, оказывающих влияние на инвестиционную привлекательность предприятия, представлена на рис. 2.

Инвестиционная привлекательность является одним из ключевых показателей оценки эффективности деятельности предприятия.

Анализ и оценка инвестиционной привлекательности предприятий – потенциальных объектов инвестирования – имеет свои особенности.

Развитие предприятия происходит последовательно во времени, в комбинации циклов жизни различных выпускаемых им продуктов.

Жизненный цикл самого предприятия можно разделить на стадии, характеризующиеся изменением оборота и прибыли: детство – небольшой темп роста оборота, финансовые результаты обычно отрицательные; юность – быстрый рост оборота, первые прибыли; зрелость – замедление роста оборота, максимальные прибыли; старость – оборот и прибыли падают. Общий период всех стадий жизненного цикла предприятия определяется примерно в 20–25 лет, после чего оно прекра-

² Технологии финансового менеджмента: Учеб. пособие / Быковский В.В., Мартынова Н.В., Минько Л.В. и др. Тамбов: Изд-во Тамб. ГТУ, 2009.

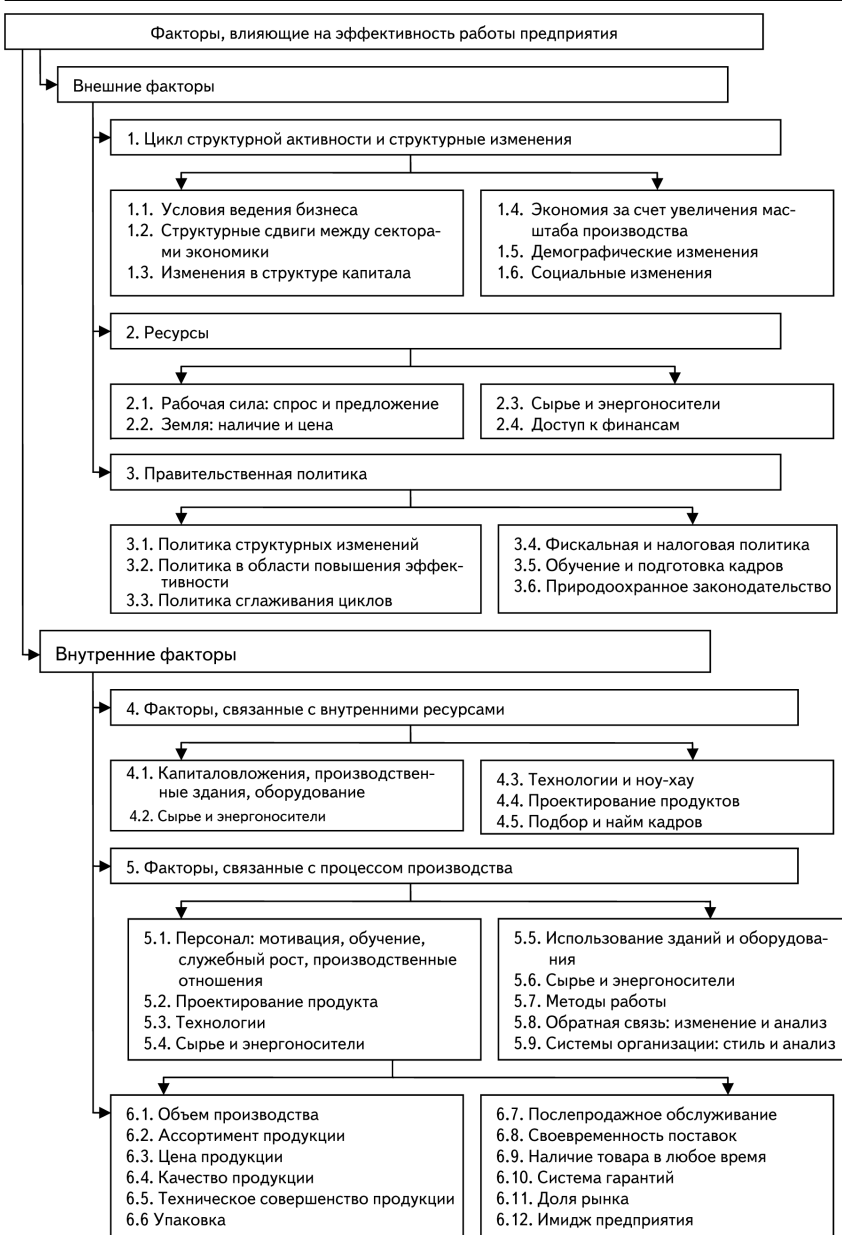


Рис. 2. Системная взаимосвязь факторов, оказывающих влияние на инвестиционную привлекательность предприятия

щает свое существование или возрождается на новой основе с новым составом владельцев и менеджеров.

Понятие цикла жизни предприятия позволяет определить различные проблемы, которые возникают на протяжении всего периода его развития, и оценить инвестиционную привлекательность.

На стадии детства предприятие главным образом сталкивается с проблемами выживания, которые возникают в финансовой сфере в виде трудностей с денежными средствами. Предприятию нужно найти краткосрочные средства финансирования, а также источники необходимых инвестиций для своего будущего развития. На стадии юности первые прибыли позволяют предприятию сместить свои цели с рентабельности на экономический рост. Теперь ему необходимы среднесрочные и долгосрочные источники, которые позволят поддержать экономический рост посредством инвестирования. На стадии зрелости предприятие старается извлечь максимум прибыли из всех возможностей, которые дает ему его объем, производственный, технический и коммерческий потенциалы. Способность к самофинансированию довольно значительна. Учитывая старение своих товаров, менеджеры предприятия должны исследовать новые возможности развития: путем осуществления промышленных инвестиций, либо косвенно путем финансового участия (например, приобретением значительного числа акций другого предприятия). В этом случае происходит постепенное преобразование в холдинг, т.е. в финансовое предприятие, имеющее преимущественной целью управление портфелем ценных бумаг.

Наиболее инвестиционно привлекательными считаются предприятия, находящиеся в процессе роста, т.е. на первых двух стадиях своего жизненного цикла. Предприятия на стадии зрелости являются также инвестиционно привлекательными в ранних периодах, пока не достигнута наивысшая точка экономического роста. В дальнейшем инвестирование целесообразно, если продукция предприятия имеет достаточно высокие маркетинговые перспективы, а объем инвестиций в модернизацию и техническое перевооружение невелик и вложенные средства могут окупиться в кратчайшие сроки.

На стадии старости инвестирование, как правило, нецелесообразно, за исключением случаев, когда намечается масштабная диверсификация выпускаемой продукции, перепрофилирование предприятия. При этом возможна некоторая экономия инвестиционных ресурсов по сравнению с новым строительством.

В нашей стране методика оценки инвестиционной привлекательности как регионов, так и отраслей, и отдельных хозяйствующих субъек-

тов находится в стадии формирования. С народнохозяйственной точки зрения, все три аспекта по своей значимости не уступают друг другу. Однако никакая методика сопоставления инвестиционной привлекательности отраслей и регионов не может отменить необходимости рассмотрения потенциальных объектов инвестирования.

С точки зрения перспектив развития предприятия, перед инвестором встает задача определения уровня его инвестиционной привлекательности. Проблема определения инвестиционной привлекательности предприятия предполагает решение таких задач, как

- выявление критериев инвестиционной привлекательности субъектов;
- выбор механизмов привлечения инвестиций;
- определение субъектов предоставления инвестиций.

Для решения этой задачи существуют методики её оценки, представленные на рис. 3.



Рис. 3. Методы оценки инвестиционной привлекательности

Оценка инвестиционной привлекательности предприятий предполагает также проведение финансового анализа их деятельности с целью оценки ожидаемой доходности инвестируемых средств, сроков их возврата, а также выявления наиболее значимых по финансовым последствиям инвестиционных рисков.

Оценка финансовой деятельности предприятия производится в процессе анализа системы взаимосвязанных показателей, характеризующих эффективность финансовой деятельности с точки зрения ее соответствия стратегическим целям бизнеса, в том числе инвестиционным.

Эффективность инвестирования в значительной степени определяется тем, насколько быстро вложенные средства оборачиваются в процессе деятельности предприятия. Хотя на длительность оборота используемых активов оказывают влияние многочисленные внешние факторы, показатель оборачиваемости активов в значительной степени определяется внутренними условиями деятельности предприятия — эффективностью маркетинговой, производственной и финансовой стратегии и тактики.

Все существующие методики оценки и анализа инвестиционной привлекательности предприятия можно разделить на две группы:

- методики, согласно которым уровень инвестиционной привлекательности предприятия целиком и полностью определяется его финансовым состоянием, а анализ этой привлекательности сводится, естественно, к анализу финансового состояния;
- методики, учитывающие влияние внутренних, причем не только финансовых, и внешних факторов на инвестиционную привлекательность предприятия и на характер ее изменения в зависимости от этих факторов.

Из сравнения методик первой группы (табл. 1) видно, что в качестве исходной информационной базы используются разные показатели финансового состояния.

Собственно методикой оценки именно инвестиционной привлекательности является только методика К.В. Щиборща, поскольку в ней оперируют не абсолютными, как в методиках Э.И. Крыловой и Т.В. Федорович показателями, а относительными, позволяющими потенциальному инвестору сравнивать оцениваемые предприятия между собой.

Единым для всех методик второй группы является то, что, независимо от числа учитываемых факторов и способа расчета конечных показателей, все они построены по принципу «от частного к общему» или, согласно рис.4, по схеме расчета «снизу вверх».

Общей чертой методик является тенденция учета как можно большего числа определяющих инвестиционную привлекательность предприятия факторов.

Метод интегральной оценки позволяет рассчитать показатель, в котором воспроизводятся значения других финансовых показателей, скорректированных в соответствии с их весомостью, динамикой и другими факторами.

Таблица 1

**Сравнительная характеристика методик оценки и анализа
инвестиционной привлекательности предприятия**

Автор	Используемые методикой показатели финансового состояния предприятия – факторы его инвестиционной привлекательности	Возможность количественной оценки и анализа инвестиционной привлекательности предприятия по использованным показателям его финансового состояния
Белых Л.П. ³	Доходность акций по сравнению с облигациями, валютой и депозитными вкладами; потоки доходов; выплата дивидендов; отношение цены акции к чистой прибыли; отношение чистого дохода на акцию к дивидендам на акцию	Такой возможности нет, поскольку отсутствует количественная интерпретация уровня инвестиционной привлекательности предприятия в зависимости от величин рекомендуемых для ее оценки показателей его финансового состояния
Щиборщ К.В. ⁴	Кредитный период; рентабельность инвестиций (с учетом включения процента по их привлечению в расходы); разница между годовой прибылью совокупных активов и годовым процентом по кредиту	Предприятие считается принципиально привлекательным для инвестора, если кредитный период не превышает 8 лет, рентабельность инвестиций составляет не менее 20%, а разность между прибылью совокупных активов и процентом по кредиту положительна
	Рентабельность продукции; балансовая прибыль на рубль совокупных активов; балансовая прибыль к собственным средствам; балансовая прибыль к величине оборотных средств; коэффициент текущей, срочной и абсолютной ликвидности; доля чистого оборотного капитала в оборотных средствах; доля собственных средств в совокупных источниках финансирования	Критерий инвестиционной привлекательности рассчитывается как средневзвешенная сумма перечисленных показателей, что позволяет построить рейтинг уже относительной привлекательности тех предприятий, которые удовлетворяют условию своей абсолютной инвестиционной привлекательности
Крылова Э.И. ⁵	Показатели, характеризующие платежеспособность и ликвидность, коэффициенты финансовой устойчивости, коэффициенты оборачиваемости и коэффициенты рентабельности – 41 критериальный показатель	Показатели сравниваются с их нормативными значениями. Инвестиционная привлекательность предприятия считается тем выше, чем большее число оцениваемых показателей удовлетворяют своим нормативам
Федорович Т.В. ⁶	Показатели рыночной стоимости корпорации: - экономическая добавленная стоимость; - рыночная добавленная стоимость; - рыночная капитализация и предпринимательская прибыль; - собственный гудвилл	Чем выше данные показатели стоимости бизнеса, тем выше инвестиционная привлекательность оцениваемой корпорации

³ Белых Л.П. Финансовый анализ в оценке инвестиционной привлекательности предприятий // Бухгалтерский учет. 1999. № 10. С. 92–99.

⁴ Щиборщ К.В. Оценка инвестиционной привлекательности предприятий // Банковские Технологии. 2000. № 4. С. 32–36.

⁵ Крылова Э.И., Власова В.М., Егорова М.Г. и др. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2003.

⁶ Федорович Т.В. Финансовая отчетность как индикатор инвестиционной привлекательности корпорации // Экономический анализ: теория и практика. 2008. №12(117). С. 29–35.



Рис. 4. Схема оценки инвестиционной привлекательности предприятия с учетом ее внутренних и внешних факторов

Метод оценки предполагает объединение предприятий в группы, например, по отраслевому признаку. Для каждой группы определяют показатели, которые наиболее полно характеризуют уровень инвестиционной привлекательности предприятий, относящихся к данной группе.

Принципом расчета интегрального показателя является сравнение по каждому из показателей с условным предприятием, значения показателей которого формируются из наилучших значений по всем сравниваемым предприятиям.

Показатели, отражающие инвестиционную привлекательность предприятия-эмитента долговых ценных бумаг, это:

1. Показатели ликвидности и платежеспособности – основные, поскольку неспособность производить своевременные процентные выплаты и погашение долга вызывает кризисом ликвидности активов.

Наиболее часто используется коэффициент текущей ликвидности – отношение оборотных активов (ОА) к краткосрочным обязательствам (КО):

$$K_{лик} = \frac{OA}{KO} = \frac{Стр.290(\phi.1)}{\sum Стр.610,620,630,660(\phi.1)} \quad (1)$$

2. Финансовая устойчивость. Степень независимости от внешнего капитала, т.е. долю собственного капитала (СК) в общей величине источников финансирования (активов, А) — характеризует коэффициент автономии (финансовой независимости):

$$K_{об} = \frac{Выручка - НДС}{(CA_n + CA_k) : 2} = \frac{Стр.010(\phi.2)}{[Стр.700_n(\phi.1) + Стр.700_k(\phi.1)] : 2} \quad (2)$$

3. Финансовое положение предприятия во многом зависит от скорости оборачиваемости средств, вложенных в ее активы. Чем быстрее оборачиваются активы, тем меньше дефолтный риск. При низкой оборачиваемости средств возникает потребность в дополнительном финансировании. Для инвестора основной характеристикой оборачиваемости является коэффициент оборачиваемости активов (капиталоотдача):

$$K_{об} = \frac{Выручка - НДС}{(CA_n + CA_k) : 2} = \frac{Стр.010(\phi.2)}{[Стр.700_n(\phi.1) + Стр.700_k(\phi.1)] : 2} \quad (3)$$

где CA_n и CA_k — стоимость активов на начало и конец года.

4. Эффективность деятельности предприятия эмитента облигаций характеризует коэффициент рентабельности активов:

$$K_{ра} = \frac{ЧП}{(CA_n + CA_k) : 2} = \frac{Стр.190(\phi.2)}{[Стр.700_n(\phi.1) + Стр.700_k(\phi.1)] : 2} \quad (4)$$

По уровню рентабельности капитала оценивается долгосрочное благополучие предприятия, его способность получать ожидаемую норму прибыли на инвестиции в достаточно длительной перспективе.

5. Операционная прибыль или прибыль до вычета расходов, процентов, уплаты налогов и амортизационных отчислений, используется при сравнении с отраслевыми аналогами и позволяет определить эффективность деятельности предприятия независимо от него задолженности перед кредиторами и государством, а также от метода начисления амортизации.

При оценке инвестиционной привлекательности предприятия-эмитента операционную:

$$K_{рент по EBITDA} = \frac{EBITDA}{Выручка} \times 100\% = \frac{EBITDA}{Стр.010(\phi.2)} \times 100\% \quad (5)$$

Для расчета привлекательности долгосрочных вложений в долговые ценные бумаги дополнительно используют показатели, связанные со спецификой инвестирования в акции.

6. Целью деятельности предприятия-эмитента является получение прибыли. Результат этой деятельности – прибыль или убыток – отражается на стоимости имущества организации. При активном функционировании предприятия может изменяться как состав, так и стоимость его имущества.

Критерием, по которому можно оценить инвестиционный рейтинг эмитента и гарантированность интересов его кредиторов, является стоимость чистых активов:

$$СЧА = A_p - П_p, \quad (6)$$

где A_p – активы, принимаемые к расчету, в состав которых входят внеоборотные активы, оборотные активы, за исключением задолженности учредителей по взносам в уставный капитал;

$П_p$ – пассивы, принимаемые к расчету, в состав которых входят долгосрочные и краткосрочные обязательства за вычетом статьи «Доходы будущих периодов».

Защищенность инвестора и кредитора оценивается отношением:

$$СЧА/УК. \quad (7)$$

7. Прибыль на одну обыкновенную акцию

Прибыль на одну акцию, находящуюся в обращении, в течение отчетного периода, рассчитывается по формуле:

$$EPS = \frac{ЧП - \text{div}_{\text{п.а.}} \times N_{\text{п.а.}}}{N_{\text{о.а.}}}. \quad (8)$$

Информация о прибыли на акцию способствует оценке денежных потоков предприятия (размера и возможности выплаты дивидендов), прогнозу будущих финансовых результатов, оценке тенденций изменения курсовой стоимости акций.

Рассмотренный набор показателей дает целостную картину привлекательности коммерческой организации, а коэффициенты имеют количественную оценку и одинаковую направленность.

Интегральный показатель ($K_{ио}$) привлекательности эмитента ценных бумаг рассчитывается как сумма относительных отклонений:

$$K_{ио} = \sqrt{\sum_{i=1}^n (1 - k_i / k_{i \text{ эталон}})^2}, \quad (9)$$

где n – количество участвующих в оценке предприятия коэффициентов;

k_i – значение i -го коэффициента у y -ой сравниваемой компании;
 $k_{i \text{ эталон}}$ – эталонное значение i -го финансового коэффициента – лучшее значение данного показателя среди сравниваемых компаний, осуществляющих свою деятельность в рассматриваемой отрасли.

После расчета интегрального коэффициента инвестиционной привлекательности сравниваемых эмитентов, каждому присваивается рейтинг по правилу: «Чем ниже значение коэффициента, тем выше ранг».

Таким образом, для оценки инвестиционной привлекательности предприятия необходимо использовать комплексный подход и принимать во внимание совокупность различных показателей. Общую оценку инвестиционной привлекательности предприятия можно оценить благодаря обобщающему коэффициенту – рейтингу инвестиционной привлекательности.

Используемые источники

1. Белых Л.П. Финансовый анализ в оценке инвестиционной привлекательности предприятий // Бухгалтерский учет. 1999. № 10.
2. Бочаров В. В. Инвестиции. СПб.: Издательство: Питер, 2008.
3. Крылова Э.И., Власова В.М., Егорова М.Г. и др. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2003.
4. Технологии финансового менеджмента: Учеб. пособие / Быковский В.В., Мартынова Н.В., Минько Л.В. и др. Тамбов : Изд-во Тамб. ГТУ, 2009.
5. Федорович Т.В. Финансовая отчетность как индикатор инвестиционной привлекательности корпорации //Экономический анализ: теория и практика. 2008. № 12(117).
6. Щиборщ К.В. Оценка инвестиционной привлекательности предприятий // Банковские Технологии. 2000. № 4.

Воронченко Е. П.
аспирант кафедры «Финансы, кредит и страхование»,
Российская академия предпринимательства

Концептуальные основы финансового механизма регулирования инвестиционной деятельности в условиях инновационной экономики

В настоящей статье проведен анализ действующего финансового механизма регулирования инвестиционной деятельности и представлены рекомендации по его совершенствованию в условиях инновационной экономики.

Ключевые слова: *финансовый механизм, инвестиционная деятельность, инновационная экономика.*

Conceptual bases of the financial mechanism of regulation of investment activity in the conditions of innovative economy

This paper analyzes the current financial mechanism of regulation of investment activities and make recommendations for improvements in the innovation economy.

Keywords: *financial mechanism, investment, innovation economy.*

Процесс регулирования инвестиционной деятельности хозяйствующих субъектов со стороны государства является одним из основных средств обеспечения их эффективного развития. По мнению М. Крозье, «никакая формальная демократия и никакие правовые обязанности не помогут создать климата, благоприятствующего инновации, если не осуществляются глубокие изменения в правилах политической игры в рамках данного организованного целого»¹.

Для перехода экономики на инновационный путь развития необходимо создать и развить механизм регулирования инвестиционной деятельности, т.е., сознательного воздействия субъекта управления на объект управления, при котором меняется состояние последнего и достигаются поставленные цели. Под таким механизмом, на наш взгляд, необходимо рассматривать совокупность экономических, организационных, правовых и других форм, методов и инструментов, определяющие отношения государства и хозяйствующих субъектов в процессе осуществления инвестиционной деятельности. Одну из моделей финансового механизма

¹ Крозье М. Блокированное общество. Нью-Йорк, Лондон, 1998. С. 57.

регулирования инвестиционного процесса, включающего основные его составляющие – цель, субъект, и объект регулирования, представляем на рисунке 1.

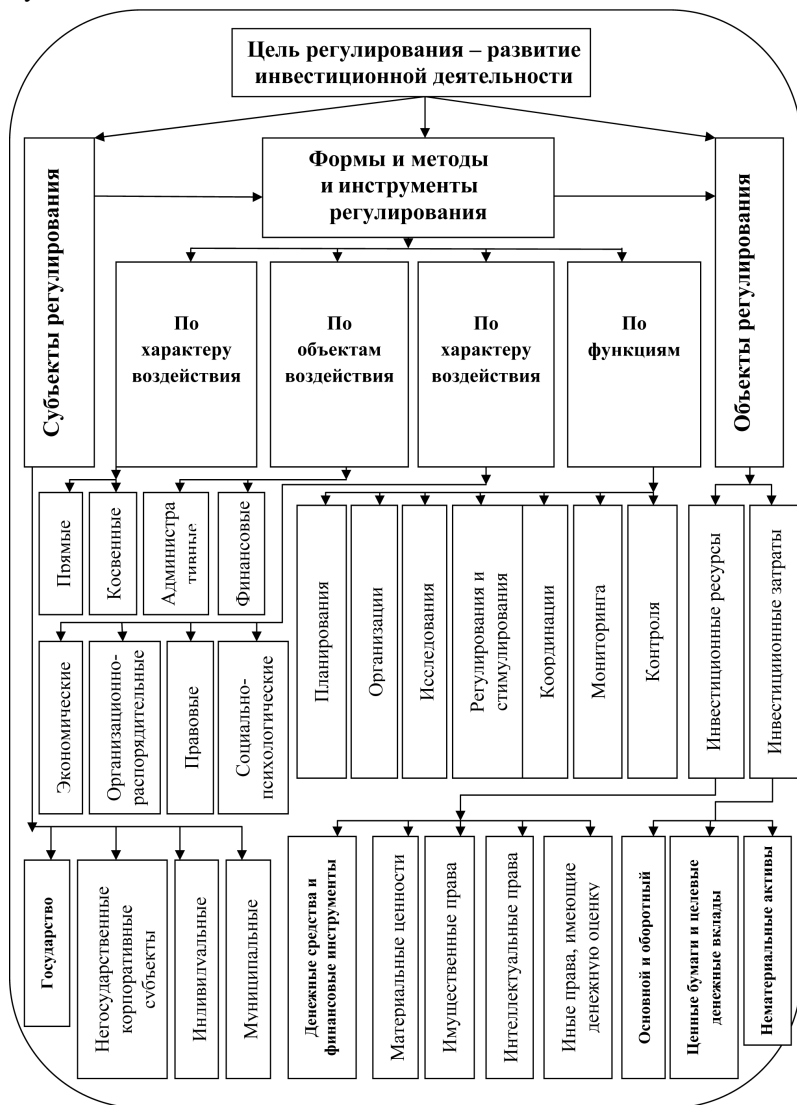


Рис. 1. Механизм регулирования инвестиционной деятельности ²

² Авторская разработка.

Объектами регулирования инвестиционной деятельности выступают инвестиционные ресурсы и инвестиционные затраты. Инвестиционные ресурсы, в свою очередь, включают: денежные средства и финансовые инструменты, материальные ценности, имущественные, интеллектуальные и иные права, имеющие денежную оценку, а инвестиционные затраты подразделяются на: основной и оборотный капитал; ценные бумаги и целевые денежные вклады; нематериальные активы.

В качестве **субъектов регулирования** инвестиционной деятельности выступают: государство, негосударственные корпоративные субъекты и индивидуальные субъекты, а также муниципальные органы власти, обладающие специфическими чертами своей деятельности и действующие в интересах местного сообщества³.

Субъекты регулирования, в свою очередь, определяют **формы и методы регулирования** инвестиционной деятельностью, которые подразделяются:

- **по характеру воздействия: прямые и косвенные.**

В качестве **прямых методов** можно рассматривать: разработку проектов и программ инвестиционной деятельности; организацию конкурсов инвестиционных проектов; формирование заказа с инвестиционной составляющей; предоставление грантов на научные исследования и публикации результатов проведенных исследований; создание и поддержку информационной системы и технопарков; проведение кадровой политики.

Косвенные методы управления могут заключаться в: предоставлении инвестиционного налогового кредита; предоставление бюджетных ссуд для работ по инвестиционным проектам в рамках выработанных приоритетов; компенсации части процентных платежей по кредитам; гарантирование кредитов предприятиям, работающим в инвестиционных программах.

Рациональное сочетание форм и методов прямого и косвенного регулирования позволяет в конечном счете реализовать главную цель инвестиционной деятельности — создать качественную экономическую среду, понимаемую в широком смысле как совокупность условий жизни населения и эффективного функционирования хозяйствующих субъектов.

- **по объектам воздействия: финансовые и административные.**

Некоторые авторы считают, что указанное разграничение весьма условно, поскольку формы, методы и инструменты финансового блока всегда нуждаются в административном и институциональном сопро-

³ Инновационный путь развития для новой России / Отв. ред. В.П. Горегляд; Центр социально-экономических проблем федерализма Института экономики РАН. М.: Наука, 2005.

вождении и, соответственно, административного блока предполагают зачастую весьма существенные финансовые ресурсы⁴.

На наш взгляд, данное подразделение вполне правомерно, хотя и подчеркивает необходимость применения различных методов при регулировании инвестиционной деятельностью. Например, создание технопарка в виде выделения здания, находящегося в собственности администрации, для предоставления помещений в аренду малым предприятиям, работающим в инвестиционной сфере, по пониженной арендной плате относится к административным мерам, однако на бюджет ложится большая часть расходов по содержанию и эксплуатации здания.

К административным методам можно отнести: определение условий приобретения и создания инвестиционных объектов; установление порядка создания предприятий рыночной инфраструктуры и их размещение; определение порядка разгосударствления и приватизации; установка квот на разработку месторождений; определение порядка предоставления земельных участков, разработка схем зонирования территории; создание и поддержка местной информационной среды; создание и поддержание технопарков на соответствующей территории; проведение активной кадровой политики.

К финансовым методам относятся: налоговое регулирование; льготное финансирование и кредитование; бюджетное регулирование; ценовое регулирование; регулирование направления инвестиций и т.п.

- **по характеру воздействия:** экономические, организационно-распорядительные; правовые и социально-психологические.

Экономические методы предусматривают: планирование мероприятий по исследованию и развитию инвестиционного хозяйствующего субъекта; разработку планов и программ инвестиционного развития хозяйствующего субъекта; анализ и контроль за состоянием инвестиционной деятельности; создание бюджета развития с целевым выделением части средств на инвестиционные программы, то есть прямое бюджетное инвестирование определенных направлений инвестиционного развития экономики.

В состав **организационно-распорядительных методов** можно включить: разработку модели регулирования инвестиционным развитием экономики; координационное управление, то есть организация системы долевого участия ресурсов разных уровней власти, частного сектора

⁴ Инновационный путь развития для новой России / Отв. ред. В.П. Горегляд; Центр социально-экономических проблем федерализма Института экономики РАН. М.: Наука, 2005. С. 147.

и науки по направлениям основных «точек роста» инвестиционного развития экономики; распределение должностных обязанностей работников и служб, участвующих в процессах управления инвестиционным развитием; подбор, обучение, аттестация руководителей; внедрение стандартов по проведению инвестиционной деятельности.

К правовым методам управления следует отнести: предоставление налоговых льгот, оптимизация тарифов и ставок, а также льготных инвестиционных кредитов при осуществлении вложения средств в инвестиционные программы в направлении «точек роста» экономики; - формирование механизма гарантий, страхования инвестиций; обоснование и развитие нормативно-правовой базы, стимулирующей повышение результативности использования инвестиционных ресурсов; защиту конкурентной среды средствами организации правового регулирования.

Социально-психологические методы включают: использование принципов психологии при реализации инвестиционных возможностей; ориентацию творческой активности специалистов на решение вопросов, связанных с использованием и развитием инвестиционного потенциала хозяйствующего субъекта; выстраивание экономической политики на условиях консенсуса интересов разных субъектов, разных социальных групп, на их постоянном участии в управлении через процедуры общественного контроля и обратной связи.

- **по функциям** методы регулирования инвестиционным развитием государства подразделяются на: планирование; организацию; исследование; регулирование и стимулирование; координацию; мониторинг и контроль.

Методы планирования заключаются в разработке планов и программ инвестиционного развития, органически включенных в подсистему целей социально-экономического развития; проведении различных мероприятий по привлечению дополнительных инвестиционных ресурсов для реализации запланированных инвестиционных проектов.

Организационные методы включают: организацию консультативно-совещательных или управленческих структур по инновационному развитию; организацию конкурсов инвестиционных проектов и др.

Исследовательские методы могут предусмотреть: проведение исследований по тематике проблем предпринимательства, крупного и среднего бизнеса в реализации инвестиционных проектов; разработку приоритетных направлений инвестиционного развития; разработку критериев оценки инвестиционных проектов в соответствии с приоритетами развития; оценку наличия инвестиционных ресурсов и возможности их дополнительного привлечения и др.

Методы регулирования и стимулирования заключаются в разработке мероприятий по инвестиционной деятельности с мультипликативным эффектом. Главная роль государства при этом — указывать приоритетные направления вложения капитала в научные исследования с учетом национальных интересов»⁵. К данной группе методов относится также:

- система налоговых льгот, скидок, инвестиционных кредитов и т.п., направленная на стимулирование инвестиционной деятельности; развитие «точек роста» экономики; расширение инновационной составляющей инвестиционного потенциала; активизация научно-технологических разработок и их внедрение.

К методам координации относятся: методы организации различных структур сетевого взаимодействия органов местного самоуправления, частного бизнеса и науки; методы интеграционного маркетинга муниципального образования, которые позволяют хорошо скоординировать действия органов местной власти, населения и хозяйствующих субъектов территории.

Методы мониторинга и контроля включают: систему мониторинга и контроля за реализацией принятых инвестиционных программ и проектов и исполнения бюджета; принятие нормативно-правовых актов по управлению инвестиционными процессами.

Таким образом, на основе проведенных исследований, мы резюмируем, что современная теория и практика инвестиционного менеджмента обладает большим разнообразием форм, методов и инструментов регулирования инвестиционной деятельности, исследование которых, на наш взгляд, дает возможность разработать мероприятия, направленные на изменение приоритетов и целевых ориентиров государственной инвестиционной политики и повысить инвестиционную привлекательность экономики.

Для управления инвестиционной деятельностью образуются различные «институты развития»⁶, используются «формы общественного участия», разрабатываются программы и проекты инвестиционного развития, формируется инфраструктура поддержки инвестиционной деятельности⁷ и осуществляется общественно-частное партнерство.

⁵ Инновационный путь развития для новой России / Отв. ред. В.П. Горегляд; Центр социально-экономических проблем федерализма Института экономики РАН. М.: Наука, 2005. С. 186.

⁶ Лукша О.П., Сушков П.В., Янковский А.Э. Управление стратегическими планами и программами местного развития. Российский и зарубежный опыт. Программы местного развития. Управление и механизмы реализации. Обнинск, 2003.

⁷ Пчелинцев О.С. Региональная экономика в системе устойчивого развития / О.С. Пчелинцев; Институт народно-хозяйственного прогнозирования РАН. М.: Наука, 2004. С. 32.

Следует также отметить, что развитие экономики напрямую зависит от эффективной работы налоговой и таможенной систем государства, от государственного регулирования производственного развития отраслевой и региональной структур хозяйства через использование бюджета, системы ценообразования и накопления капитала, денежно-кредитного регулирования, характеризующиеся денежной эмиссией, ставками рефинансирования, размерами резервов средств в центральном банке, участием Центробанка в приобретении валюты и установлении валютных котировок, операциями на рынке ценных бумаг, учетной политикой и т.п.

Анализ применяющихся на практике основных инструментов действующего финансового механизма регулирования инвестиционной деятельности показывает, что российское экономическое законодательство несовершенно, и в его существующем виде направлено и проявляется через псевдоразвитие за счет продажи природных ресурсов государства. Такое «развитие» не может быть бесконечным и момент исчерпания природно-сырьевых запасов государства будет соответствовать финалу «развития» вплоть до уничтожения государственного образования.

Функционирование неудачной системы государственного регулирования экономики, на наш взгляд, приводит к разрушению производства как такового, к уменьшению доходов граждан и государства. Причем в зависимости от того насколько низок уровень эффективности государственного регулирования экономики зависит, насколько значительны темпы разрушения государства.

Проблема отсутствия достоверной и в достаточной степени разработанной методологии, определяющей целевые ориентиры, приоритеты и принципы функционирования системы государственно-финансового регулирования экономики, ставит под угрозу экономику страны. В этой связи, необходимо исследовать и привести к параметрам, отвечающим условиям инвестиционной привлекательности, следующие инструменты и мероприятия системы государственно-финансового регулирования:

- методологические и методические основы формирования эффективной налоговой системы и системы налогообложения, в том числе: уровень соответствия существующей величины совокупного налогообложения предприятий; состоятельность и обоснованность существующих налогов; влияние существующей системы налоговых санкций на состояние предприятий; состав, содержание и методику расчета показателей, необходимых для применения налоговой системы на оптимальном уровне; оптимальный для предприятий размер налогообложения, а также порядок взимания налогов в соответствии с ним;

- основные принципы внешнеэкономической политики государства, в том числе: таможенную политику; политику формирования внешнеэкономических пропорций и зависимостей, с учетом обоснованности аксиом экономической теории;
- основные эмиссионно-инфляционные зависимости и пропорции и причины инфляционных процессов в России;
- достоверность расчетов показателя ВВП;
- существующие основные принципы отношений государства и недропользователей, в том числе соответствие конституционных принципов и законодательства о недропользовании требующемуся уровню развития государства; рентные отношения государства и недропользователей;
- возможности погашения внешнего и внутреннего долга России в соответствии с предложенным взглядом на теорию и практику экономического развития государства;
- подход к установлению размеров ставки рефинансирования и другие.

Таким образом, финансовый механизм регулирования инвестиционной деятельности объективно может включать целую систему методов и форм и инструментов, обуславливающих возможности существования и развития как отдельных хозяйствующих субъектов, так и экономики страны в целом.

По нашему мнению, степень результативности финансового механизма регулирования инвестиционной деятельности, оцениваемая исходя из возможности и эффективности функционирования хозяйствующих субъектов, в свою очередь, создаст соответствующее отношение потенциальных инвесторов к возможности размещения своих финансовых ресурсов в данном экономико-правовом поле.

Резюмируя вышеизложенное, отмечаем, что основная задача нашего исследования заключалась в том, чтобы на основе анализа существующего финансового механизма регулирования инвестиционной деятельности, определить те его стороны, которые отрицательно воздействуют на экономику, и предложить такой механизм, применение которого позволило бы не только безопасно вкладывать средства в развитие хозяйствующих субъектов и получать существенную прибыль, но и, при сохранении этих условий, наиболее эффективно развивать всю экономику страны.

Для развития финансового механизма регулирования инвестиционной деятельности, мы избрали несколько последовательных направлений исследования: его теоретическое обозначение и обоснование; ана-

лиз результатов воздействия на экономику действующего механизма; разработку концепции эффективного финансового механизма регулирования инвестиционной деятельности и возможных путей развития государства при его применении и разработку методических аспектов его применения.

Результаты исследований доказали, что существующий механизм регулирования инвестиционной деятельности, не имеет достаточной методологической и методической проработки как в целом, так и в деталях. В этой связи, полагаем, что наши исследования в области регулирования инвестиционной деятельности являются актуальными и своевременными, также, как и попытки разработать рекомендации по модернизации действующего финансового механизма регулирования инвестиционной деятельности, в том числе, в условиях инновационной экономики.

Используемые источники

1. Инновационный путь развития для новой России / Отв. ред. В.П. Горегляд; Центр социально-экономических проблем федерализма Института экономики РАН. М.: Наука, 2005.
2. Крозье М. Блокированное общество. Нью-Йорк, Лондон, 1998.
3. Лукша О.П., Сушков П.В., Янковский А.Э. Управление стратегическими планами и программами местного развития. Российский и зарубежный опыт. Программы местного развития. Управление и механизмы реализации. Обнинск, 2003.
4. Пчелинцев О.С. Региональная экономика в системе устойчивого развития / О.С. Пчелинцев; Институт народно-хозяйственного прогнозирования РАН. М.: Наука, 2004. С. 32.

Гладков И. В.
кандидат экономических наук, соискатель,
Российская академия предпринимательства

Анализ теоретических исследований банкротства в зарубежной науке

Позитивный зарубежный опыт показывает, что способность должника погасить долг зависит от наличия разнообразных превентивных механизмов. Существенным элементом в развитии института банкротства в развитых странах мира — является большое количество превентивных процедур, именно они составляют базовый контур данного многоступенчатого механизма.

Ключевые слова: банкротство; превентивные механизмы; стратегии; формальные и неформальные механизмы.

The analysis of theoretical researches of bankruptcy in foreign science

Positive foreign experience shows that ability of the debtor to satisfy a debt depends on existence of various preventive mechanisms. Essential element in development of institute of bankruptcy in the developed countries of the world — is a large number of preventive procedures, they make a basic contour of this multistage mechanism.

Keywords: bankruptcy; preventive mechanisms; strategy; formal and informal mechanisms.

Традиционно теоретические изыскания о роли и экономической сущности института банкротства в развитых странах фокусируются на анализе аспектов справедливости возникновения банкротства как социального элемента.

Например, Стиглиц в своих научных исследованиях пришел к выводу о том, что при рассмотрении проблемы неплатежеспособности важно понять стимулы агента. Теория такова, что потенциальные кредиторы всегда имеют разнообразные стимулы для предоставления средств, а потенциальные должники имеют стимулы для использования полученных средств и возврата их в назначенное время. Как считает Стиглиц, эти стимулы тесно связаны с уровнем исполнения контрактов и набором стратегий для различных компаний. Принимая во внимание, что анализ банкротства, как правило, осуществляется на основе теории контрактов, автор полагает, что отношения между участниками в рамках решения потенциальной проблемы банкротства, характеризуется асимметричной информацией связанной с ними трудностями. Как по-

лагает автор, «стандартизация банкротства уменьшает объем информационного бремени, налагаемого на них ...»¹.

В свою очередь Акерлоф Г., в своих исследованиях делает глобальный вывод о том, что никаких финансовых проблем, препятствующих погашению долга не возникает², в случае если все контрактные обязательства выполняются в полном объеме. Что же является предпосылкой для возникновения финансовых проблем? Если не принимать во внимание ухудшение финансовых показателей отдельной компании или группы, то причиной могут являться структурные сдвиги которые произошли в экономике. Исходя из чего, хозяйствующий субъект вынужден преодолевать эти сдвиги, но не имеет средств для погашения долга. С другой стороны, качество менеджмента тоже является существенной предпосылкой для возникновения банкротства.

Тем не менее, в зарубежных научных исследованиях все чаще концентрируется внимание на необходимости анализа причины неплатежеспособности в процедурах банкротства в целях обеспечения дальнейшего решения.

Безусловно, нельзя обойти вниманием научные исследования, посвященные проблематике использования официальных и неофициальных процедур банкротства. Они также реализуются в рамках выбранной стратегии. Например, научные исследования свидетельствуют, что в развитых странах преимущественно используются формальные механизмы, тогда как в развивающихся экономиках третьих стран мира — используются в основном, неформальные механизмы³.

Не менее существенная предметная область научных исследований о процедурах банкротства используемых в западных странах касается реорганизационных стратегий. Форма дальнейшего преобразования компании банкрота — является важнейшим элементом работы менеджмента и арбитражного управляющего. Как полагает Бибчук Л., ликвидационные и реорганизационные процедуры должны дать соответствующие стимулы для всех сторон процесса, включая менеджера, должника и кредиторов⁴.

¹ Stiglitz P. «Some Elementary Principles of Bankruptcy» May 2002, IPD Conference Background Papers <http://www0.gsb.columbia.edu/ipd/pub/PrincipalsOfBank.pdf>

² Akerlof G. A. and Romer P.M. «Looting: The Economic Underworld of Bankruptcy for Profit» Brookings Papers on Economic Activity 2, 1993, p. 1–60, 70–73.

³ Berkovitch E. and Israel, R. «Optimal Bankruptcy Laws Across Different Economic Systems» The Review of Financial Studies Vol. 12, № 3, 1999, p. 347–377.

⁴ Bebchuk L. «Using Options to Divide Value in Corporate Bankruptcy». NBER working paper №. 7614, March 2000.

В свою очередь Харт О., приходит к выводу о том, что хорошо продуманные приоритеты в процедуре банкротства между выгодой и реальными возможностями должника, дают больше стимулов для рациональной оценки активов, тем самым позволяя решить первоочередные проблемы⁵.

В публикациях зарубежных специалистов все чаще прослеживается мысль о необходимости более пристального изучения используемых стратегий применительно к той или иной экономической ситуации в стране, в связи с чем и законодательные нормы и правила будут в той или иной степени подлежать корректировке⁶.

Как было отмечено нами ранее, основные правила института банкротства сформированы в рамках существующего законодательного поля. Однако и Харт О. и Хендли К. в своих научно-исследовательских работах высказывают позицию о том, что для того чтобы определить, какие правила образуют ядро института банкротства, необходимо проанализировать различные стратегии, которые используют компании для поддержания деловых коммуникаций, поскольку они тесно связаны с используемой формой института банкротства. Обычно каждая компания использует стандартный набор стратегий.

Вместе с тем, зарубежные исследовательские работы последних двух десятилетий концентрируют свое внимание не на анализе лучших или худших стратегий, используемых в практике банкротства, а прежде всего, на применении стратегий позволяющих избежать банкротство, предотвратить корпоративный конфликт. В связи с чем, считаем, что и теоретически изыскания зарубежных специалистов и ученых в большей степени связаны с поиском наиболее действенных механизмов, инструментария и стратегий, направленных на предотвращение негативных последствий банкротства, что в той или иной мере, предопределило и достаточно лояльное отношение к данному институту со стороны кредиторов и должников. Подчеркивая эту мысль, мы говорим о том, что институт банкротства в западной терминологии – является, прежде всего, частью социально-экономической инфраструктуры государства, без которого не возможно дальнейшее развитие рыночной экономики. При этом, как мы уже упоминали ранее, в практике развитых стран институт банкротства носит достаточно формализованный характер, однако

⁵ Hart O. «Different Approaches to Bankruptcy» NBER Working Papers 7921, National Bureau of Economic Research, 2000.

⁶ Aghion, Ph., Hart, O. and Moore, J. «The economics of Bankruptcy Reform» // Journal of Law, Economics and Reorganization 8, 1992. P. 523–546.

превентивные процедуры – являются встроенным компонентом любой антикризисной стратегии.

В своих многочисленных исследованиях, посвященных изучению практики банкротства, Мюррелль П., выделяет следующие стратегии, которые варьируются от неформального к формальному подходов⁷: реляционные контракты, объединения кризис-менеджеров, правоприменительная практика, административные рычаги, нормативно-правовое регулирование.

Телсер Л., приходит к выводу о том, что как таковых стратегий вообще не существует, выделяя два крайних случая в практике банкротства: первый – невмешательство внешних сторон в деловые отношения компаний при возникновении кризиса, а второй – полная зависимость от государственного вмешательства для решения задач восстановления платежеспособности компании.

При этом автор, достаточно аргументировано подтверждает свои доводы на примере различных стран мира, говоря о том, что степень влияния государства в процедуре банкротства предопределены: возможностью участия государства в капитале компании, что свойственно развивающимся экономикам мира, тогда как в развитых странах такая практика применяется крайне редко; авторитарным режимом власти, свойственным также развивающимся экономикам и странам третьего мира; слабым законодательным полем, регламентирующем процедуры банкротства и отсутствием устоявшейся арбитражной практики.

В связи с чем, в своих исследованиях Телсер Л. вывел и обосновал два основных компонента в отношенческих стратегиях, используемых в развитых странах мира, позволяющих не прибегать к участию государства: отношения между компаниями, основанные на личном доверии и самовыполняющиеся контракты⁸. В первом компоненте личное доверие между агентами играет существенную роль. Этот тип отношений является результатом предыдущего, долгосрочные отношения между компаниями формируются на основе репутационного капитала. Другим источником доверия – являются личные отношения между топ-менеджерами компаний. При этом каждая сделка рассматривается в свете прошлого опыта и перспективы развития будущих отношений, а возможные конф-

⁷ Hendley, K. Murrell P. and Ryterman R. «Law, Relationship, and Private Enforcement: Transactional Strategies of Russian Enterprises», *Europa-Asia Studies*, Vol. 52, № 4, 2000, pp. 627–656.

⁸ Telser L.G. «A Theory of Self-enforcing Agreements»//*Journal of Business*, Vol. 53 (1), 1980, pp. 27–44.

ликты решаются путем переговоров между должностными лицами. Данные выводы были получены автором на основе анализа деятельности различных компаний в США, Франции и Великобритании более чем за десятилетний период. В связи с чем, автор достаточно обосновано приходит к выводу о том, что в развитых странах мира, институт банкротства практически не испытывает внешнего вмешательства, что может привести к прекращению сотрудничества между компаниями.

Не менее существенным компонентом отношенческой стратегии, используемой в позитивной зарубежной практике, является самодостаточность соглашений о банкротстве. Что же представляет собой самодостаточное соглашение? Как справедливо отмечает Телсер⁹, «в самодостаточном соглашении каждая из сторон в одностороннем порядке решает, находится ли она в лучшем положении для продолжения или остановки отношений со своим партнером». В определенной степени здесь можно говорить о наличии так называемых этических стандартов в процедуре банкротства, однако как показывает западная практика, такое поведение между партнерами продиктовано чисто экономическими стимулами к сохранению будущей прибыли. Так если текущая прибыль от остановки деятельности превышает ожидаемую приведенную стоимость его будущей прибыли при продолжении отношений между компаниями, то на практике, принимается самодостаточное соглашение.

Важно отметить, что самодостаточное соглашение реализуется через ряд контрактов, а основной санкцией для предотвращения оппортунистического поведения стороны в таких отношениях является отказ от подписания следующего контракта. Принимая во внимание, то, что деловая репутация для компаний в развитых странах мира — является наиболее существенным компонентом, формирующим их стоимость на рынке, все самовыполняющиеся контракты основаны на деловой репутации компании, а не на личном доверии. И именно такая модель отношений обеспечивает исключения вмешательства внешних сторон в корпоративном споре или конфликте.

В зарубежных научных исследованиях все чаще концентрируется внимание на необходимости анализа причины неплатежеспособности в процедурах банкротства в целях обеспечения дальнейшего решения. Теоретические изыскания зарубежных специалистов и ученых в большей степени связаны с поиском наиболее действенных механизмов, инструментария и стратегий, направленных на предотвращение негативных последствий банкротства.

⁹ Telser L.G. «A Theory of Self-enforcing Agreements»//Journal of Business, Vol. 53 (1), 1980, p. 13.

Подчеркивая эту мысль, мы говорим о том, что институт банкротства в западной терминологии – является, прежде всего, частью социально-экономической инфраструктуры государства, без которого невозможно дальнейшее развитие рыночной экономики. В развитых странах мира, институт банкротства практически не испытывает внешнего вмешательства, кроме того, существенным компонентом экономической стратегии, используемой в позитивной зарубежной практике, является самодостаточность соглашений о банкротстве.

Используемые источники

1. Stiglitz P. «Some Elementary Principles of Bankruptcy» May 2002, IPD Conference Background Papers <http://www0.gsb.columbia.edu/ipd/pub/PrincipalsofBank.pdf>
2. Akerlof G. A. and Romer P.M. «Looting: The Economic Underworld of Bankruptcy for Profit» Brookings Papers on Economic Activity 2, 1993, pp. 1–60, 70–73.
3. Berkovitch, E. and Israel, R. «Optimal Bankruptcy Laws Across Different Economic Systems» The Review of Financial Studies Vol. 12, №. 3, 1999, p. 347–377.
4. Bebchuk L. «Using Options to Divide Value in Corporate Bankruptcy». NBER working paper № 7614, March 2000.
5. Hart O. «Different Approaches to Bankruptcy,» NBER Working Papers 7921, National Bureau of Economic Research, 2000.
6. Aghion, Ph., Hart, O. and Moore, J. «The economics of Bankruptcy Reform»// Journal of Law, Economics and Reorganization 8, 1992. PP. 523–546.
7. Hendley, K. Murrell P. and Ryterman R. «Law, Relationship, and Private Enforcement: Transactional Strategies of Russian Enterprises», Europa-Asia Studies, Vol. 52, № 4, 2000, pp. 627–656.
8. Telser L.G. «A Theory of Self-enforcing Agreements»//Journal of Business, Vol. 53 (1), 1980.

Закиров Р. Ш.
кандидат экономических наук, доцент,
Российская академия предпринимательства,
филиал (г. Челябинск)

Ситуационное управление риском

В статье рассматриваются особенности рискованных ситуаций и необходимость учета субъективных фактов риска. Описано содержание и методы ситуационного управления риском, позволяющего уменьшить отрицательные последствия управленческих решений.

Ключевые слова: *риск, ситуация, управленческие решения, субъективизм, неопределенность, управление риском.*

Situational risk management

The article discusses considerations in risk situations and the need to take into account the subjective risk. Describes the content and methods of situational risk management to reduce the negative consequences of management decisions.

Keywords: *risk, managerial decisions, subjectivity, uncertainty, risk management.*

В настоящее время риск изучается в различных дисциплинах и используется при принятии решений во всех сферах деятельности. Вместе с тем, наблюдается неоднозначность трактовок данного понятия. Анализ различных определений риска позволяет выявить их основной недостаток — не учитывается, что риск обусловлен ориентацией лица принимающего решение (ЛПР) на будущую не определенную для него ситуацию. Без ЛПР нет риска, а имеется объективная реальность, которая может привести к определенным последствиям лишь, когда он входит в определенную зону ее действия. Например, риск реализации продукции возникает у того, кто занимается торговлей данным видом продукции. Такой интерпретации придерживается Н. Луман, который считает, что риск возникает, если возможный ущерб вменяется решению, а если ущерб вменяется окружающему миру, то говорят об опасности. Он также отмечал, что следует различать возможность ущерба с решением и без него [1. С. 150].

На необходимость учета человеческого фактора, т.е. лица, живущего под риском, обращают внимание В.Н. Вяткин, В.А. Гамза и другие, которые дают следующее определение: «Риск — это возможность наступления события нежелательного определенному субъекту, из мно-

жества вариаций исходов, которые могут произойти в течение определенного периода времени, начиная с определенной исходной ситуаций» [2. С. 22].

Данное определение, однако, содержит ряд существенных недостатков. Априори предполагается, что субъект принимает верное решение, которому могут помешать нежелательные события. Также не учитывается то, что множество исходов – это представление субъекта, возникающее в силу неопределенности для него будущего. Решение субъекта может быть верным или неверным относительно единственной реальной будущей ситуации. В определении не учитывается и возможность воздействия субъекта на будущие ситуации.

С учетом вышеперечисленного введем следующее определение риска. **Риск – это возможность ошибочного решения в условиях свободного выбора при наличии альтернативных вариантов с относительно лучшими результатами.**

Принятие решения означает включение объекта (индивид, фирма, государство и т.п.) в некоторую ситуацию. Ситуация представляет собой целостную совокупность событий, между которыми существует причинная, временная, пространственная или иная связь. Событие, в свою очередь, трактуется конечная единица природного явления, происходящего в определенное время и в некоторой точке пространства.

Ситуация обладает риском, если нахождение в ней дает объекту результаты хуже ожидаемых в рамках принятого решения. Причиной такого положения является не ситуация, как таковая, например, наводнение, а принятое решение, из-за которого объект оказался в зоне наводнения.

При принятии решений ЛПР должен учитывать следующие особенности ситуаций:

1. *Конкретность*, т.е. ситуация обладает определенными характеристиками, однако, на практике невозможно определить все множество характеристик и их значения. ЛПР оперирует определенной моделью ситуации, в которой обычно учитываются лишь характеристики, которые он считает важными, основными.

2. *Неповторяемость*. Любая, даже внешне схожая ситуация, обладает новыми характеристиками, в частности, в связи с тем, что происходит в другое время. Отмеченное является причиной ошибок экстраполяционных решений. Субъект повторяет «проверенные» решения, что часто приводит к существенным потерям в силу появления новых ситуаций.

3. *Пространственно-временная определенность*. Одно и то же решение, реализуемое в разное время и отличающихся точках пространства,

может приводить к различным последствиям, что требует критического рассмотрения ранее эффективных решений.

4. *Субъективность*. Попадание субъекта в ситуацию, в конечном итоге определяется его решением, которое зависит от множества индивидуальных и групповых характеристик, таких как наклонности, взгляды, интересы. Сами ситуации, в свою очередь, влияют на принятие (или непринятие) ЛПР определенных решений в зависимости от социальных установок и ряда биологических и психологических факторов. Чем сложнее ситуация, тем сложнее механизм такого взаимодействия, тем выше вероятность принятия неверного решения.

Рассматривая ситуацию с точки зрения риска, следует четко разделять:

а) объективное содержание ситуации. Обычно риск связывают только со сложными, проблемными ситуациями (пожары, наводнения, кризис, давление конкурентов и т.п.), однако, даже «нормальная» ситуация может привести к отрицательным последствиям для объекта и субъекта, если реализуется решение ей не соответствующее;

б) субъективное значение, придаваемое ситуации субъектом. Субъект поступает, исходя из своего понимания ситуации, поскольку он не может, при всем желании, правильно ее оценить в силу наличия влияния:

- специфической точки зрения на неопределенность и риск;
- мотивации на принятие или непринятие ситуации;
- конгнитивных репрезентаций;
- групповых деформаций при принятии коллективных решений;
- различных ситуационных и диспозиционных парадигм;
- особенностей поведенческих действий в условиях неопределенности и риска.

Неопределенность и связанный с ней риск являются результатом взаимодействия субъекта и окружающего мира, Характер и последствия такого взаимодействия определяются следующими отношениями субъекта:

1. *Мотивационные*, когда неопределенность становится побудительным мотивом (склонность, тяга к риску) или, наоборот, создает желание защититься от опасностей и угроз.

2. *Конгнитивные* отражают специфику осознания ситуаций субъектом. Неопределенность возникает в мышлении, когда на основе имеющихся знаний субъект выдвигает гипотезы, связывающие его решения с действительностью.

3. *Операционные* возникают в ходе воздействия субъекта на внешнюю среду. Наблюдается неопределенность действий, которая обусловлена:

- особенностями деятельностной оценки действительности;
- характером рассмотрения альтернативных действий;
- степенью уверенности в правильности выбранных действий.

С учетом принятого ранее определения риска основной целью управления рисками является получение высокой степени уверенности в правильности вырабатываемых и принимаемых решений и уменьшение неопределенности в отношении последствий этих решений. Следовательно, управление риском должно включать:

- управление процессом поиска решений;
- управление процессом реализации решений;
- управление последствиями решений.

На наш взгляд, эффективное управление риском должно учитывать ситуационный характер действительности. Ситуационное управление рисками основывается на понимании не традиционности объекта управления – будущей ситуации, для которой характерны следующие особенности:

1. *Уникальность*. Каждая ситуация имеет свои характеристики и решения, пригодные для одних ситуаций, непригодны для других в силу их пространственно-временных и других отличий. Важное значение приобретает правильное понимание особенностей прошлой, настоящей и будущей ситуаций. Возможны следующие варианты ситуационного управления риском:

а) управление с ориентацией на прошлое, характерно для стабильных, эффективных организаций, которые считают, что они «владеют ситуацией»;

б) управление с ориентацией на настоящее, которое основывается на формировании определенной информационной базы, позволяющей «видеть» будущее;

в) управление с ориентацией на будущее, базирующееся на прогнозировании новых ситуаций. Будущее может рассматриваться как:

- независимое, к которому нужно адаптироваться;
- зависимое, т.е. субъект своим решением может на него воздействовать, создавать нужные ситуации.

2. *Несоответствие целей*. В общем случае ЛПР должен учитывать отличия собственной цели от целей среды, в которой он реализует свое решение. Рассогласование может быть относительно небольшим, если решения носят традиционный, повторяющийся характер и объект является частью сложившейся среды. Вместе с тем, при инновационных решениях, рассогласование может достигать уровня конфликта с внут-

ренней и внешней средой, что собственно и является источником возникновения потерь и ущерба. Управление риском, учитывающее данный аспект, предполагает постановку целей с учетом реакции среды и предусматривает дополнительные действия по преодолению возможного ее сопротивления реализуемому решению.

3. *Наличие неопределенности.* Неопределенность — это неполное или недостаточно полное представление о последствиях принимаемых решений. С ситуационной точки зрения можно выделить следующие виды неопределенности:

- неопределенность будущих событий (ситуации);
- неопределенность положения объекта и субъекта решений в будущей ситуации;
- неопределенность взаимного влияния ситуации, объекта и субъекта;
- неопределенность последствий реальной будущей ситуации для объекта и субъекта решения.

Неопределенность следует рассматривать как субъективное понимание действительности, обусловленное тем, что при принятии решений сложным образом соединяются характеристики ситуации и личности ЛПР. Действуют активность личности, личностная саморегуляция, процесс осознания и мысленного преобразования ситуации. С учетом этого, процесс управления риском для преодоления неопределенности должен включать:

- поиск факторов принятия решений;
- анализ закономерностей изменения действий или решений;
- учет субъективного понимания и самоизучения ситуации;
- многоуровневые механизмы регуляции решений.

5. *Сложность реальности.* Сложность связана с наличием в основе любой ситуации множества объектов, их элементов (переменных) и взаимосвязей между ними. Проблема сложности при принятии решений усугубляется еще и тем, что в большинстве случаев необходимо учитывать сложность будущей, не существующей среды. В этой среде объекты, их элементы и взаимосвязи могут появиться, исчезнуть, измениться. Полное отображение сложности реальности невозможно и, на практике применяются методики, уменьшающие ее путем выделения «ключевых факторов успеха», «пяти сил конкуренции», факторов в SWOT-анализе и т.п. Такое упрощение может уменьшить ошибочность решений, однако, следует учитывать, что реальные будущие «ключевые факторы» могут быть иными, чем учтенные в стратегическом анализе и это становится причиной неожиданного увеличения риска решения.

6. *Несоответствие представлений.* Одна и та же информация, объект, ситуация по-разному воспринимаются разными людьми поскольку у них имеются различия в опыте, знаниях, психологических характеристик, места в иерархии, имеющихся полномочий и т.д. В этой связи важным является вопрос: чье решение будет менее ошибочным, т.е. обладать меньшим риском. Для преодоления индивидуального субъективизма часто используются коллективные решения. Однако, при этом риск может даже увеличиться в силу действия групповых деформаций.

Ситуационное управление риском предполагает следующие направления преодоления такого несоответствия:

- определение лица или лиц, способных адекватно воспринимать ситуации;
- наделение их соответствующими полномочиями и ответственностью;
- наличие системы мотивации за верные решения и наказания — за неверные;
- возможность внешнего вмешательства в процессы принятия и реализации решений с учетом возникающих ситуаций.

Ситуационное управление риском предполагает использование следующих специфических методов:

1. *Метод прямого действия.* Оцениваются возможные ситуации будущего (сценарии), выбирается предпочтительный сценарий, определяются и реализуются решения, действия которого реализуют этот сценарий. На практике такой метод обычно выбирают крупные фирмы (ТНК, монополии), которые могут создавать нужную реальность.

2. *Метод обратного действия.* Оцениваются ситуации реакции среды на те или иные решения. Возможны два подхода:

- пассивный, когда выбирается решение, вызывающее наименьшее сопротивление среды;
- активный, при котором учитывается сопротивление среды к желаемому решению, поэтому в дополнение к нему реализуются специальные решения по преодолению возможного сопротивления, например, улучшается мотивация персонала.

3. *Метод встречного действия.* Выбирается и реализуется некоторое решение и, при необходимости, осуществляются дополнительные действия, подкрепляющие выбранное решение и обеспечивающие достижение поставленной цели. Примером может служить привлечение дополнительного персонала для завершения выполнения работ к определенному сроку при наличии отставания по времени.

4. *Метод локальных улучшений.* В ходе реализации решений обычно меняется понимание действительности:

- становится явной эффективность или неэффективность всего или части решения;
- проясняется то, что раньше считалось неопределенностью;
- появляются новые события и ситуации и т.д.

Для обеспечения возможности улучшения любого решения должна предусматриваться система мониторинга действительности и иметься возможность вмешательства в ход реализации решения (частичное или полное его изменение) с учетом нового понимания.

5. *Метод управления изменениями.* В современной теории и практике получает развитие концепция управления изменениями [3]. Данная концепция учитывает, что любое решение предполагает рациональное изменение внутренней среды объекта и внешней действительности. Эффективная организация таких изменений обеспечивает достижение поставленной цели и тем самым минимизирует риск. При выполнении изменений И. Адизес предлагает учитывать четыре роли решений [3. С. 57]:

- Р — предоставление необходимой услуги;
- А — администрирование;
- Е — предпринимательство;
- І — интеграция.

Оптимальное сочетание этих ролей при осуществлении решений обеспечивает их реализуемость, продуктивность и эффективность. Одновременно, предлагается учитывать и действие других факторов, таких как «управленческая энергия» [3. С. 111], что в целом уменьшает отрицательные последствия решений, основанных на данном подходе.

6. *Метод анализа чувствительности.* Выполняется оценка изменения результатов решения (проекта) при изменениях (колебаниях) характеристик действительности (цен, конкуренции, спроса и т.п.). Такой анализ позволяет уточнить представление о степени возможных последствий определенных решений в меняющейся среде. Для анализа могут использоваться сценарный подход или имитационное моделирование.

Ситуационное управление риском обеспечивает уменьшение ошибочности принимаемых решений за счет:

- снижение меры неуверенности ЛПП, учитывающего различные ситуации и их последствия;
- уменьшение неполноты ориентации ЛПП в пространстве решений в связи с улучшением восприятия информации и ситуаций;

- совпадения побудительных мотивов лиц принимающих и реализующих с вариантами решений, учитывающих реальные ситуации;
- усиления стремления ЛПР к реализации познавательных усилий по пониманию особенностей ситуаций, в частности, в рамках управления знаниями.

В целом ситуационное управление риском предполагает ориентацию действий ЛПР на создание эффективных ситуаций за счет продуманных решений в условиях неопределенности объективного и субъективного характера.

Используемые источники

1. Луман Н. Понятие риска // THESIS. 1994. № 5.
2. Управление риском в рыночной экономике / В.Н. Вяткин, В.А. Гамза, Ю.Ю. Екатеринославский, Дж. Дж. Хэмптон. М.: Экономика, 2002.
3. Адизес И. Управляя изменениями. СПб.: Питер, 2008.

Канылин В. А.
соискатель,
Российская академия предпринимательства

Роль внутреннего компонента в современном инструментарии рефинансирования

Ставка рефинансирования должна быть превращена в реально работающий механизм, определяющий ценовую политику на фондовом рынке во всех его сегментах, включая страховой, фондовый и банковский сектор. Решение данной задачи требует в первую очередь изменения компонентов денежной базы, которая должна быть сформирована на основе внутреннего компонента, под которым мы, в первую очередь, подразумеваем финансовые ресурсы, возникающие с учетом потребностей внутреннего рынка, тем самым давая возможность развития отдельных промышленных отраслей не связанных с экспортом.

Ключевые слова: рефинансирование; внутренний компонент; денежная база; инвестиции.

Role of an internal component in the modern refinancing tools

The rate of refinancing has to be turned into really working mechanism defining price policy in stock market in all its segments, including the insurance, share and banking sector. The solution of this task demands first of all change of components of monetary base which has to be created on the basis of an internal component under which we first of all, mean the financial resources arising taking into account requirements of domestic market, thereby giving the chance of development of separate industrial branches not connected with export.

Keywords: refinancing; internal component; monetary base; investments.

Ориентация ставки рефинансирования на стимулирование внутреннего компонента позволит с одной стороны, обеспечить насыщение рынка деньгами необходимыми для решения социально-экономических задач и задач развития отечественной промышленности, с другой — закрепить основу для формирования длинной ресурсной базы, так необходимой для отечественных кредитных организаций.

В конечном счете, при таком гибком подходе к рефинансированию банковской системы и финансового рынка в целом можно обеспечить не только стремительную диверсификацию отраслей экономики, но и расширить коридор ликвидности, тем самым придав новый импульс для инвесторов в нашей стране.

Важно отметить, что применение такого подхода к стимулированию создания внутреннего компонента, отражающего запросы финан-

сового и нефинансового сектора, использовался в разное время развитыми странами и доказал свою эффективность на деле.

С нашей точки зрения, несмотря на слабость отечественной банковской системы, опорой которой до сих пор являются только несколько крупнейших государственных банков, задачи по развитию промышленности не теряют своей актуальности и важности с учетом вступления России в ВТО в 2012 году для цели расширения ее конкурентоспособности по сравнению с западными рынками. В этой связи приведем лишь некоторые цифры для понимания важности происходящих сегодня событий в жизни страны. Норма валового накопления в современной России находится на уровне середины прошлого века, с небольшим изменением тенденции к росту (таб. 1)¹.

В развивающихся странах и странах с переходной экономикой, средний показатель валового накопления составляет (в % к ВВП) – 31,9%; в странах СНГ – 25,9%; в развивающихся индустриальных странах Азии (включая Южную Корею, Сингапур, Гонконг и Тайвань) – 27%². Сложившаяся в России норма валового накопления впринципи, не может являться достаточной для реализации и финансирования активной модернизации экономики нашей страны, особенно учитывая крайнюю изношенность накопленного основного капитала, а также явной недостаточности основных фондов в сельскохозяйственной промышленности и достаточно слабого уровня развития других отраслей экономики.

Традиционно признаком исчерпания возможностей текущей модели развития экономики, является исчерпание мощностей при недостаточном объеме инвестиций в основной капитал. Между тем, значительная часть отраслей российской экономики имеет умеренный уровень загрузки мощностей в 60–75%. Казалось бы, это может свидетельствовать о том, что серьезных ограничений по производственному потенциалу нет. Однако, с учетом устаревания существующих базовых технологий, высоких уровнях материало- и трудоемкости производственных процессов можно говорить о том, что без наращивания внутренних инвестиций их значимый рост станет невозможным даже в условиях наличия незагруженных мощностей.

¹ Пономаренко А.Н. Ретроспективные национальные счета России: 1961–1999. М.: Прогресс. 2002. С.176; Россия в цифрах/Краткий статистический сборник. М., 2010. С.174; <http://www.gks.ru/>[Официальный сайт Росстат].

² IMF World Economic Outlook. April 2011. P. 208–211.

Таблица 1

Анализ валового накопления основного капитала в России (в % к ВВП)

	1961	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Валовое накопление, всего	20,2	20,5	24,2	27,1	27,5	29,2	29,2	25,4	18,6	20,1	21,2	24,2	25,5	18,9	22,8
Валовое накопление основного капитала	16,0	16,9	20,3	24,3	24,6	26,2	26,6	21,0	16,9	17,8	18,5	21,0	22,3	22,0	21,9
Изменение запасов материальных оборотных средств	4,2	3,6	3,9	2,8	2,9	3,0	2,6	4,4	1,7	2,3	2,7	3,2	3,2	-3,1	0,9

В связи с чем, нам представляется крайне важной задачей денежно-кредитной политики с учетом развития внутреннего компонента, продолжить работу по диверсификации инструментария рефинансирования банков, но преимущественно для стимулирования тех отраслей, которые, прежде всего нуждаются в модернизации. А эта задача не решается в одночасье, она требует регулировки финансовых потоков и ресурсов от банков в реальную экономику, кроме того, ее решение предопределяет и дальнейшую корректировку нормативно-правовой базы Банка России, регламентирующей порядок предоставления и использования средств от рефинансирования на льготных условиях. В качестве примера, можно привести опыт ведущих экономик мира.

Например, в Великобритании, регулятор совместно с Казначейством, в целях стимулирования кредитования нефинансового сектора, внедрил специализированную программу рефинансирования банков по сниженным процентным ставкам в целях поддержки отраслей наиболее пострадавших от мирового экономического кризиса.

Не менее интересен и опыт Швейцарии, которая для цели снижения внешних валютных рисков, а также ограничения спекулятивных операций в банковской сфере ввела специальные нормативы позволяющие сократить объем подобных сделок и сделать внутренние операции более рентабельными, нежели внешние. С помощью данных ограничений, регулятор добился изменения траектории финансовых потоков с внешнего рынка на внутренний, одновременно расширив возможности по насыщению экономики денежными средствами.

Примеры грамотного управления внутренними ресурсами, подчеркивают не только рационализм проводимой конкретными странами денежно-кредитной политики, но и ее неисчерпаемые возможности, к сожалению, не оцененные пока в России. Причем тенденция повышения интереса инвестирования в собственную экономику со стороны ведущих стран мира — в последние годы стало хорошим примером для подражания. Для России проблема оттока инвестиционного капитала, стала болезненна в последние несколько лет. Доля инвестиций в основной капитал по итогам 2011 г. в России составила 20% от объема ВВП (в Китае в 2010 г. этот показатель достиг почти 50%). При этом в 2010 г. чистый отток капитала из России составил 38 млрд. долл., по итогам 2011 г. — более 80 млрд. долларов.

Достаточно неоднородно выглядит и структура экспорта капитала в России, в которой 77% приходится на прочие инвестиции, 20% на прямые и только 3% на портфельные инвестиции и финансовые деривативы, тогда как в развитых странах это соотношение примерно оди-

наково во всех инвестиционных группах, практически также ситуация выглядит и в странах с формирующимися рынками³. В структуре иностранных инвестиций, преимущественно преобладают портфельные, высокорисковые инвестиции, тогда как прямые иностранные инвестиции, преимущественно перенаправляются в сырьевой сектор экономики, который имеет большой запас финансовой прочности и максимально возможный запас прочности основных фондов⁴.

Не менее существенной задачей денежно-кредитной политики в рамках стимулирования длинных инвестиций в экономику, является стоимость кредитных ресурсов. Например, китайский опыт свидетельствуют о возможностях принудительного удешевления кредита для развития промышленности. Экономические нормативы, а также корректная ставка рефинансирования сегодня позволяют в полной мере решить эту задачу. Безусловно, приводя в пример азиатские рынки, важно учитывать «ментальность» данных стран, особенности их становления и развития. Возможно для России, такой подход будет мало применим, с учетом высокой сопротивляемости рынка новым изменениям. И здесь с нашей точки зрения, важны не заградительные, а именно стимулирующие механизмы, позволяющие получить выгоду инвестору и пользу для отечественной экономики.

С учетом вышеизложенного, считаем, что задача по насыщению отечественной экономики длинными кредитными ресурсами выглядит вполне реалистичной при грамотном использовании инструментария рефинансирования, а также различных стимулирующих рычагов денежно-кредитной, налоговой, валютной, процентной политик, направленных на перенаправление вектора финансовых ресурсов с внешнего, на внутренний рынок. Для выполнения этой задачи необходимо, с одной стороны, рассмотреть возможность снижения ставки резервирования для банков, предоставляющих ссуды для предприятий отдельных отраслевых сегментов, с другой стороны, важно не допустить перегибов при определении «разумных» ставок резерва на возможные потери по ссудной и приравненной к ней задолженности в целях предупреждения кредитных рисков. В свою очередь сами предприятия — получатели кредитных средств по льготным условиям, должны нести ответственность за целевое использование этих ресурсов, на что так часто обращает внимание регулятор. И здесь можно говорить и о масштабных целевых про-

³ The World Bank. World Development Report. Washington, 2009. P. 384–387.

⁴ IMF International Financial Statistics 2000–2010 Statistics [www.imf.org/external/data]

граммах государственного значения и о среднесрочных ссудах направленных на развитие собственного дела в малом бизнесе.

Формализация указанных нами подходов, позволяет нам вывести собственное определение понятия – целевого рефинансирования, направленного на стимулирование развития смежных отраслей посредством их кредитования через банки за счет чего будет достигнут мультипликационный эффект в экономике страны (рис.1).

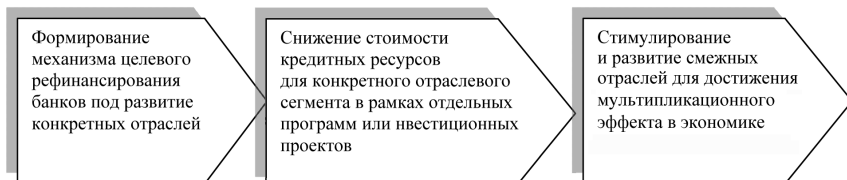


Рис. 1. Схема целевого рефинансирования для стимулирования эффекта мультипликации в смежных отраслях экономики [авторская разработка]

С нашей точки зрения, целевое рефинансирование банковского сектора под конкретные отраслевые сегменты в экономике позволит: во-первых, провести регулятору дополнительный аудит всех производственных и промышленных цепочек влияющих на темпы развития экономики; скорректировать норму обязательного резервирования для банков в целях более рационального использования свободной ликвидности; обеспечить более взвешенную денежно-кредитную политику в отношении финансового и нефинансового сектора в целях стимулирования экономического роста; выявить источники ликвидности, перенаправив их с внешнего, на внутренний финансовый рынок.

Используемые источники

1. Пономаренко А.Н. Ретроспективные национальные счета России: 1961–1999. М.: Прогресс. 2002. С.176.
2. Россия в цифрах/Краткий статистический сборник. М., 2010. С.174.
3. <http://www.gks.ru/>[Официальный сайт Росстат].
4. IMF World Economic Outlook. April 2011. P. 208–211.
5. The World Bank. World Development Report. Washington, 2009. P. 384–387.
6. IMF International Financial Statistics 2000-2010 Statistics [www.imf.org/external/data].

Капашаров В. М.
соискатель,
Российская академия предпринимательства

Совершенствование методического обеспечения и нормативно-законодательных элементов финансового контроля и мониторинга в РФ

В последнее время в РФ предпринимаются меры, направленные на усиление роли государства в регулировании экономических отношений посредством усиления государственного финансового контроля и мониторинга за денежными, финансовыми, валютными и фондовыми рынками и другими сферами экономики.

Ключевые слова: *финансовый контроль; мониторинг; финансовой безопасности; бюджетный процесс; перемещением капитала.*

Improvement of methodical providing and standard and legislative elements of the financial control and monitoring in the Russian Federation

Recently in the Russian Federation the measures directed on strengthening of a role of the state in regulation of the economic relations by means of strengthening of the state financial control and monitoring behind monetary, financial, currency and stock markets and other spheres of economy are undertaken.

Keywords: *financial control; monitoring; financial safety; budgetary process; capital movement.*

Эффективность конкретных направлений государственного регулирования в сфере экономических отношений требует наличия отвечающей реалиям настоящего времени нормативно-правовой базы. В противном случае неизбежны рост правонарушений, дестабилизация экономической политики страны и всплеск социальной напряженности и политической нестабильности в обществе.

Анализ рыночных экономик наиболее высокоразвитых стран (США, Франция, Германия, Япония и др.) показывает, что государственный финансовый контроль и мониторинг являются составной частью социально-ориентированной экономики. Кроме того, они представляют собой важнейший фактор установления баланса между действием рыночных сил и государственным регулированием и позволяют получить максимальную пользу от их взаимодействия. В условиях перехода к рыночным отношениям контроль и мониторинг должны выступать в фор-

ме взаимодействия рыночного и государственного контроля за производством, распределением и потреблением общественного продукта¹.

Исследуя существующее сегодня методическое обеспечение и нормативно-законодательные элементы финансового контроля и мониторинга в РФ, следует отметить, что на начальных этапах работы Счетной палаты РФ контрольно-ревизионная деятельность была основой процесса контроля. Финансовый контроль носил в большей степени примитивный характер и подразумевал определенный набор контрольно-ревизионных мероприятий, который давал непосредственные и наглядные результаты по своевременному исполнению доходных и расходных статей бюджета, по нецелевому использованию средств и по другим финансовым нарушениям.

В свою очередь, экспертно-аналитическая деятельность Счетной палаты представлялась как вспомогательная и не вносила большой вклад в общий результат. Включенное в перечень задач Счетной палаты «определение эффективности и целесообразности расходов государственных средств и использования федеральной собственности» носило достаточно общий характер.

В соответствии со Стандартами аудита ИНТОСАИ, в последние годы деятельность Счетной палаты связана с разработкой и адаптацией стандартов аудита эффективности (Performance audit), который подразумевает аудит экономичности, эффективности и результативности².

В практике работы Счетной палаты РФ в последние годы также был выполнен ряд плановых контрольных мероприятий, в которых применялись подходы аудита эффективности, основанные, в том числе, на анализе и использовании стандартов и рекомендаций ряда ВОФК, имеющих многолетний опыт работы в сфере использования данного метода контроля (Великобритания, Канада). Вместе с тем, как справедливо подчеркивают некоторые специалисты³, в России пока еще не все направления финансового мониторинга и контроля определяются в зависимости от специфики его объектов.

Следует также подчеркнуть, что пока по многим вопросам, связанным с контролем государственных финансовых средств отсутствует согла-

¹ Румянцев А.В. Финансовый контроль. М.: Дело и Сервис, 2003. С. 3–6.

² Русско-английский терминологический словарь соответствий по вопросам аудита эффективности и ключевым показателям экономического развития. Издание третье, дополненное и переработанное. М.: НИИ СП, 2009. С. 72.

³ Левакин И.В., Абрамов А.М. Совершенствование правовой основы деятельности Счетной палаты РФ и международные стандарты государственного аудита // Российская юстиция. 2011. № 1. С. 2–5.

сованное межведомственное взаимодействие, как это принято в зарубежных странах. Например, вопросы организации эффективной системы органов финансовой безопасности в России неразрывно связаны с организационным обеспечением формирования системы финансового контроля и мониторинга в целом⁴. Естественно, анализируя вопросы наделения каких-либо органов финансового контроля и мониторинга конкретными контрольными функциями, необходимо реально оценивать возможности этих органов. Так, учитывая важность рассматриваемой проблемы, необходимы исследования о целесообразности включения в число направлений деятельности Счетной палаты Российской Федерации контроля за обеспечением финансовой безопасности Российской Федерации в ходе бюджетного процесса. Имеются в виду разработка соответствующей нормативно-правовой базы, определение внутренних и внешних угроз, а также критериев, на основании которых действия участников бюджетного процесса могут быть признаны наносящими ущерб финансовой безопасности Российской Федерации и т.д. Счетная палата Российской Федерации могла бы оценивать соблюдение этих критериев и подготавливать соответствующие доклады парламенту, а также доводить информацию до широкой общественности. Кроме того, должны быть разработаны принципы раскрытия информации в отчетности государственных органов (отчетности о ведении финансово-хозяйственной деятельности, отчетности об использовании государственных финансовых ресурсов, заемных ресурсов международных организаций и т.д.) исходя из требований к обеспечению финансовой безопасности страны.

Добавим, что неперемнным условием обеспечения финансовой безопасности страны в ходе реализации финансового контроля и мониторинга должно являться полное доверие между федеральным Правительством и региональными органами управления, финансовые взаимоотношения которых должны быть построены на принципах законности, эффективности, целесообразности, прозрачности, сбалансированности ответственности и ресурсов, реального согласования решений по всем вопросам, затрагивающим интересы регионов⁵.

С нашей точки зрения, в условиях усиливающейся финансовой глобализации межведомственное взаимодействие в сфере финансового контроля и мониторинга должно охватывать все направления денеж-

⁴ Данилевский Ю.А., Овсянников Л.Н. Финансовый контроль: основные направления развития // Бухгалтерский учет. 2004. № 24.

⁵ Бурцев В.В. Государственный финансовый контроль и финансовая безопасность // Аудиторские ведомости. 2010. № 9.

но-кредитных потоков, включая налоговую, валютную, бюджетную, банковскую системы и в целом всех участников финансового рынка. Следует констатировать, что в России пока четкой формы взаимодействия нет, каждое надзорное ведомство крайне «болезненно» реагирует на потерю или частичное перераспределение контрольных функций. Вместо принятой во всем мире децентрализованной системы финансового контроля и мониторинга в России создана, уникальная в своем роде вертикальная система соподчинения между государственными надзорными институтами и ведомствами при отсутствии согласованных стандартов и принципов контроля.

Особое опасение вызывает сфера легализации и вывоза капитала, которая в последние годы в России приобрела угрожающие масштабы. За 2011 год размер выведенного капитала из России составил 80,5 млрд. долл., за первый квартал 2012 — 34 млрд. долл., а за второй квартал — более 10 млрд. долл.⁶. Следует отметить, что большая часть вывезенного капитала сконцентрирована в офшорных и офшоропроводящих странах таких как, Нидерланды, Кипр, Доминиканская Республика⁷ и связана с регистрацией бизнеса/участием в капитале, приобретением недвижимости и вложениями в высоколиквидные активы.

Что касается вывода капитала домохозяйств и частных лиц посредством трансграничных переводов, то здесь наблюдается та же тенденция, тройку основных стран являющихся получателем средств направляемых посредством денежных переводов составляют Швейцария, Кипр и Объединенное Королевство Великобритании, некоторые страны СНГ на которые приходится более 30% совокупного объема. Только за первый квартал 2012 года физическими лицами выведено более 13 млрд. долл.⁸

В связи с чем, с нашей точки зрения, результативность отечественной системы финансового контроля и мониторинга операций, связанных с безналичным трансграничным переводом средств физическими лицами, составляет на сегодняшний день примерно 18–20%. Иными словами, российская финансовая разведка «видит» около 20% всех трансграничных операций физических лиц. Это составляет видимый (по операциям, подлежащим контролю) объем трансграничных переводов (входящих и исходящих) — примерно в 8 миллиардов долларов США.

⁶ Показатели по чистому ввозу/вывозу капитала частным сектором в 1994–2011 годах и январе–июне 2012 года [<http://www.cbr.ru/statistics/print>].

⁷ Портфельные и прямые инвестиции из Российской Федерации за границу (участие в капитале) в 2001–2011 годах [<http://www.cbr.ru/statistics/print>].

⁸ Показатели по трансграничным операциям физических лиц по основным странам-контрагентам за I квартал 2012 года [<http://www.cbr.ru/statistics/print>].

В соответствии с российским законодательством о ПОД/ФТ⁹ в рамках первичного мониторинга трансграничные операции физических лиц проходят оценку в основном на наличие признаков подозрительности, поскольку критериев отбора таких операций в рамках обязательного контроля очень мало. Это говорит о том, что в системе выявления трансграничных операций, заслуживающих внимания системы финансового мониторинга и контроля. Иными словами, проблема трансграничных переводов физических лиц (или – с участием физических лиц) приобретает черты комплексной проблемы, затрагивающей различные стороны функционирования всей национальной системы финансового контроля и мониторинга. Совершенствования требуют, как специальные меры, регулирования деятельности всех участников национальной финансовой системы.

Важно отметить, что в отличие от развитых западных стран, в России система финансового контроля и мониторинга структурно разделена между двумя основными регуляторами – Счетной палатой и Федеральной службой по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг), в связи с чем прямая координация деятельности между данными подразделениями отсутствует.

Вместе с тем, анализируя основные показатели результатов деятельности Федеральной службы по финансовому мониторингу¹⁰, следует отметить, что сотрудничество осуществляется преимущественно с правоохранительными органами и кредитно-финансовыми институтами, тогда как прямое взаимодействие со Счетной палатой РФ и бюджетными организациями фактически не осуществляется.

Как показывает международная практика, сектор государственного финансирования, абсорбируя огромные финансовые потоки, является привлекательной сферой для нелегального бизнеса и представляет собой широкое поле деятельности для преступных организаций. По оценке международной организации по борьбе с коррупцией Transparency International¹¹, вследствие системной коррупции завышение стоимости государственных контрактов может составлять до 20–25%. Полученные таким образом незаконные доходы расхищаются, а государство ежегод-

⁹ Федеральный закон от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» / СЗ РФ от 13 августа 2001 г. № 33 (Часть I) ст. 3418.

¹⁰ Основные показатели результатов деятельности Федеральной службы по финансовому мониторингу за период 2009–2011 гг. [http://fedsfm.ru/activity/plans_efficiency/].

¹¹ <http://www.transparency.org> [Официальный сайт Transparency International].

но теряет колоссальные объемы денежных средств. Наиболее подверженными коррупции секторами по данным той же организации, являются: сфера строительных подрядов и государственных закупок, сектор жилой и коммерческой недвижимости, нефтяная и газовая промышленность, тяжелая промышленность и сфера добычи полезных ископаемых. При этом на первом месте стоит сфера строительных подрядов и государственных закупок. По данным МВФ¹², в среднем, примерно 70% центральных государственных расходов, в конечном итоге, приобретают форму контрактов. Риски, связанные с коррупцией и хищением в сфере государственных контрактов могут существовать даже до начала процесса проведения тендеров, т.е. во время распределения государственных средств, и сохраняться на протяжении всего последующего процесса, от определения победителя по тендеру до исполнения контракта.

Практикуются следующие приемы, направленные на легализацию государственных средств:

- закупка товаров для нужд государственных учреждений осуществляется по заранее оговоренным (как правило, завышенным) ценам;
- закупка товаров для нужд государственных учреждений осуществляется посредством манипулирования качеством и объемом закупок;
- существенно завышается стоимость строительных материалов, предоставляемых услуг по проведению строительных работ;
- в акты приема-передачи работ, включаются работы, которые на самом деле не осуществлялись;
- победителями по государственным тендерам выступают заранее определенные подставные компании.

Так, например, в публикациях последних лет¹³ отмечаются случаи, когда формально выигравшая конкурс на государственный контракт фирма, является, по сути, номинальным победителем, а реальными исполнителями по контракту выступают другие организации, не участвовавшие в конкурсе из-за связей с организованными преступными группами. Нередки случаи, когда хищение госсредств происходит в ре-

¹² UNPAN Statistical Databases Central Government Expenditures by Type and Function, as percentage of all central government expenditure as of 1997. Uses as source: IMF Government Finance Statistics. Calculations by TI-S. Result comes from excluding wages and interest payments.

¹³ Кондрат Е.Н. Создание единой правовой основы регулирования финансового контроля как условие обеспечения финансовой безопасности государства // Административное и муниципальное право. 2011. № 3. С. 84–89.

зультате проведения фиктивных тендеров без фактического приобретения товаров и услуг.

Вместе с тем, обращая внимание на правонарушение в сфере государственных финансов мы, прежде всего, говорим о необходимости мега контроля за всеми видами финансовых потоков, угрожающих национальной безопасности страны, начиная от контроля за переводами физических лиц и заканчивая контролем за перемещением бюджетных средств. Еще раз подчеркнем, должна быть согласованная работа под надзором единого мега регулятора в лице государственной Счетной палаты. В этой связи схема структурного взаимодействия всех участников системы финансового мониторинга и контроля может иметь следующий вид (рис. 1).

Таким образом, предложенная нами новая структура взаимодействия участников системы финансового мониторинга и контроля будет включать в себя:

- Наличие мегарегулятора в лице Счетной палаты, в функции которой входит процесс координации и финансового контроля за перемещением бюджетных средств, средств юридических и физических лиц, а также перемещением капитала на финансовых рынках.
- Формирование децентрализованной системы расследования и международного сотрудничества с целью пресечения коррупционных схем, схем по выводу капитала, легализации преступных доходов.
- Активное взаимодействие всех органов финансового контроля и мониторинга, к которым относятся Банк России, ФСФР, Росфинмониторинг, Минфин и прочие контролирующие органы с целью формирования единой информационной платформы для выявления «зеркальных» финансовых потоков и сделок, принятия превентивных контролирующих мер, создания единых стандартов финансового мониторинга и контроля, соответствующих лучшим зарубежным практикам.

Используемые источники

1. Румянцев А.В. Финансовый контроль. М.: Дело и Сервис, 2003. С. 3–6.
2. Русско-английский терминологический словарь соответствий по вопросам аудита эффективности и ключевым показателям экономического развития. Издание третье, дополненное и переработанное. М.: НИИ СП, 2009. С.72.



Рис. 1. Структура взаимодействия участников системы финансового мониторинга и контроля

3. Левакин И.В., Абрамов А.М. Совершенствование правовой основы деятельности Счетной палаты РФ и международные стандарты государственного аудита // Российская юстиция. 2011. № 1. С. 2–5.
4. Данилевский Ю.А., Овсянников Л.Н. Финансовый контроль: основные направления развития // Бухгалтерский учет. 2004. № 24.
5. Бурцев В.В. Государственный финансовый контроль и финансовая безопасность // Аудиторские ведомости. 2010. № 9.
6. Показатели по чистому ввозу/вывозу капитала частным сектором в 1994–2011 годах и январе–июне 2012 года [<http://www.cbr.ru/statistics/print.>]
7. Портфельные и прямые инвестиции из Российской Федерации за границу (участие в капитале) в 2001–2011 годах [<http://www.cbr.ru/statistics/print.>]
8. Показатели по трансграничным операциям физических лиц по основным странам-контрагентам за I квартал 2012 года [<http://www.cbr.ru/statistics/print.>]
9. Федеральный закон от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»// СЗ РФ от 13 августа 2001 г. № 33 (Часть I) ст. 3418
10. Основные показатели результатов деятельности Федеральной службы по финансовому мониторингу за период 2009–2011 гг. [http://fedsfm.ru/activity/plans_efficiency/]
11. <http://www.transparency.org> [Официальный сайт Transparency International].
12. UNPAN Statistical Databases Central Government Expenditures by Type and Function, as percentage of all central government expenditure as of 1997. Uses as source: IMF Government Finance Statistics. Calculations by TI-S. Result comes from excluding wages and interest payments.
13. Кондрат Е.Н. Создание единой правовой основы регулирования финансового контроля как условие обеспечения финансовой безопасности государства // Административное и муниципальное право. 2011. № 3. С. 84–89.

Кузнецов А. С.
аспирант,
Российская академия предпринимательства

Вопросы стандартизации и сертификации предпринимательской деятельности потребительского рынка на муниципальном уровне

В статье рассматриваются актуальные проблемы стандартизации и сертификации в системе обеспечения качества и конкурентоспособности потребительского рынка на различных уровнях управления, в том числе на муниципальном. Приведены особенности влияния стандартизации на повышение качества обслуживания в сфере предпринимательской деятельности потребительского рынка с учетом зарубежного опыта.

Ключевые слова: стандартизация, потребительский рынок, муниципальные структуры, сертификация, российские предприятия, система, стандарты, качество, конкурентоспособность, рыночная экономика, вопросы, совместимость.

Questions standardization and certification of business activity of the consumer market at municipal level

In article actual problems of standardization and certification in system of ensuring quality and competitiveness of the consumer market at various levels of management, including on the municipal are considered. Features of influence of standardization on service improvement of quality are given in the sphere of business activity of the consumer market taking into account foreign experience.

Keywords: standardization, consumer market, municipal structures, certification, Russian enterprises, system, standards, quality, competitiveness, market economy, questions, compatibility.

Стандартизация в нашей стране, как и во многих других развитых странах, определяет суть технической политики в народном хозяйстве. Деятельность по стандартизации является зеркальным отражением происходящих изменений в различных сферах жизни нашего общества, прежде всего, в экономике.

Системный подход в области стандартизации дает возможность участия всех заинтересованных сторон в процессе создания стандарта.

Общеизвестно, что под стандартизацией понимается незаменимое средство совместимости, взаимозаменяемости, унификации, надежности техники и информационных сетей, экологических требований и

норм безопасности, единства характеристик и свойств качества продукции, работ, типизации, процессов и услуг.

Основными задачами стандартизации являются:

1. Установление оптимальных требований, предъявляемых к номенклатуре и к качеству продукции в интересах потребителей и государства.
2. Обеспечение полного взаимопонимания между производителями, продавцами и потребителями.
3. Согласование и увязка показателей, в том числе характеристик продукции, ее элементов, комплектующих изделий, сырья и материалов.

Цели стандартизации можно разделить на общие и более узкие. Общие цели вытекают из содержания самого понятия, а узкие из требований индивидуального подхода.

Основные принципы стандартизации потребительского рынка на муниципальном уровне отражают закономерности процесса разработки стандартов, обосновывают ее необходимость в управлении народным хозяйством, определяют условия эффективной работы потребительского рынка на различных уровнях, в том числе на муниципальном.

Под методами стандартизации понимается прием или совокупность приемов, с помощью которых достигаются цели стандартизации.

Наиболее широко применяемые в работах авторов по стандартизации являются следующие методы:

- параметрическая стандартизация;
- унификация продукции;
- агрегатирование;
- комплексная стандартизация;
- опережающая стандартизация.

Следует более подробно рассмотреть вышеперечисленные методы.

Параметрическая стандартизация — характеристики, определяющие назначение продукции и условия ее конечного использования.

Сложность параметрической стандартизации заключается в выборе и обосновании целого ряда значений и параметров, в том числе, в обосновании целесообразной номенклатуры.

Решается эта задача с помощью специальных математических методов, используемых в процессе стандартизации параметрических рядов. Например, при создании размерных параметров одежды и обуви для потребителей производятся специальные антропометрические измерения большого числа мужчин и женщин разных возрастных групп, проживающих в различных муниципальных структурах страны. Полученные данные обрабатываются специалистами с помощью методов математической статистики.

Под унификацией понимают действия, направленные на сведение технически и экономически обоснованному рациональному минимуму неоправданного многообразия разнообразных изделий, узлов, документаций.

Унификация может проводиться на разных уровнях управления качеством продукции — межотраслевом, отраслевом и уровне предприятия.

Под агрегатированием понимается метод создания машин, приборов и специальных узлов, многократно используемых при создании различных изделий. Использование данного метода стандартизации на наш взгляд обеспечивает решение целого ряда актуальных задач в сфере потребительского рынка на муниципальном уровне.

Комплексная стандартизация обеспечивает единые требования к качеству продукции, сырья, материалов, используемых в производстве.

Метод опережающей стандартизации заключается в установлении повышенных по отношению к уже достигнутому на практике уровню норм и требований, предъявляемых к объектам стандартизации, которые согласно экономическим прогнозам будут наиболее оптимальными в последующее время.

Стандартизация в современных экономических условиях тесно связана с процессом организации предпринимательской деятельности на всех уровнях, в том числе, на муниципальном.

Предприниматель находится в прямой зависимости от требований, предъявляемых государством к качеству продукции, производимой или поставляемой конечному потребителю, поскольку от качества продукции зависит востребованность товаров.

Продукция не может быть конкурентоспособна, если она не востребована рынком.

Влияние стандартизации на повышение уровня качества продукции реализуется в основном через следующие механизмы: комплексную разработку стандартов на сырье, материалы, полуфабрикаты, комплектующее оборудование и готовую продукцию. Для повышения качества продукции и товаров, поставляемых на потребительский рынок на муниципальном уровне, необходимо установление жестких технологических требований и показателей, а также единых методов испытаний и средств контроля при осуществлении предпринимательской деятельности в муниципальных структурах.

Стандарт — нормативный документ, в котором устанавливаются общие принципы, характеристики, требования и методы, касающиеся определенных объектов стандартизации. Стандарт направлен на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области.

Под объектом стандартизации понимается продукция, услуги и процессы, имеющие перспективу многократного использования. Именно в стандартах до настоящего времени устанавливались те требования к выпускаемой продукции, соблюдение которых давало основание считать эти товары качественными.

Вместе с тем существовавшая в СССР модель стандартизации фактически являлась тормозом научно-технического прогресса, регламентируя до мелочей работу разработчика и изготовителя, которые зависели от большого количества обязательных стандартов. Нежелание со стороны изготовителей выполнять жесткие требования стандартов привели к формированию системы разрешительных Госстандартом отклонений от стандартов, которые стали, скорее правилом, чем исключением.

По нашему мнению требуется создание современной системы стандартизации России, адекватной проводимым в стране экономическим реформам и преобразованиям. Слабая нормативно-правовая база тормозит развитие национальной системы стандартизации, поэтому необходимо усовершенствовать действующее законодательство в данной сфере.

На территории Российской Федерации действует новая редакция системы качества (ГСС – 92), вступившая в силу с 1 января 1993 года. Она предусматривает упрощение процедур разработки стандартов, устранение монополии в области стандартизации. Основная нагрузка по разработке стандарта сосредотачивается в специально созданных технических комитетах (ТК).

Технические комитеты формируются на добровольной основе с участием всех заинтересованных сторон, как со стороны производителя, так и со стороны потребителя. К работе в технических комитетах должны привлекаться ведущие ученые и специалисты.

Анализируя данную проблему, важно иметь представление о международном опыте экономически развитых стран в сфере стандартизации. В Германии, например, в 2007 году разработка собственных национальных стандартов составила всего пятую часть общего объема работ – прямое внедрение международных и европейских стандартов, директив ЕС, в разработке которых Германия принимает непосредственное участие.

В Российской Федерации эта доля работ составила более 40%, а в 1990 – не превышала и 10%.

Резюмируя вышесказанное, возникает необходимость создания в России современной системы стандартов на федеральном, региональном и, в том числе, на муниципальном уровне, что позволит:

1. Значительно расширить круг предпринимателей на муниципальном уровне и потенциальных пользователей данной системы.

2. Превратить стандарты в мощный инструмент борьбы за рынок и потребителей на муниципальном уровне.

3. Стимулировать в интересах потребителей использование стандартов для конкурентной борьбы между ведущими производителями за более высокие потребительские свойства товаров.

4. Использовать стандарты в интересах всех заинтересованных участников.

5. Сделать стандарты необходимым условием достижения конкурентоспособности и успешной работы на рынке.

Следует отметить, что одно из ключевых направлений стандартизации, как фактора воздействия на качество производимой продукции и на управление им в России, как и во всех странах, отражено в международных стандартах ИСО серия 9000.

В условиях смещение центра тяжести в борьбе за качество товаров и услуг потребительского рынка с общегосударственного уровня на уровень непосредственных предпринимателей делает особенно необходимым укрепление системы стандартизации как фактора обеспечения качеством именно на предприятиях в муниципальных структурах. Возрастание роли стандартизации для предприятий в муниципальных структурах диктуется двумя основными причинами.

Первая из них — с увеличением хозяйственной самостоятельности предприятий создаются объективные предпосылки к рассогласованию деятельности смежных по видам производимой продукции предприятий в отношении параметров создаваемой продукции, методов контроля ее качества и других направлений. Все это обнаруживается при производстве и потреблении продукции, отражается на спросе и соответственно на сбыте продукции и, в конечном счете, на экономическом положении самих предпринимателей.

Вторая — рациональное использование стандартизации при разработке и производстве продукции позволяет существенно снизить затраты и повысить доходы предприятия. Поэтому работы по стандартизации на предприятиях в муниципальных структурах необходимо вести не по принципу «делать то, что можно сделать без особых трудностей», а то, что нужно для конкретного повышения эффективности производства и потребления продукции. Недоиспользование возможностей стандартизации может служить одной из главных проблем для предпринимателей на муниципальном уровне.

Несомненно, что регламентация в стандартах различных параметров создаваемой продукции, обеспечивающая совместимость и взаи-

мозаменяемость различных ее видов, а также параметров, определяющих качество продукции и удовлетворяющих производителя и потребителя, должна осуществляться на основе серьезных исследований, что позволит облегчить решение данной проблемы для предпринимательской деятельности в муниципальных структурах.

Сертификация — это совокупность действий и процедур с целью подтверждения того, что продукт соответствует определенным стандартам или техническим условиям. Сертификация бывает трех видов:

1. Самосертификация (проводит непосредственно сам изготовитель).
2. Сертификация, осуществляемая потребителем.
3. Сертификация, проводимая третьей стороной (специализированной организацией, независимой от изготовителя или потребителя).

Наибольшим доверием в международной и отечественной практике пользуется сертификация третьей стороной.

Современные российские предприятия на сегодняшний день могут самостоятельно выбрать модель развития сертификации и использовать на предприятиях систем обеспечения качества.

В Российской Федерации процесс сертификации носит добровольный и обязательный характер. При обязательном характере сертификация связана с такими понятиями, как безопасность, охрана здоровья и защита окружающей среды.

Сертификация позволяет реализовать единый подход к оценке качества различных объектов, дает возможность предпринимателям гарантию стабильного изготовления продукции высокого качества, поскольку охватывает всю организацию производства. Сертифицированная система качества позволяет предприятиям муниципального уровня расширять круг надежных партнеров и повышать конкурентоспособность своей продукции. Сертификация, по нашему мнению, положительно сказывается на репутации муниципальных предприятий, а в конечном итоге развитая национальная сертификация служит интересам потребителя, защищая его от низкокачественной, а порой и вовсе от вредной для здоровья продукции.

В нашей стране и ранее существовали методы оценки контроля качества продукции, но это были лишь директивные методы управления качеством, не позволяющие охватить интересы всех заинтересованных сторон. Сертификация продукции является не столько средством контроля, сколько фактором экономического регулирования качества, элементом современных рыночных отношений.

Существует ряд проблем:

1. Дефицит рынка, слабая конкуренция, следствием чего является незаинтересованность местных производителей в улучшении качества продукции, поэтому сертификация теряет всякий смысл.

2. Стремление предпринимателей любой ценой получить иностранную валюту, вследствие чего они стремятся расшиться свой экспортный потенциал за счет низкокачественных товаров.

Помимо указанных проблем, следует отметить и другие: высокотратные процедуры по проведению сертификации, монополия среди организаций, занимающихся сертификацией и т. д.

В настоящее время предпринимаются активные меры по ограждению внутреннего рынка от некачественной продукции, поступающей в страну, как из-за рубежа, так и от отечественных производителей. Ежегодно предприятия России выпускают порядка миллиона наименований потенциально опасной продукции для потребителей. Для предотвращения неблагоприятных последствий для потребителей, по нашему мнению, упор необходимо сделать на обязательную сертификацию всех товаров, поступающих на внутренний рынок.

Во всех без исключения внешнеторговых контрактах и соглашениях необходимо оговаривать условия, при которых поставляемые товары должны соответствовать предъявляемым требованиям безопасности, установленными российскими стандартами.

Таким образом, стандартизация и сертификация пока еще не эффективно выполняют свои функции, в частности на муниципальном уровне. Это можно объяснить не только тем, что они находятся на начальной стадии процесса реформирования, но и теми трудностями, в которых находится отечественная экономика. Тем не менее, уже в ближайшей перспективе можно ожидать повышение роли стандартизации и сертификации предпринимательской деятельности в решении проблемы качества и конкурентоспособности российских предприятий и их продукции на внутреннем и внешнем рынках.

Следовательно, главными показателями конкурентоспособности предпринимательской деятельности на муниципальном уровне являются те, на которые обращают внимание потребители. Экономическое положение фирм — производителей и торговых предприятий зависит во многом от того, как быстро продаются товары и как быстро деньги возвращаются производителям для осуществления нового цикла производства. Продукция не может быть конкурентоспособна, если она не востребована современным рынком.

Используемые источники

1. Федеральный закон от 27 декабря 2002 года №184-ФЗ «О техническом регулировании» (ред. от 03.12.2012) //Собрание законодательства РФ. 30.12.2002. № 52 (ч. 1). Ст. 5140.
2. Варакута С.А. Управление качеством продукции: Учебное пособие. М.: ИНФА-М, 2001.
3. Крылова Г.Д. Основы стандартизации, сертификации, метрологии: Учебное пособие для ВУЗов – 2-е издание переработанное и дополненное. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
4. Белобрагин В.Я. Стандартизация сегодня: проблемы и перспективы // Стандарты и качество. 2002. № 10. С. 12–15.

Романов М. Ю.
аспирант,
Российская академия предпринимательства

Организация управления финансовыми ресурсами промышленного предприятия

Система промышленного финансирования предприятия является одним из важнейших аспектов деятельности хозяйствующих субъектов в промышленности. Чем эффективнее механизм финансирования промышленных предприятий реального сектора экономики, тем выше получаемые ими доходы, тем значительнее может быть доходная часть государственных бюджетов, тем эффективнее финансовый механизм государства. Несовершенство механизмов финансирования предприятий ведет к сбоям в работе предприятия и может привести к его банкротству.

Ключевые слова: промышленное предприятие, финансовые ресурсы, капитал, заемные средства, прибыль.

Organization of financial resources management of the industrial enterprise

A system of financing industrial enterprises is one of the most important aspects of business entities in the industry. The more efficient mechanism for financing of industrial enterprises in the real sector of the economy, the higher their income, the greater may be the revenue of the state budget, the better the financial mechanism of the state. Insufficient mechanisms of financing enterprises leads to malfunction of the enterprise and can lead to bankruptcy.

Keywords: industrial company, financial resources, capital, borrowings, profit.

В современных условиях для всех предприятий России, независимо от отрасли остается достаточно актуальная проблема обеспечения компании финансовыми ресурсами и их наиболее эффективное использование, а также эффективное управление источниками финансирования.

Для промышленных предприятий решение данных вопросов необходимо, прежде всего, сосредоточив свое внимание на содержание и развитие «финансовых ресурсов» своего предприятия.

В финансовой литературе нет единого и четкого мнения об экономической сущности «финансовых ресурсов». Перед тем, как определить данную категорию считаем необходимым определить условия, а также пределы её функциональной деятельности, общие принципы функционирования, а также и иные элементы, участвующие в её развитии.

Предприятия вступают в финансовые отношения с целью и для формирования и использования своих финансовых ресурсов, надлежащая обеспеченность которыми оптимальная структура и эффективное

использование которых является условием успешного функционирования любого предприятия в современной экономике.

Несмотря на то, что разные авторы определяют сущность одного понятия и их трактовка имеют множество общих черт у них есть и существенные различия, которые требуют систематизации, объяснения и уточнения определения понятий таких как «финансовые ресурсы предприятий», «капитал», «рабочий капитал», «собственные финансовые ресурсы предприятий», «привлеченные финансовые ресурсы», «заемные финансовые ресурсы».

Исходным моментом в процессе научного исследования финансовых ресурсов предприятий, как экономической категории, должно быть определение понятия «финансовые ресурсы предприятий». Хотя определение этого понятия не раскрывает полностью экономической природы этой категории, оно позволяет отделить финансовые ресурсы предприятий от других понятий и найти ракурс под которым рассматриваться процесс управления финансовыми ресурсами предприятий.

По нашему мнению, всех ученых-исследователей экономической природы финансовых ресурсов предприятий можно подразделить на тех, которые рассматривают финансовые ресурсы с точки зрения предприятий (на микроуровне) и тех, которые рассматривают эту экономическую категорию со стороны государства (на макроуровне), что и приведены в таблице.

Казалось бы, финансовые ресурсы предприятий следует рассматривать именно с точки зрения предприятия (на микроуровне). Но это не так, потому что выбор уровня, на котором должны рассматриваться финансовые ресурсы зависит от цели их рассмотрения и для оптимизации предприятием структуры финансовых ресурсов, повышение эффективности их использования (микро-уровень) или для определения финансовых ресурсов предприятия в финансовой системе государства.

Исходя из необходимости соблюдения таких требований к трактовке экономических категорий, как четкость, лаконичность, указание предмета характера и цели экономических отношений, а также рассмотренных определений понятия «финансовые ресурсы предприятий» отечественных и зарубежных экономистов, по мнению автора, на макроуровне финансовыми ресурсами предприятий следует понимать совокупность денежных средств в фондовой, или материализованной форме, которые формируются в процессе распределения и перераспределения валового внутреннего продукта с целью обеспечения расширенного воспроизводства и удовлетворения других общественных потребностей.

Таблица

Макроуровень	Микроуровень
<p>Сенчагов В.К. – «Финансовые ресурсы народного хозяйства представляют собой совокупность денежных накоплений, амортизационных отчислений и других денежных средств, которые формируются в процессе создания распределения и перераспределения общественного продукта».</p> <p>Завгородний Т.С., Вознюк Г.Л., Смोजенко Т.С. – «Совокупность средств, находящихся в распоряжении государства и субъектов хозяйствования».</p> <p>Павлюк К.В. – «Это денежные накопления и доходы, которые образуются в процессе распределения и перераспределения валового внутреннего продукта и сосредотачиваются в соответствующих фондах для обеспечения непрерывности расширенного воспроизводства и удовлетворения других общественных потребностей».</p> <p>Буряковский В.В. – «Финансовые ресурсы предприятий – это денежные фонды целевого назначения, которые формируются в процессе распределения и перераспределения национального богатства, валового внутреннего продукта, национального дохода и используются для осуществления уставных целей предприятия».</p> <p>Зятковский И.В. – «Финансовыми ресурсами предприятия можно считать совокупность денежных фондов целевого назначения, сформированных в процессе распределения и перераспределения валового внутреннего продукта созданного на предприятии, которым оно распоряжается на правах собственности или полного хозяйственного ведения и использует на уставные нужды».</p>	<p>Учебник под. ред. Поддеригоина А.М. – «Под финансовыми ресурсами следует понимать денежные средства, имеющиеся в распоряжении предприятий. Таким образом к финансовым ресурсам относятся все денежные фонды и та часть денежных средств, которая используется в нефондовой форме».</p> <p>Опарин В.Н. – «Финансовые ресурсы – это сумма средств, направленных в основные средства и оборотные средства предприятия».</p> <p>Белолицкий В.Г. – «Финансовые ресурсы фирмы – это часть денежных средств в форме дохода и внешних поступлений, предназначенных для выполнения финансовых обязательств и осуществления затрат по обеспечению расширенного воспроизводства».</p> <p>Учебник под. ред. Н.В. Колчиной – «Финансовые ресурсы предприятия – это совокупность собственных денежных доходов и поступлений извне (привлеченные и заемные средства), предназначенных для выполнения финансовых обязательств предприятия, финансирования текущих затрат и затрат, связанных с расширением производства».</p> <p>Учебник под. ред. А.И. Волкова – «Финансовые ресурсы – это денежные средства, имеющиеся в распоряжении предприятия и предназначенные для осуществления текущих затрат и затрат по расширенному производству, для выполнения финансовых обязательств и экономического стимулирования работников».</p>

На микроуровне финансовые ресурсы предприятий представляют собой совокупность денежных средств, находящихся в фондовой, или не в фондовой форме, а также преобразованы в соответствующую материализованную форму, и предназначены для выполнения финансовых обязательств, осуществления текущих затрат и затрат по обеспечению расширенного воспроизводства.

Финансовые ресурсы субъектов хозяйствования является одним из важнейших звеньев финансовой системы России. Если их рассматривать на микро-и макроуровне, то их определения отличаются только характером и целью экономических отношений. То есть, если рассматривать финансовые ресурсы на уровне предприятия они формируются с целью выполнения финансовых обязательств, осуществления текущих затрат и затрат по обеспечению расширенного воспроизводства.

С целью улучшения финансовой деятельности на предприятиях целесообразно проведение всестороннего анализа финансовых ресурсов как в целом, так и отдельных их видов. Из этого следует необходимость определения суммы финансовых ресурсов, имеющихся в распоряжении предприятия. Решению этой проблемы способствует их классификация по однородным признакам. Вопросы классификации финансовых ресурсов предприятий освещены в работах многих экономистов.

Нами предлагается классификация по 6 признакам: по источникам формирования, по назначению, по материально-вещественной структуре, круговоротом, по месту привлечения, по степени срочности погашения, и приведены на рис. 1.

По нашему мнению, при разработке классификации финансовых ресурсов предприятия целесообразно учитывать такие аспекты, как:

- 1) определение цели которой разрабатывается классификация;
- 2) четкость и лаконичность понятийно-категориального аппарата;
- 3) осуществление классификации по различным признакам;
- 4) привязка классификации к источникам информации;
- 5) учет особенностей деятельности предприятия.

Связывание групп, а также видов финансовых ресурсов в единых источниках информации позволяет расширить практическое использование, а также систематизирует систему управления финансовыми ресурсами, в том числе и для общего анализа, а также и для отдельных её видов.

Существуют минимальные обязательства у компании по начислению заработной платы сотрудникам, задолженность по налогам и сборам в бюджет, задолженность перед покупателем для возвратной тары и других ресурсов которые предприятия должны ежемесячно отчислять в соответствующий бюджет.

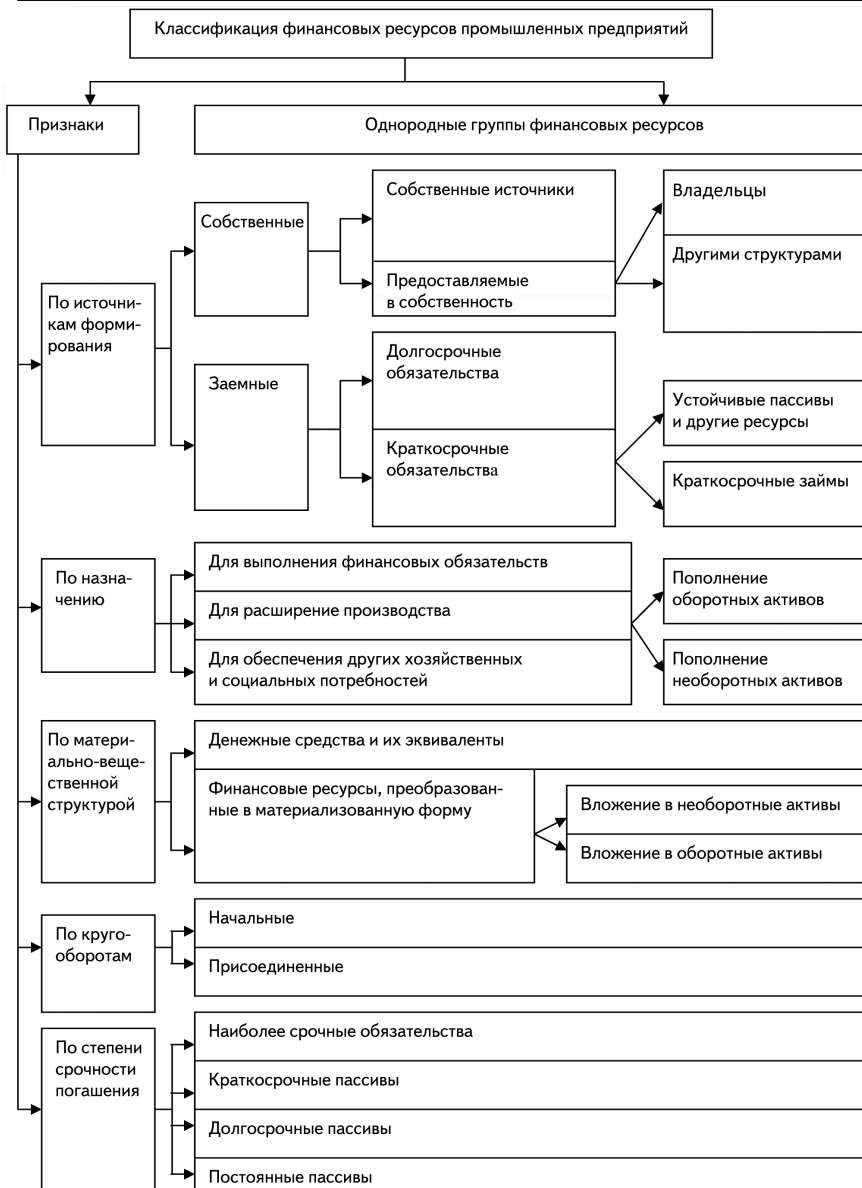


Рис.1. Многокритериальная классификация финансовых ресурсов промышленных предприятий ¹

¹ Разработано автором.

Конечно, каждую группу финансовых ресурсов необходимо выделить. Но вопрос в том собственные или заемные средства содержатся в каждой конкретной группе.

Классификация финансовых ресурсов предприятий по назначению продублирована в их определении, где указана цель их формирования и использования (для выполнения финансовых обязательств, для обеспечения расширенного воспроизводства, для удовлетворения других хозяйственных и социальных потребностей).

По материально-вещественной структурой финансовые ресурсы подразделяются на денежные средства и их эквиваленты, то есть те финансовые ресурсы, которые находятся в денежной форме, на текущем счете или в кассе и не приносят дохода и на капитал, то есть финансовые ресурсы, вложенные в оборотные и внеоборотные активы и приносят доход.

Более подробно состав источников финансовых ресурсов приведен на рис.2.

В настоящее время, во время рыночной экономики, в отличие от советского периода, сущность экономической категории «капитал» рассматривалась, как отечественными специалистами так и экономистами из других стран СНГ.

В отечественной и зарубежной литературе встречаются понятия «капитал», «финансовый капитал», «рабочий капитал». Есть ли различия между ними?

подавляющее большинство экономистов придерживаются единого мнения относительно понятия «капитал», определяя его, как деньги или часть финансовых ресурсов или материальные, денежные, финансовые вложения пущены в оборот и доходы, они приносят.

Некоторые ученые в состав капитала не включают доходы, которые он приносит в процессе обращения, т.е. приращенных стоимость. В определении других авторов прослеживается цель использования капитала, то есть получение прибыли, хотя капиталом эти авторы считают все вложенные средства, а не средства, которые находятся в обращении. По мнению автора, все вложенные средства — это общая сумма финансовых ресурсов, а та их часть, которая находится в обращении — это капитал.

В зарубежной экономической литературе эти две экономические категории не отождествляются, не существует и единого определения понятия «финансовый капитал».

Основываясь на определениях зарубежных ученых автор предлагает такое определение: «Финансовый капитал — это часть финансовых ресурсов в виде взносов собственников и акционеров, долгосрочных и краткосрочных кредитов, займов».



Рис. 2. Формирование ресурсов промышленных предприятий ²

Рабочий капитал большинство ученых трактуют как разность между оборотными активами и краткосрочными обязательствами, то есть рабочий капитал – это собственные оборотные средства.

² Разработано автором.

Классификация финансовых ресурсов по целям при анализе ликвидности предприятия (рис. 3).

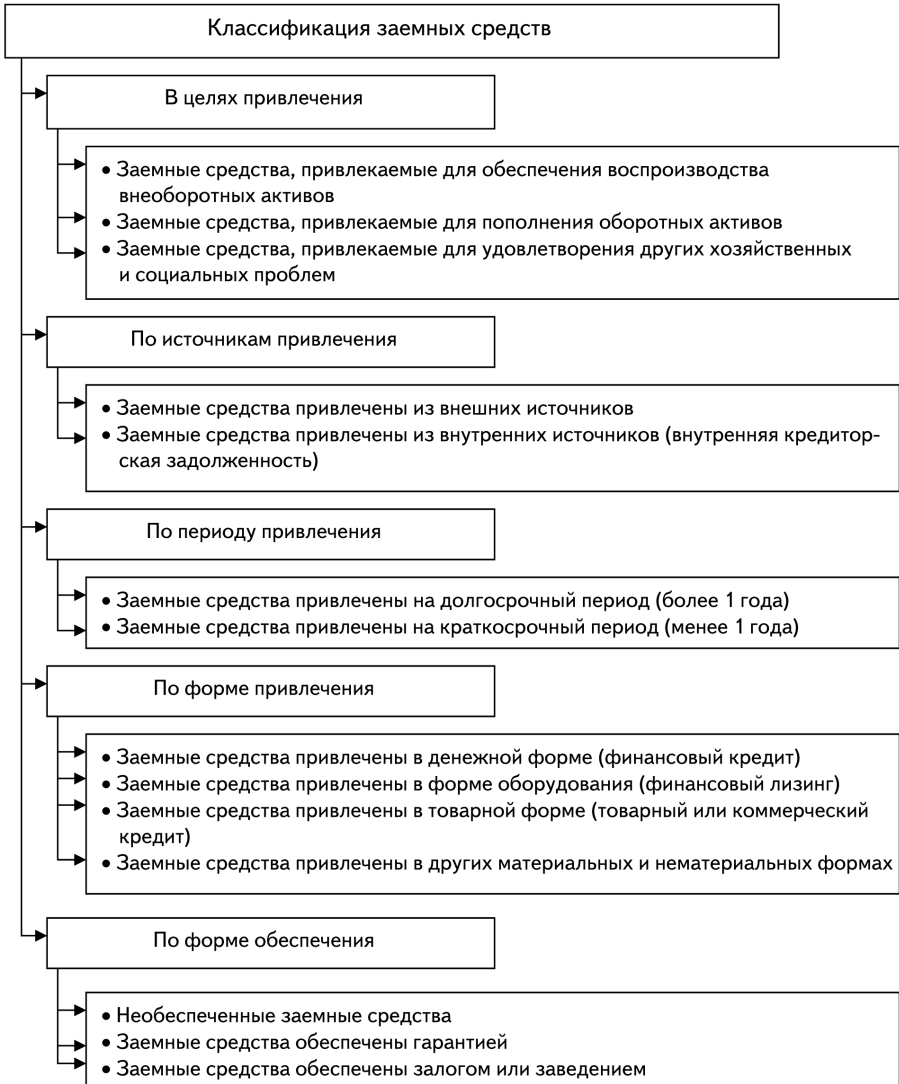


Рис. 3. Классификация заемных средств, привлеченных предприятием ³

³ Разработано автором.

По нашему мнению необходимо рассматривать понятие «круговорот финансовых ресурсов предприятий», как непрерывный процесс формирования и использования финансовых ресурсов предприятий с целью получения прибыли, сопровождается последовательным их преобразованием из одной формы в другую.

Процесс кругооборота финансовых ресурсов предприятий, предложенный автором имеет четыре стадии.

Первая стадия называется «формирование финансовых ресурсов». Любое предприятие может начать свое функционирование только при условии его достаточной обеспеченности финансовыми ресурсами, источниками формирования которых является собственный капитал (т.е. нераспределенная прибыль, уставный капитал, добавочный, резервный капитал) долгосрочные заемные средства, краткосрочные заемные средства, кредиторская задолженность перед поставщиками, бюджетом, не бюджетные фондами, с внутривозрастных расчетов, по заработной плате, а также доходы будущих периодов.

Если обобщить, то источниками формирования финансовых ресурсов предприятий являются собственные и приравненные к ним, а также привлеченные средства. С одной стороны, чем выше будет процент собственных финансовых ресурсов, тем выше будет финансовая устойчивость, платежеспособность предприятия. С другой стороны предприятие остается без такого важного источника финансирования, как привлеченные средства, а значит и без потенциальной прибыли. На этой стадии финансовые ресурсы находятся в денежной форме. При рассмотрении первой стадии кругооборота возникает вопрос: «Какой должна быть оптимальная структура финансовых ресурсов?»

Сумма наличных денежных средств должен обеспечить соблюдение оптимального значения коэффициента абсолютной ликвидности.

Именно на этой стадии прослеживается необходимость разграничения понятий «круговорот финансовых ресурсов» и «кругооборот капитала», исходя из утверждения, что в состав финансовых ресурсов входит капитал, который приносит доход и денежные средства.

Итак, рассматривая первую стадию, по мнению автора, можно говорить о круговороте финансовых ресурсов, поскольку формируется общая их сумма, а начиная со второй стадии, речь может идти лишь о кругообороте капитала, поскольку денежные средства, не преобразованы в овеществленную форму далее в процессе круговорота не принимают участия.

Вторая стадия называется «Использование финансовых ресурсов». Они могут оставаться в виде денежных средств или превращаться в овеществленную форму, т.е. оборотные и внеоборотные активы с целью получения дохода.

Третья стадия производства, оптимальная продолжительность которой достигается путем сбалансированной работы всех структурных подразделений предприятия, предотвращения внутрисменных и межструктурных простоев. На этой стадии основной капитал в виде амортизационных отчислений, средства в виде заработной платы, производственные запасы превращаются в товарную форму, т.е. в готовую продукцию, часть их остается в виде незавершенного производства. На этой стадии остро стоит вопрос оптимизации длительности производственного процесса.

Четвертая стадия реализации, от длительности которого зависит скорость оборота финансовых ресурсов, поэтому такого важного значения приобретает сбытовая политика предприятия, управление дебиторской задолженностью, которая на протяжении 2006–2008 годов имела в России значительные темпы роста. Так, начиная с 2006 года наибольший удельный вес в структуре оборотных средств занимает дебиторская задолженность, причем каждый она растет.

Рост удельного веса дебиторской задолженности в структуре оборотных средств предприятия, наличие просроченной дебиторской задолженности приводит к значительному замедлению платежного оборота предприятий, отвлечение средств от процесса производства. Во избежание этих негативных последствий на предприятии должна быть разработана взвешенная кредитная политика по отношению к дебиторам, основными направлениями которой являются:

- 1) оценка кредитоспособности дебиторов, их репутации, сравнение с другими потенциальными дебиторами;
- 2) более жесткая система кредитных условий, которая обусловлена тем, что большие размеры дебиторской задолженности, длительные сроки ее погашения ведут к увеличению продолжительности кругооборота финансовых ресурсов;
- 3) использование форм рефинансирования дебиторской задолженности, т.е. факторинговых, форфейтинговых операций, оформление векселей и их продажу, что с одной стороны позволяет сократить длительность процесса реализации, а с другой предприятие теряет 10–30% от общей суммы дебиторской задолженности.

Итак, с точки зрения кругооборота финансовых ресурсов деятельность предприятий представляет собой процесс непрерывной трансформации одних видов ресурсов в другие. А главной задачей предприятий является оптимизация процесса кругооборота, как в целом, так и на отдельных его стадиях. Поэтому возникает необходимость управления преобразованием одних видов ресурсов в другие. Таким образом, в основу разработки организационно-экономического механизма должен быть положен подход к управлению финансовыми ресурсами, как динамической составляющей потоковых процессов предприятия.

Саввина О. В.
кандидат экономических наук, доцент, докторант,
РЭУ им. Г. В. Плеханова

Глобальный финансовый капитал

Статья посвящена исследованию понятия глобального финансового капитала, определены его особенности и функции. Дана оценка тенденций развития глобальных финансов, а также условий функционирования глобального финансового капитала.

Ключевые слов: *глобальный финансовый капитал, финансовая глобализация, финансовая конвергенция, финансовая регионализация, системно значимые финансовые институты, финансовый конгломерат, сетевые финансы.*

Global financial capital

The article is devoted to research the notion of global financial capital, its features and functions are determined. The assessment of tendencies in global finance and conditions of global financial capital functioning is provided.

Keywords: *global financial capital, financial globalization, financial convergence, financial regionalization, systemically important financial institutions, financial conglomerate, network finance.*

Новые реалии конца XX и современного периода XXI веков характеризуются углублением и нарастанием тенденций глобализации, которые усиливаются, качественно и количественно усложняются под влиянием развития информационных технологий, сетевой экономики, интеграционных процессов в различных областях международных отношений. Последний глобальный кризис окончательно установил абсолютный приоритет в поведении всех без исключения участников мирового сообщества, во всех областях жизнедеятельности, на всех уровнях — борьба с рисками. Этот приоритет — риски — преобразовался в ключевую идею многих научных дисциплин, не только экономического, но и социального, политического содержания, а также является объектом управленческой деятельности в предпринимательских, государственных структурах.

При этом сохранился и приобретает новые качественные и количественные характеристики базовый элемент рыночной экономики — капитал, относительно которого все остальные являются производными. В эпоху расцвета глобализации и нарастающих рисков актуальной представляется теория глобальных финансов (вслед за классической и неоклассической), в центре которой — две базовые категории глобального финансового капитала (ГФК) и системных финансовых рисков.

Исследование этих фундаментальных понятий позволяет, на наш взгляд, всесторонне охарактеризовать современную картину глобального финансового мира.

ГФК есть эволюционная форма финансового капитала, образовавшегося в процессе слияния промышленного и банковского капитала периода монополистического капитализма, адаптировавшаяся к современным условиям финансовой глобализации.

Как ни странно, понятие глобального финансового капитала до сих пор не нашло глубокого теоретического осмысления в исследованиях экономистов. Проблемы финансовой глобализации, финансовой экономики, глобальных финансовых рынков изучены многими учеными, всесторонне раскрыты в многочисленных трудах. А *ГФК* как базисный элемент всех без исключения процессов в финансовой сфере не нашел отражения в экономической литературе. Между тем, наблюдающийся за несколько последних десятилетий беспрецедентный рост финансовых рынков, финансовых активов, капитализации компаний обуславливает всеобъемлющую, неограниченную и слабо регулируемую власть глобального финансового капитала. Эта власть в состоянии сокрушить не только целые национальные рынки и экономики суверенных государств, но и разрушить глобальную финансовую систему посредством реализации системных финансовых рисков.

Рассматривая понятие *ГФК*, следует обратить внимание на то, что традиционно определение «глобальный» по отношению к любому объекту, субъекту или явлению глобализации означает масштабность всеобщего охвата стран, территорий, т.е. общепланетарную распространенность. Однако целесообразно сделать акцент при анализе *ГФК* не столько на трансграничную мобильность, сколько на глобальность его влияния на мировую экономику, политику, практически все без исключения процессы развития во всех областях жизни. Более того, будет вернее говорить о его глобальности как потенциале всеобщего влияния (как позитивного, так и негативного, в зависимости от многих факторов) на современный и стратегический векторы развития мира. Влияние может быть как позитивным (созидательным, развивающим), так и негативным (разрушительным, угрожающим).

ГФК создает новые рабочие места, обеспечивает доходы участников производства, операций, сделок, стимулирует развитие инновационных финансовых технологий, инструментов, формирует на этой основе новые сегменты рынка и виды финансовых институтов, усиливает рыночные взаимосвязи, взаимозависимости и т.д.

ГФК угрожает целостности финансовых систем, концентрируясь в одних руках и монополизируя рынок, содействует перегреву экономики и развитию спекулятивных сегментов рынка, обслуживает теневую экономику и нелегитимную деятельность недобросовестных экономических субъектов, инициирует системные финансовые риски.

Как же определить ГФК? Правомерно предложить несколько определений этого понятия.

ГФК — это стоимость совокупности накопленных в глобальной экономике денежных ресурсов, приносящих доход их владельцам в результате управленческой деятельности, осуществляемой самими собственниками капитала или третьими лицами (доверенными, управляющими).

ГФК — это капитал финансовых конгломератов, относящихся к категории системно значимых глобальных финансовых институтов. Их перечень составляется и ежегодно обновляется СФС и объединенным форумом международных финансовых организаций¹. Понятие «финансовый конгломерат» и его характеристики зафиксированы в официальных документах на глобальном уровне.

ГФК — это экономическая категория финансового капитала, «работающего» в условиях глобализации, проявляющаяся в финансовых отношениях между государственными, частными и общественными субъектами.

ГФК — это источник (носитель) системных финансовых рисков в глобальной экономике, угроз стабильности глобальной финансовой системы.

ГФК — это «цементирующий материал» сетевой экономики мира, ее кровеносная система, перекачивающая по своим каналам триллионы денежных единиц в разных резервных валютах.

ГФК — это объект глобального управления системными финансовыми рисками, предполагающего разработку и внедрение требований к капиталу, рисков накопления и использования капитала, процедур и способов слияния капитала и банкротства его держателей.

Если раньше функциями финансового капитала считались воспроизведение стоимости, накопление, обеспечение рабочих мест, то *в современных условиях ГФК выполняет следующие функции.*

1. *Инициация системных финансовых рисков.*

¹ Объединенный форум был создан в 1996 г. под эгидой Базельского комитета по банковскому надзору, Международной организации комиссий по ценным бумагам и Международной ассоциации органов страхового надзора. / http://iosco.org/joint_forum/

2. *Пространственная*. По мнению Миргородской Е.О., глобальный финансовый капитал управляет процессами экономического, общественного (институционального и социокультурного) развития территорий, способен воспроизводить центрo-периферийную структуру национального и глобального пространства, что усиливает асимметрию распределения богатства между частями мира, региональными группировками и отдельными государствами. Вхождение в глобальную экономику или в большие экономические пространства на правах периферии ставит экономики отдельных стран в условия жесткой глобальной конкуренции, активного проникновения в них глобального финансового капитала и включения в состав больших экономических структур, сетевым образом охватывающих пространство².

3. *Интеграционная* (если раньше финансовый капитал позволял формировать новые сегменты финансового рынка посредством инновационных финансовых инструментов, то сегодня границы между сегментами стираются, налицо эффект конвергенции, т.е. взаимопроникновения рынков, консолидация инструментов).

4. *Виртуализация* (отрыв от реальной экономической материальной основы, преобладание электронных носителей информации о капитале и его параметрах, электронные финансовые рынки).

5. *Институциональная* (формирование новых глобальных финансовых институтов, способных управлять ГФК, а также наднациональных структур глобального финансового регулирования).

Финансовая глобализация обеспечивает свободный переток глобального финансового капитала между странами и регионами мира, в том числе по планетарным электронным сетям, функционирование глобального финансового рынка, формирование системы наднационального регулирования мировой финансовой системы, реализацию глобальных финансовых стратегий ТНК и ТНБ. Она проявляется в функционировании глобальных финансовых рынков, глобальных субъектов, оперирующих на рынках в виде ТНК, ТНБ, финансовых конгломератов, правительств и центральных банков национальных государств, международных финансовых организаций и др., использовании глобальных финансовых инструментов как глобальных продуктов — объектов купли-продажи на глобальных финансовых рынках (деньги, инвестиции, кредиты, ценные бумаги, особенно рисковые активы, секьюритизированные ссуды и др.), а также финансовых технологий в форме глобальных финансовых страте-

² Миргородская Е.О. Эволюция финансового капитала в условиях глобализации. Автореф. дис. доктора экон. наук. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2007.

гий корпораций, глобальных электронных финансовых сетей, глобальной системы информационного обеспечения, финансовых инноваций и др.³

Приведенная цитата автора была сформулирована несколько лет назад, в разгар глобального кризиса и по-прежнему отражает, на наш взгляд, фундаментальные характеристики финансовой глобализации. Вместе с тем, динамичные процессы в области финансов настолько быстро набирают темпы, что правомерно дополнить известные характеристики некоторыми новациями и проявлениями глобальных процессов в финансовой сфере, которые сформировались в период кризиса и в посткризисные годы.

1. *Беспрецедентный рост глобальных финансов*, который формирует новые вызовы для регулирования, мониторинга развития мировой финансовой системы. Хейфец Б. со ссылкой на McKinsey Global Institute отмечает, что финансовая глубина экономики (соотношение традиционных финансовых активов и мирового ВВП) выросла с 261% в 1990 г. до 356% в 2010 г.⁴

2. *Перераспределение «финансовой силы» в мире, перенаправление глобальных финансовых потоков из развитых стран в развивающиеся.*

По оценкам международных экспертов, половина глобальных потоков ПИИ в ближайшие годы будет направляться в развивающиеся страны и страны с переходной экономикой, что подчеркивает ту важную роль, которую ПИИ могут играть в развитии, в том числе в наименее развитых странах. На долю развивающихся стран и стран с переходной экономикой в 2011 г. пришлось соответственно 45% и 6% глобальных ПИИ: совокупный приток ПИИ в них достиг нового рекордно высокого уровня, 777 млрд. долл., увеличившись на 12%⁵. Согласно прогнозам ЮНКТАД, в течение ближайших трех лет высокий уровень инвестиций в эти страны сохранится. Инвестиции в новые проекты, которые сокращались в стоимостном выражении в течение двух лет подряд, в 2011 г. твердо держались на отметке 904 млрд. долл. В 2011 г. более двух третей от общей стоимости инвестиций в новые проекты по-прежнему приходилось на долю развивающихся стран и стран с переходной экономикой. По показателям разработанного ЮНКТАД индекса привлечения ПИИ, который измеряет успешность стран в при-

³ Хоминич И.П., Саввина О.В. Государственный кредит в условиях финансовой глобализации: Учеб. пособ. М.: Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2010. С. 12–13.

⁴ Хейфец Б. Риски долговой политики России на фоне глобального долгового кризиса // Вопросы экономики, 2012, № 3. С. 80.

⁵ UNCTAD, World Investment Report 2012.

влечении ПИИ (комбинированный показатель общего притока ПИИ и их притока по отношению к ВВП), в десятку лидирующих в рейтинге стран входят восемь развивающихся стран и стран с переходной экономикой, тогда как десять лет назад их было только четыре.

3. *Слияние национальных политических властей и международных финансовых сил, превращение их в наднациональный финансово-политический альянс, нацеленный на решение задач планетарного масштаба.* Мировое сообщество в целом и правительства стран, реагируя на вызовы глобального кризиса и руководствуясь решениями Совета по финансовой стабильности (СФС), проводят реформы национальных финансовых регуляторов. К полномочиям СФС относится координация деятельности национальных финансовых властей и международных институтов, устанавливающих стандарты в области финансов на международном уровне ⁶.

4. *Всеобщий акцент на защитные финансовые механизмы, который трансформируется в различные формы – гарантийные фонды, страховые механизмы и т.д.* Защита клиентов системно значимых финансовых институтов (вкладчиков, страхователей, держателей паев, ценных бумаг) представляет собой приоритетное направление регулирования. На национальном уровне защиту потребителей финансовых услуг призваны обеспечивать, в первую очередь, системы страхования депозитов⁷. В 2009 г. Базельский комитет и Международная ассоциация страховщиков депозитов (МАСД) разработали «Основопологающие принципы для эффективных систем страхования депозитов»⁸ как методологию оценки соблюдения требуемых норм в этой области.

В свете продолжающейся в СФС и международных финансовых организациях работе над проблемой защиты потребителей финансовых услуг показателен и полезен опыт соответствующих реформ в Евросоюзе и США. В 2010 г. Европейская комиссия опубликовала проект новой редакции Директивы ЕС по страхованию депозитов с серьезными изменениями. Они направлены на реформирование и дальнейшую унификацию систем гарантирования депозитов стран-членов ЕС с перс-

⁶ Financial Stability Board (FSB) – создан в рамках Группы 20 на Лондонском саммите в апреле 2009 г. Overview of the Financial Stability Board / <http://www.financialstabilityboard.org/about/overview.htm>

⁷ В официальных документах и иных источниках используются термины «страхование депозитов», «гарантирование депозитов» или «компенсации по депозитам», которые являются синонимами.

⁸ Core Principles for Effective Deposit Insurance Systems. Basel Committee, International Association of Deposit Insurers (IADI), Basel, 2009. / <http://www.iadi.org/index.html>

пективной создания в дальнейшем единой общеевропейской системы. В США в июле 2010 г. начал действовать комплекс законов под общим названием «Закон Додда-Фрэнка о реформе Уолл-стрит и защите потребителей»⁹. В соответствии с ними создан Совет по надзору за финансовой стабильностью во главе с министром финансов и участием председателя Федеральной корпорации по страхованию депозитов США (FDIC), а также Бюро по защите потребителей финансовых услуг.

5. *Существенное усиление процессов финансовой регионализации.* Еще одной яркой чертой глобальных финансовых процессов стала активизация региональной компоненты за счет создания так называемых региональных финансовых инициатив в рамках существовавших уже региональных объединений стран. Финансовый регионализм как явление появился недавно. В июне 2012 г. на саммите Группы 20 в Лос-Кабосе (Мексика) отмечалось растущее значение эффективных глобальных и региональных сетей финансовой безопасности. В научной литературе получило также распространение понятие «региональные финансовые кластеры». Сложилась тенденция формирования финансовых антикризисных механизмов для действующих объединений государств (МЕРКОСУР, АСЕАН, ЛАГ и т.д.) с целью защиты экономик стран-членов от угроз. Среди ряда стран Латинской Америки еще в 1950-е гг. были сформированы механизмы клиринга по внутри региональным расчетам, созданы два банка развития и Латиноамериканский резервный фонд (ЛАРФ). В ЕС с мая 2010 г. действовал региональный финансовый механизм Европейский фонд финансовой стабильности (European Financial Stability Facility, EFSF), который в середине 2013 г. заменен постоянным фондом — Европейский механизм стабильности (European Stability Mechanism, ESM). Страны АСЕАН, точнее министры финансов 13-ти азиатских стран в 2009 г. подписали соглашение «Инициатива Чанг Май» по созданию антикризисного валютного фонда. Он пришел на смену существовавшей ранее схеме двусторонних валютных свопов, трансформировав ее в мощный механизм аккумуляции ресурсов для борьбы с кризисами краткосрочной ликвидности и перевода на более высокий уровень финансового сотрудничества внутри Азиатского региона¹⁰.

⁹ Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act. Public Law 111-203, 111th Congress.

¹⁰ The Establishment of The Chiang Mai Initiative Multilateralization (Joint Press Release) — Министерство финансов Сингапура / http://app.mof.gov.sg/newsroom_details.aspx?news_sid=20091228858850831466; Министерство стратегии и финансов Республики Корея / http://english.mosf.go.kr/upload/mini/2012/05/FILE_A66G81_20120503182819_1.pdf

6. *Нарастающая интегрированность сегментов глобального финансового рынка.* Она предполагает универсализацию финансовых институтов, «перекрестность» предложений финансовых продуктов между банковскими и небанковскими финансовыми посредниками, высокий уровень секьюритизации финансовых инструментов. Показательным в этом смысле являются статистические данные о как минимум десятикратном соотношении объема сделок с производными инструментами и мирового ВВП, а также соотношении активов и деривативов шести крупнейших банковских учреждений США (рис. 1) ¹¹.



Рис. 1. Объем активов и деривативов шести крупнейших банков США (трлн. долл.)

Таким образом, сформировалась тенденция *финансовой конвергенции*, содержание которой состоит в размывании границ между различными частями финансовой системы, во всех формах взаимопроникновения между поставщиками финансовых услуг и интегрированным спросом на финансовые продукты. Конвергенция в среде финансовых посредников возможна в двух видах: путем совместного участия в собственном капитале; через создание и продвижение совместного продукта.

Взаимопроникновение различных секторов финансовой системы или финансовая интеграция имеют три аспекта: институциональный, связанный с организационно-функциональной формой компании (банковский холдинг, финансовая группа, страховая группа и т.д.), продуктоориентированный (кросс-секторальный), означающий слияние и взаимопроникновение собственно финансовых услуг (банкострахование, пенсионные продукты в форме ценных бумаг, структурированные

¹¹ Ершов М. Мировая экономика: перспективы и препятствия для восстановления. // Вопросы экономики, 2012, № 12. С. 70–71.

продукты, секьюритизированные кредиты и т.д.); клиентоориентированный, предполагающий комплексную продажу финансовых услуг при помощи посредников – брокеров¹².

7. *Сетевой характер финансовой экономики, финансовых рынков.* Пожалуй, это и есть самая яркая черта современной финансовой глобализации – мировая финансовая система представляет собой некую конфигурацию многочисленных взаимосвязей. Не случайно МВФ определяет финансовую глобализацию как *степень связи* стран через взаимное трансграничное владение финансовыми активами. Финансовая глобализация «де-факто» представляет собой отношение абсолютной суммы внешних активов и пассивов страны (или группы стран) к ее (их) совокупному ВВП¹³.

Таким образом, в условиях новых тенденций развития глобальных финансов происходит движение глобального финансового капитала. И сам капитал, и его движение порождают риски. ГФК способен присутствовать одновременно в различных ипостасях, в разных регионах мира, преимущественно в виртуальной электронной форме, оказывать гигантское влияние на всех субъектов рынка, наконец, формировать вектор развития мировых финансовых процессов. ГФК, образно выражаясь, есть двигатель современной истории финансового мира и в то же время потенциальный источник его возможной гибели.

Используемые источники

1. Ершов М. Мировая экономика: перспективы и препятствия для восстановления // Вопросы экономики, 2012, № 12.
2. Каваи М., Ломбарди Д. Финансовый регионализм // Финансы и развитие, Сентябрь, 2012.
3. Карпунин В.И., Челоянц Г.Г. Финансовая глобализация и проблема обеспечения устойчивости национальных финансовых систем // Валютное регулирование и валютный контроль, 2012, № 2.
4. Саввина О.В. Защита потребителей финансовых услуг в регулировании деятельности системно значимых финансовых институтов // Вестник Российского Экономического Университета имени Г.В. Плеханова, 2012, № 10.
5. Хейфец Б. Риски долговой политики России на фоне глобального долгового кризиса // Вопросы экономики, 2012, № 3.

¹² Чернов И.М. Формирование мирового страхового рынка в условиях глобализации / <http://intertrans.ru/books/chernov-im/152-integratsiya-finans>

¹³ Карпунин В.И., Челоянц Г.Г. Финансовая глобализация и проблема обеспечения устойчивости национальных финансовых систем. // Валютное регулирование и валютный контроль, 2012, № 2. С. 12 со ссылкой на: Исследовательская группа МВФ о финансовой глобализации. // БИКИ, 2007, № 129. С. 4–6, 16.

Стоянова О. В.
кандидат экономических наук, доцент,
ФГБОУ ВПО «Национальный исследовательский
университет «МЭИ», филиал (г. Смоленск)

Особенности формирования системы целей для проектов в сфере наноиндустрии

Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 11-07-00241-а

Рассмотрены особенности характеристик системы целей проектов наноиндустрии в зависимости от рассматриваемой перспективы их развития. Описаны три варианта влияния целей зоны перспективного развития на решение задачи оптимального планирования проектов в ресурсно-временном пространстве.

Ключевые слова: управление проектами, проекты в сфере наноиндустрии, система целей проекта.

Distinctive features of goal system formation for projects in the field of nanoindustry

The article considers distinctive features of goal system for projects in the field of Nanoindustry depending on considered outlooks of project development. Three variant of perspective development zone goals impact on the solution of the problem of optimal project planning in resource and time space are described.

Keywords: project management, projects in the field of Nanoindustry, project goal system.

Система целей является базисом управления проектами в любой сфере. От правильности формирования подобной системы зависит как эффективность управления, так и возможность успешной реализации проекта. Для решения данной задачи используются различные методы, в том числе, широко известный метод «дерева целей», для которого предложены модификации, учитывающие особенности той или иной предметной области¹.

Проекты в сфере наноиндустрии существенно отличаются от проектов в прочих сферах по целому ряду параметров². Одним из таких от-

¹ Стоянова О.В., Зайцев О.В. Метод «дерева целей» для оценки эффективности использования информационных ресурсов // Программные продукты и системы. 2009. № 3. С. 14; Гимаров В.А., Дли М.И., Круглов В.В. Задачи распознавания нестационарных образов // Известия Российской академии наук. Теория и системы управления. 2004. № 3. С.13.

² Meshalkin V.P., Stoyanova O.V., Dli M.I. Project management in the nanotechnology industry: specifics and possibilities of taking them into account // Theor. Found. of Chem. Eng. 2012. V. 46. № 1. P. 50.

личий является то, что имеют развивающийся характер. Для проектов подобного рода могут быть определены только терминальные цели, что приводит к усложнению задач планирования, мониторинга и контроля, составляющих основу проектного управления³. В связи с этим, выбор методов и инструментов управления проектами nanoиндустрии целесообразно осуществлять с учетом перспектив развития, формирующих, так называемые зоны развития (ближайшего, упреждающего, перспективного). Выделенные зоны развития проектов дифференцируются не только на основании временных рамок, но и используемых подходов к описанию проекта как сложной системы. Это различие можно проследить и на примере характеристик системы целей (таблица 1).

Таблица 1

Характеристика целей проекта в зависимости от перспективы

Зона развития проекта	Характеристика целей
ближайшего развития (A0)	образуют систему с иерархической структурой
	могут быть строго определены в пространстве результатов и сроков с учетом ограничений внутренней и внешней среды
	вливают на выбор перспективных целей
упреждающего развития (A1)	образуют систему с динамической структурой и переменным составом элементов
	могут быть определены интервально
	оказывают непосредственное влияние на систему целей зоны ближайшего развития
перспективного развития (A2)	образуют множество элементов
	могут быть определены только качественно
	не оказывают влияния на систему целей зоны ближайшего развития

В большинстве случаев управление проектами ограничивается зоной ближайшего развития, при этом оптимизируются ресурсы и время, необходимые для достижения генеральной цели данного уровня. Данный подход обеспечивает нахождение локального экстремума в ресурсно-временном пространстве, тогда как глобальный оптимум может быть получен с учетом целей зоны упреждающего развития, которые влияют не только на оптимизируемые параметры, но и на пространство результатов ближайшего развития.

Представленный ниже рисунок 1 иллюстрирует возможные виды воздействия целей зоны упреждающего развития на оптимальное решение рассматриваемой задачи оптимизации во временно-ресурсном пространстве проекта.

³ Sarkisov P.D., Stoyanova O.V., Dli M.I. Principles of Project Management in the Field of Nanoindustry // Theor. Found. of Chem. Eng. 2013. Vol. 47. No 1. P. 31.

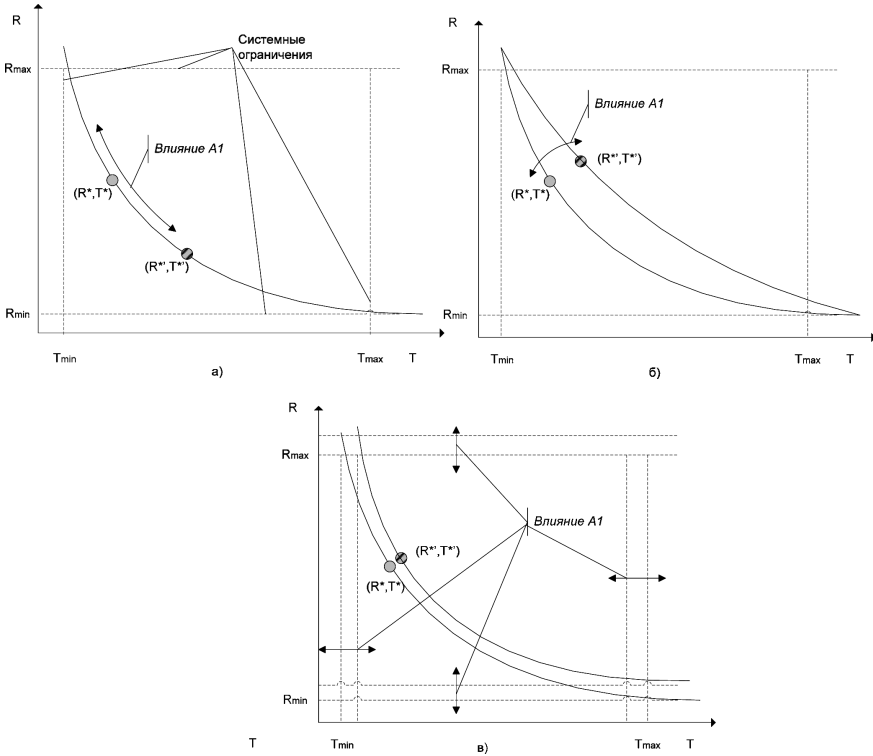


Рис. 1. Виды влияния целей упреждающего развития на оптимальное решение задачи проектного управления в зоне ближайшего развития

На рисунке а) показана ситуация, когда включение в рассмотрение целей A1 приводит к смещению точки оптимума вдоль кривой, изображающей функциональную зависимость между ресурсами – R и сроками проекта – T. Эта кривая является проекцией поверхности, описывающей эффективность реализации проекта, на плоскость (R-T).

Перемещение в сторону увеличения длительности, как правило, вызывается необходимостью перераспределения ресурсов для обеспечения их резерва, необходимого для достижения целей перспективного развития. Например, для проекта по созданию наноматериала с новыми эксплуатационными характеристиками целью перспективного развития может быть расширение сфер его практического применения. Для достижения данной цели необходимо проведение дополнительных исследований, ресурсы на проведение которых, резервируются внутри

проекта. Это приводит к уменьшению объема используемых ресурсов и увеличению длительности проекта в зоне ближайшего развития.

Перемещение в сторону сокращения длительности может быть проиллюстрировано примером необходимости скорейшего получения патента на ключевое решение в области нанотехнологий для обеспечения перспектив коммерциализации проекта в дальнейшем.

На рисунке б) показан случай изменения целевой функции, характеризующей эффективность реализации проекта, под влиянием целей перспективного развития. Так необходимость получения результата, соответствующего новым требованиям (например, увеличение сложности проектной документации), может привести к снижению производительности ресурсов (в данном случае человеческих), используемых для его создания. Возможно изменение и в обратном направлении.

Еще одним видом влияния перспективных целей на зону ближайшего развития является изменение граничных условий, как показано на рисунке в). Значение T_{\min} зависит от имеющихся ресурсов проекта и их производительности, T_{\max} учитывает проектные риски, значения R_{\min} и R_{\max} помимо перечисленного определяются ресурсными возможностями участников проекта. В наибольшей степени влиянию целей перспективного развития подвержено ограничение T_{\max} , поскольку при рассмотрении новых перспектив проекта система рисков может значительно измениться. Например, в случае анализа перспектив выхода на международные рынки, внешняя среда проекта расширяется, и к рискам отечественной экономики добавляются глобальные экономические риски.

С учетом сказанного, можно рекомендовать следующий алгоритм формирования системы показателей проектов наноиндустрии. На первом этапе проводится анализ зон развития проекта, и выделяются ключевые цели каждой из них. Далее осуществляется оценка характера влияния перспективных целей на зону ближайшего развития. С учетом выявленного влияния, корректируется состав целей данной зоны для каждого варианта. На следующем этапе производится идентификация целей ближайшего развития, и описываются структурные взаимосвязи между ними. Итогом является формализованное описание системы целей, представленное в нескольких вариантах, соответствующих различным целям перспективного развития. Возможно проведение дополнительной оценки данных вариантов по критерию достижимости с целью выбора одного из них. Этот вариант принимается за базовый и служит основой управления проектом.

Тарасов В. А.
соискатель,
Российская академия предпринимательства

Формирование методики предпродажной подготовки как фактор развития корпоративного финансового менеджмента

Комплексное проведение предпродажной подготовки достаточно трудоемкий процесс, включающий в себя как анализ существующего состояния активов, так и их последующую идентификацию в рамках сделки по слиянию и поглощению.

Ключевые слова: ценообразование; бизнес-диагностика; показатели стоимости активов; процесс реструктуризации; слияние и поглощение.

Formation of a technique of pre-sale preparation as a factor of development of corporate financial management

Complex carrying out pre-sale preparation rather labor-intensive process including both the analysis of the existing condition of assets, and their subsequent identification within the transaction on merge and absorption.

Keywords: pricing; business diagnostics; cost indexes of assets; restructuring process; merge and absorption.

Проведение предварительной оценки перспективности активов с точки зрения анализа внешней среды, включая предварительный анализ круга лиц, имеющих потенциальный интерес к данному активу, анализ уровня монополизации, диверсификации, возможности, экономической эффективности объекта в текущем состоянии и в результате его развития, позволяет составить общую картину предпродажной подготовки.

Именно в рамках предпродажной подготовки должна осуществляться бизнес-диагностика, для анализа ценообразующих факторов бизнес-единиц необходимо проводить в рамках бизнес-диагностики с целью выработки или выявления тех или иных способов достижения стратегических целей компании и целей роста стоимости соответствующих бизнес-единиц. В этой связи целесообразно для управления факторами бизнес-единицы сравнивать ценообразующий показатель деятельности со средним по отрасли и региону. Возможно построения матрицы с соответствующими осями «Конкурентная сила» и «Стратегическая деятельность», а также проведение анализа круга лиц, заинтересованных в приобретении активов.

В рамках анализа экономической эффективности использования активов следует определять соотношение затрат на управление активами по каждому классу. Однако для того чтобы понять и определить конкурентную позицию бизнес-единицы при подготовке инвестиционного решения, следует провести ситуационный анализ компании с учетом следующих последовательных этапов:

1 этап – оценка стратегии компании с учетом определения ключевых приоритетов в деятельности.

2 этап – проведение SWOT-анализа, который позволяет оценить конфигурацию сильных и слабых сторон компании, а также существующих возможностей и угроз внешней среды.

3 этап – оценка стоимостной позиции компании относительно существующих конкурентов.

4 этап – определение стратегических подходов и проблем компании.

Для каждого типа бизнес-единицы в целях проведения экспресс-анализа перспективности реализации актива, инструментов и методов повышения его стоимости целесообразно разработать систему показателей, характеризующих рыночную и инвестиционную стоимость актива с выделением стоимостей затратным, сравнительным и доходным подходами.

По итогам определения конкурентной позиции компании следует провести более детализированный анализ портфеля активов на основе ключевых показателей стоимости для различных групп активов, пример проведения такого анализа мы также рассматривали ранее в нашей работе.

Концептуально, порядок определения ключевых показателей стоимости активов может включать следующие основные этапы.

1 этап – Определение среднерыночной доходности каждого актива при его текущем использовании.

2 этап – Определение максимально возможной доходности (инвестиционной стоимости) для каждого актива при его текущем использовании, сопоставление параметра актив/бизнес-единица.

3 этап – Определение периода достижения максимально возможных доходностей каждого актива при его текущем использовании.

4 этап – Определение прироста доходности каждого актива на прогнозный год, следуя графику повышения стоимости/доходности актива.

5 этап – Сопоставление рисков по каждому активу на основе количественных измерений.

6 этап – Определение потребности в финансовых ресурсах для основного бизнеса на первый прогнозный год и потребности в финансо-

вых ресурсах для инвестирования в активы с целью увеличения их стоимости.

7 этап – Выбор к реализации активов с наименьшими приростами стоимости на прогнозный год на сумму потребностей в финансовых ресурсах для основного бизнеса на первый год и провести расчет по прогнозируемому инвестированию средств в эти активы согласно принципам и методам построения оптимального портфеля.

Портфельный анализ должен базироваться на предварительно разработанной корпоративной стратегии развития компании в целом. Это обусловлено тем, что портфельная стратегия является дополняющей и формируется в соответствии с генеральным направлением развития компании в том случае, если она является многопрофильным, производящим несколько видов продукции (работ, услуг) и/или функционирующего на нескольких рынках, то есть содержит определенный набор бизнес-единиц.

Спектр инструментов портфельного анализа весьма разнообразен. Однако чаще всего используют три типа матриц портфеля – матрицу роста-доля, разработанную Boston Consulting Group (BCG); матрицу привлекательности отрасли – сильные стороны компании, предложенную General Electric, и матрицу жизненного цикла отрасли Хофера-Литгла А.Д.

Как отмечает Воронина В.М.¹, многомерные (матричные) методы могут включать: матрицу «МакКинси» («экран бизнеса»); матрицу БКГ (Бостонской консалтинговой группы), SWOT-анализ и др. Матрица «МакКинси» («экран бизнеса») используется при анализе рынка по двум направлениям: оценка привлекательности отрасли для конкретной организации и оценка конкурентоспособности данной организации. Матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы) базируется на двух основных критериях: доле и росте рынка. Матрица БКГ имеет многоцелевое назначение. На основании матрицы можно оценить деятельность предприятия, его потенциальную несостоятельность и/или возможность избежать несостоятельности путем формирования оптимального ассортимента и сбалансированной программы выпуска продукции. При оценке ситуации, нацеленной на прогнозирование банкротства хозяйствующих субъектов, матрицу «МакКинси», матрицу БКГ нужно использовать в сочетании с анализом динамики продаж (в физическом и стоимостном выражении).

¹ Воронина В.М. Прогнозирование банкротства промышленных предприятий с помощью количественных и качественных методов анализа: проблемы теории и практики// Экономический анализ: теория и практика. № 18. 2007. С. 46–49.

Аналогичным образом может быть построена матрица «Темп роста активов/Рентабельность активов» и пр. Таким образом, выбор показателей, характеризующих использование активов компании в рамках предпродажной подготовки неслучаен, поскольку динамика величины активов и эффективность их использования могут быть весьма полезны при выработке решений по реструктуризации. По итогам проведения портфельного анализа в разрезе географических сегментов и сегментов основной деятельности, можно провести взаимное наложение данной информации с учетом различных интерпретаций ее использования.

Выбор способа использования интерпретации в рамках предпродажной подготовки может изменяться и дополняться в зависимости от конечной цели ее проведения: реструктуризации деятельности компании; реализации непрофильных активов; проведения процедуры банкротства либо решения отдельных задач в области финансового менеджмента.

Однако предпродажная подготовка затрагивает не только анализ конкурентной позиции бизнес-единицы, а также определение ключевых показателей стоимости активов, но и оценку качества внутрикорпоративных коммуникаций, с тем, чтобы сделать прогноз относительно совместимости организационных структур. Каким же образом можно провести такую оценку? Во-первых, менеджмент компании должен максимально эффективно использовать официальные каналы распространения информации и обратной связи. Например, эффективно информировать коллектив можно, используя модель внутрикорпоративных коммуникаций, которая позволяет повысить эффективность общения. Эта методика оценки каналов получения и передачи информации представляет собой квадрат, разделенный на четыре части, каждая из которых — это часть информации о происходящих событиях, передаваемая в процессе общения ².

Модель внутрикорпоративных коммуникаций можно применять для оценки эффективности внутрикорпоративных связей и облегчения на этой основе процесса реструктуризации.

Квадрат № 1 — под названием «Открытое» — содержит информацию о компании, известную всем сотрудникам. Чем больше площадь этого квадрата, тем больше информации о компании известно ее сотрудникам.

Квадрат № 2 называется «Слепое пятно» и включает информацию, известную сотрудникам об их мыслях, чувствах, переживаниях, но не-

² Галпин Т., Хэндон М. Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний. М.: Вильямс, 2005. С. 240.

известную менеджерам компании. Чем больше площадь этого квадрата, тем сложнее достигнуть взаимопонимания.

Квадрат № 3 называется «Скрытое» и включает информацию, которая известна только менеджерам, но неизвестна сотрудникам компании. Это затрудняет общение, поскольку дает односторонние преимущества менеджерам, позволяет скрыть негативную информацию от окружающих. Чаще всего информация не распространяется из-за желания получить таким образом влияние или приобрести контроль над ситуацией.

Квадрат № 4 – «Неизвестное» – содержит внешнюю информацию, неизвестную ни менеджерам, ни коллективу компании. Именно за счет сокращения его площади при желании можно повысить эффективность коммуникаций.

При этом надо иметь в виду, что в процессе крупномасштабной реструктуризации, такой как слияние или поглощение, топ-менеджеры иногда скрывают имеющуюся у них информацию из-за желания удержать единоличный контроль над ситуацией.

В результате формируются локальные области «Открытого» и большая общекорпоративная область «Скрытого». Последняя область удачно служит целям лиц, непосредственно проводящих реструктуризацию, но зато ставит в невыгодное положение остальных сотрудников. В результате возникает реакция отторжения, недоверия и сопротивления изменениям. Одновременно формируется «Слепое пятно», поскольку непосредственные инициаторы не знают о реакции сотрудников компании на планируемые изменения, именно поэтому очень важно расширить область «Открытого» как по вертикали, так и по горизонтали.

В дополнение к анализу модели внутрикорпоративных коммуникаций, в рамках проведения предпродажной подготовки возможно использование агент-ориентированной модели (АОМ), практическое использование которой позволяет выходить за рамки того, что можно легко сделать с помощью эмпирических исследований, таких как анализ нелинейностей и эффекта взаимодействия. Кроме того, АОМ позволяет исследовать динамику и выдвигать гипотезы о возможных положительных и отрицательных эффектах по результатам сделки слияния и поглощения, которые затем могут быть проверены с помощью эмпирических исследований³. Для имитации и воспроизведения различных ситуаций, возникающих на предприятии в период интеграции, агент-ориентиро-

³ Анисимова И. Система показателей аудита и методики оценки эффективности управления персоналом организации // Кадровик. Кадровый менеджмент (управление персоналом). 2011. № 12. С. 64–71; 2012. № 1. С. 106–110.

ванные модели являются уникальным и единственным инструментом, позволяющим быстро и с высокой вероятностью проанализировать тот или иной исход развития событий.

Таким образом, предложенная методика предпродажной подготовки позволяет: определить эффективность (текущего и планового) использования актива для экономической оценки целесообразности приобретения и/или отчуждения; разработать рекомендации по перспективности использования активов в рамках портфельного анализа, а также реализовать предварительную оценку совместимости организационных структур для цели анализа возможных положительных и отрицательных эффектов по результатам сделки слияния и поглощения.

Используемые источники

1. Воронина В.М. Прогнозирование банкротства промышленных предприятий с помощью количественных и качественных методов анализа: проблемы теории и практики // Экономический анализ: теория и практика. № 18. 2007. С. 46–49.
2. Галпин Т., Хэндон М. Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний. М.: Вильямс, 2005. С. 240.
3. Анисимова И. Система показателей аудита и методики оценки эффективности управления персоналом организации // Кадровик. Кадровый менеджмент (управление персоналом). 2011. № 12. С. 64–71; 2012. № 1. С. 106–110.

Ялялиева Т. В.
кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный
технологический университет

Контроль в организации эффективной работы с обращениями граждан в органы исполнительной власти

Контроль играет важную роль в организации эффективной работы с обращениями граждан. Проблеме отсутствия норм труда отдела по работе с обращениями граждан посвящена эта статья.

Ключевые слова: контроль, эффективность, нормы труда, обращения, информация, органы исполнительной власти

Improvement of control over efficiency of handling citizen requests

Control plays an important role in organization of efficient handling of citizen requests. This article devoted to the problem of lack of service quality standards for departments handling requests.

Keywords: control, efficiency, service quality standards, requests, information, executive authorities.

В деятельности любой организации, органа власти, структурного подразделения независимо от размеров и объема полномочий в процессе функционирования возникает ряд проблем. Исключением не является и работа с обращениями граждан, в которой существуют свои проблемные моменты, связанные как с объективными, так и с субъективными причинами, которые сопоставимы с общероссийскими. Тревогу вызывает отсутствие обратной связи между чиновниками и гражданами России.

В рассматриваемой нами Республике Марий Эл к причинам таких нарушений можно отнести проблему информационной закрытости органов исполнительной власти, что является следствием:

- труднодоступности информации. Общественно важная информация может быть либо вообще не опубликована, либо распространена ограниченно и поиск ее требует специальных навыков и усилий;

- неясности информации для большинства граждан. Специфический язык некоторых видов информации, сложное для понимания и применения изложение информации;
- неудобства получения информации. Очереди в органах власти, гражданам порой трудно дозвониться;
- отсутствие системы «одного окна». Гражданам, прежде чем они добиваются до конечного ведомства, приходится пройти немало инстанций, чтобы собрать необходимые документы.

Критерии для оценки качества работы по информированию населения органами власти не разработаны, а письменные жалобы со стороны населения на отсутствие информации или на ее плохое качество не фиксируются¹. Повысилось внимание должностных лиц к самой процедуре решения проблем граждан, их действия стали более нацеленными на получение конкретного результата, что говорит о повышении эффективности в работе должностных лиц с проблемами граждан и повышении объективности направляемых ответов. Но, тем не менее, существует ещё множество проблем в работе органов власти с населением.

Так, по итогам проведенного опроса граждан, была составлена сводная оценочная таблица деятельности органов власти, результаты которой представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Оценка деятельности работы с обращениями граждан
в Администрации Главы РМЭ**

Оценка деятельности (1-низший балл; 5-высшая оценка)	1	2	3	4	5
Результаты рассмотрения					
Разъяснено,%	-	2	63	30	5
Удовлетворено,%	-	-	15	54	31
Отказано,%	5	64	31	-	-
Итого, 100%	2	22	36	28	12

В ходе исследования было выявлено, что граждане, получившие положительные ответы на вопросы письма оценивают работу с обращениями в Администрации Главы РМЭ на 4–5 баллов, то есть на достаточно высокий результат; ответы, связанные с разъяснением вопросов на 3–4 балла и получившие отрицательный ответ на 2–3 балла

¹ Ларионова, Н.И. К вопросу формирования рынка социальных услуг / Н.И. Ларионова // Вестник МарГТУ. Серия «Экономика и управление». 2008. Вып. 1 (2). С. 27–38.

соответственно. Таким образом, большинство граждан (36%) оценивают деятельность должностных лиц на 3 балла, 28% на 4 балла и лишь 12% на высшую оценку, что говорит о низкой результативности работы с обращениями, о наличии ряда проблем в организации всего процесса работы с письмами населения.

Наиболее характерными причинами жалоб граждан, содержащихся в обращениях являются: недостаточная информированность о деятельности учреждений по предоставлению государственных услуг – 31 обращение (12%); ненадлежащее исполнение служебных обязанностей лицами государственных органов власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления – 19 обращения (10%); низкая правовая грамотность граждан – 20 обращений (8%); недостатки в работе учреждений по предоставлению государственных и муниципальных услуг – 12 обращений (7%).

Поступившие в течение 2013 года из Администрации Президента Российской Федерации обращения отражают широкий круг проблемных вопросов, но наиболее характерными из них были следующие: вопросы социальной сферы – 145 обращений (51%); вопросы, связанные с жилищно-коммунальным хозяйством, – 39 обращений (17%); вопросы экономики – 20 обращений (11%).

К наиболее часто встречающимся вопросам, которые содержатся в обращениях, поступивших в Администрацию Главы Республики Марий Эл за 2008–2012 год, можно отнести следующие: вопросы жилья; вопросы коммунального хозяйства; социальной защиты и социального обеспечения; здравоохранения; транспорта; вопросы образования, науки и культуры.

Социально-экономические и политические процессы, происходящие в стране, имеют самое непосредственное влияние на динамику изменения числа обращений по вышеуказанным вопросам (табл.2).

Анализ поступивших письменных обращений за 2004–2012 года отражает широкий круг проблемных вопросов. Как и в предшествующие года одним из наиболее актуальных вопросов является жилье. Доля писем на эту тему в общей структуре обращений непрерывно возрастала с 16,6% в 2004 году до 20,3% в 2010 году. За рассматриваемый период произошло увеличение в общей структуре вопросов на 4%, а доля остается так же высокой, что говорит о неизменной важности и актуальности проблемы. После незначительного снижения доли вопросов жилья в общем количестве обращений произошел ещё более резкий рост показателя в 2012 году до 40,2%. Темп прироста в сравнении с предыдущим годом составил 81,3%. Как видно из таблицы снижение данного пока-

Таблица 2

Динамика изменения числа наиболее характерных письменных обращений (ед.), поступивших за 2004–2012 года

Тематика обращений		Общее число поступивших письменных обращений по годам								
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
		1858	2097	1839	1599	1618	1412	1616	1434	13570
Вопросы жилья	Кол-во писем	327	411	334	255	329	286	305	553	657
	% от общего числа	17,6	19,6	18,6	16	18,8	20,3	18,9	38,6	40,2
Вопросы коммунального хозяйства и коммунально-бытового обслуживания населения	Кол-во писем	258	318	218	245	192	253	244	394	444
	% от общего числа	13,9	15,2	11,9	15,3	11	17,9	13,9	27,5	30,3
Вопросы социальности и соцобеспечения	Кол-во писем	201	178	267	177	217	188	154	368	457
	% от общего числа	10,8	8,5	14,5	11,1	12,4	13,3	9,5	25,7	28,7
Вопросы здравоохранения	Кол-во писем	83	86	100	103	117	82	68	47	37
	% от общего числа	4,5	4,1	5,4	6,4	6,7	5,8	4,21	3,3	2,9
Вопросы образования науки и культуры	Кол-во писем	101	69	142	82	102	89	41	72	81
	% от общего числа	5,4	3,3	7,7	5,1	5,8	6,3	2,54	5	6,3

зателя произошло из-за роста доли других вопросов, при неизменном росте количества обращений по вопросам жилья. Рост показателя вызван рядом социально-экономических проблем в республике, а также принятием ряда постановлений и указов Главой РМЭ и реализацией программных мероприятий, касающихся вопросов жилья.

По данным опроса сотрудников отдела «по работе с обращениями граждан» Администрации Главы Правительства РМЭ, за время прохождения практики и на основе статистической информации можно представить следующие 5 группы проблем, возникающих при организации работы с гражданами:

Проблемы правового характера: отсутствие четкой регламентации организации и единых государственных стандартов работы с гражданами и их обращениями; «изъяны» законодательства. Кадровые вопросы: численность сотрудников, отнесение их к той или иной категории государ-

ственных гражданских служащих. Проблемы организации процесса работы с обращениями: нарушение сроков рассмотрения обращений и низкое качество рассмотрения обращений граждан; проблемы ведения информационно-аналитической работы по обращениям граждан; невозможность полноценного обеспечения защиты сведений и информации, касающейся частной жизни граждан, содержащихся в их обращениях. Проблемы технического характера: недостаточно эффективное программное обеспечение автоматизации документооборота внутри Администрации и с другими органами государственной власти и органами местного самоуправления; низкий уровень использования информационных технологий в деятельности по работе с обращениями граждан; отсутствие электронного документооборота. «Информационный вакуум» недостаточная информационная открытость деятельности по работе с обращениями граждан для населения; отсутствие работы с обратной связью.

Немаловажной проблемой в работе отдела является отсутствие единых государственных стандартов оказания такой государственной услуги, как рассмотрение обращений граждан, и отсутствие утвержденного установленным порядком административного регламента, устанавливающего порядок предоставления этой услуги государственным органом — Администрацией Главы Республики Марий Эл.

Проблема отсутствия четкой регламентации организации работы с гражданами, т.е. отсутствие нормативного регулирования работы с гражданами, приходящими на личный прием, а так же посылающими обращения через электронный портал, является весьма актуальной, так как количество устных обращений значительно превышает число письменных (за 2011 год 60 % устных обращений в общем количестве), а детальная законодательная проработанность данного вопроса отсутствует. Например, законом не устанавливается, сколько времени отводится на прием и консультацию отдельного гражданина, что может ущемлять права другого. Поскольку на процессы стандартизации существенное влияние оказывают субъекты деятельности в соответствующих областях экономики, эти процессы оказываются динамичнее государственного регулирования, и в рамках этих процессов не только возможно, но и целесообразно установление требований с необходимой степенью детализации и точности².

Отсутствие государственных стандартов и административных регламентов по оказанию государственной услуги, связанной с рассмотрением обращений граждан, являющихся взаимосвязанными нормативными документами, поскольку определяют набор требований к органу государ-

² Ялялиева Т.В. Развитие контроля как функции государственного управления: Монография / Ялялиева Т.В. М.: Издательство «Спецкнига», 2011.

ственной власти, влечет за собой снижение эффективности оказания этой услуги, появление избыточных действий, стадий и этапов ее исполнения, изменение установленных сроков рассмотрения обращений³.

Большая доля обращений, на которые даны разъяснения, приводит к росту числа повторных обращений, что является показателем низкой эффективности работы органов государственной власти и, несомненно, отражается на работе отдела.

Структура действий и операций, составляющих работу с обращениями граждан, требует большей детализации и дополнения новыми, не указанными в ней. Исходя из этого, нами разработан вариант норм времени на выполнение соответствующих работ в отделе по работе с обращениями граждан.

Таблица 3

Предлагаемое нормирование труда отдела по работе с обращениями граждан в Администрации Главы Республики Марий Эл

№	Наименование работы	Единица измерения	Норма времени (мин.)	Примечания
1	2	3	4	5
1	Получение обращения. Вскрытие конверта, проверка правильности адресования	Один документ	1–1,5	Время зависит от количества документов
2	Ознакомление с содержанием обращения. Определение тематики обращения по тематическому классификатору	Одно обращение	10	
3	Регистрация обращения: в БД или в журнале учета поступивших писем. Простановка штампа муниципального образования и регистрационного индекса на обращении	Одна карточка	5	
4	Заполнение РКК (регистрационной контрольной карточки) в БД (база данных)	Одна карточка	5	Зависит от количества вопросов в обращении
5	Передача обращений (под расписку): а) для получения резолюции руководителю муниципального образования; б) для исполнения сотруднику внутри подразделения, отвечающего за работу с обращениями граждан в) в другое структурное подразделение – через экспедицию, канцелярию, общий отдел	Одно обращение	До 15 срочное до 30	

³ Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/koap/>. Дата обращения 30.5.2013.

1	2	3	4	5
6	Перенос резолюции руководства на РКК	Одна карточка	3	
7	Передача обращений по принадлежности (кому по резолюции исполнять обращение)	Одно обращение	15	
8	Размещение карточек РКК в картотеках. Постановка на контроль	Одна карточка	10	
9	Подготовка ответа заявителю о результате рассмотрения (печатание)	Один документ	10	С приложениями
10	Отправление ответа или возврат обращения с обоснованием его причин	Один документ	10	
11	Предупредительный контроль исполнения (напоминание за три дня до истечения срока исполнения).	Одна карточка	5	
12	Сбор дополнительных материалов для исполнения обращения (отправление запросов в организации)	Один запрос	10	
13	Информационное обслуживание (подбор материалов для обобщения, анализа)	Один запрос	20	
14	Справочно-поисковая работа с БД по обращениям граждан	Один запрос	20	
15	Проверка по БД повторности обращения	Один запрос	5	
16	Исполнение устного запроса (по телефону)	Один запрос	От 5 до 10	
17	Исполнение устного обращения на личном приеме (с принятием документов и оформлением обращения в письменной форме – при необходимости)	Одно обращение	От 3 до 40	
18	Составление аналитической справки (таблицы) для руководства	Одна справка	480	

Данные нормативы соответствуют существующим реалиям, и помогут осуществлять более эффективный контроль за деятельностью отдела и значительно лучше организовать работу с обращениями граждан в отделе по работе с обращениями граждан в Администрации Главы Республики Марий Эл. Вопросы совершенствования работы и контрольных мероприятий с обращениями граждан в органах власти должны постоянно находиться в поле зрения их руководителей. Это не только требование закона, но и необходимое условие эффективного управления.

Яхъяев М. А.
доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства

Гладков И. В.
кандидат экономических наук, соискатель,
Российская академия предпринимательства

Современные проблемы законодательства о банкротстве в РФ

Законодательство, регулирующее сферу банкротства в России, сегодня находится в стадии становления и развития. В связи с чем данная публикация посвящена обзору основных законодательных проблем, а также причин обуславливающих увеличение количества банкротств российских предприятий.

Ключевые слова: банкротство; законодательство; предпринимательство; физические лица.

Modern problems of the legislation on bankruptcy in the Russian Federation

The legislation regulating the sphere of bankruptcy in Russia, is today in a formation and development stage. In this connection this publication is devoted to the review of the main legislative problems, and also the reasons causing increase in quantity of bankruptcies of the Russian enterprises.

Keywords: bankruptcy; legislation; business; individuals.

В России первые законодательные акты, регулирующие сферу банкротства стали формироваться лишь в середине 1992 года. А первый официальный закон о банкротстве был введен лишь в 1998 году ¹. Данная ситуация была обусловлена тем, что до кризиса 1998 года дела о банкротстве были чрезвычайно редки; однако уже к началу кризиса их количество стало стремительно увеличиваться, судебная и правоохранительная системы были попросту не готовы к столь масштабной волне банкротств. Справедливости ради стоит отметить, что первый закон о банкротстве достаточно слабо регламентировал процессы реструктуризации долгов и ответственность менеджмента перед государством, а разрастающаяся коррупция и слабость кредитно-финансовой системы России, фактически предопределили сценарий развития кризисных явлений в экономике, характеризуемый массовым банкротством предприятий.

¹ Федеральный закон от 8 января 1998 г. № 6-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)».

Безусловно, в середине 2000-х Правительством РФ не раз предпринимались попытки к совершенствованию антикризисных мер и законодательству, регулирующему сферу банкротства, однако свой окончательный вариант, закон о банкротстве принял только в 2010 году², по прошествии второго за десятилетие масштабного экономического кризиса, изменившего отраслевую конфигурацию отечественной экономики.

С нашей точки зрения, наиболее существенным изменением, регулирующем сферу банкротства в действующем законодательстве, стали изменения в структуре государственных органов, принимающих участие в процедуре банкротства. Кроме того, новацией нового законодательства можно с полной уверенностью признать и наличие особого регулирующего органа в сфере банкротства в задачи которого входит урегулирование отношений между хозяйствующими субъектами с целью достижения финансовой стабильности.

Вместе с тем, анализ действующих нормативно-законодательных документов, регулирующих сферу банкротства свидетельствует о необходимости его дальнейшего совершенствования в свете большого количества противоречий и разночтений.

Одним из существенных пробелов российского законодательства о банкротстве является отсутствие разграничения в терминологии понятий банкротство и несостоятельность, пока они рассматриваются как слова синонимы. Тогда как в западной практике очевидны различия, которые прежде всего, выражаются и в процедурах проведения банкротства. С нашей точки зрения, несостоятельность можно охарактеризовать как состояние, или обратимый процесс, а банкротство — как случившийся необратимый факт. Поэтому если в отношении должника проводятся процедуры банкротства: наблюдение, внешнее управление, финансовое оздоровление, правильнее применять термины «несостоятельность» или «несостоятельны» т.е. предбанкротное состояние, а если вводится процедура конкурсного производства, то только в данном случае логичнее употреблять термины «банкротство» и «банкрот» по отношению к должнику. В связи с чем, с читаем, что указанные нами терминологические пробелы, влекут неизбежную корректировку законодательства, а это в свою очередь, требует его совершенствования.

² Прим. автора. В результате принятия Федерального закона от 27 июля 2010 г. № 219-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» и статьи 1 и 4 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» в связи с совершенствованием порядка обращения взыскания на заложенное имущество».

Практика исполнения законодательства о банкротстве в России также свидетельствует о наличии так называемых «мнимых» или криминальных банкротств. Считаем, что в отечественном законодательстве данный вопрос остается крайне непроработанным и болезненным, особенно если речь идет о крупных компаниях, имеющих стратегическое значение для экономики или отдельного региона. Например, недобросовестный руководитель может преднамеренно инициировать банкротство, ссылаясь на кризисные явления в экономике, а до этого незаконным путем вывести активы за границу, либо в свою «аффилированную» компанию, формально не связанную с компанией-банкротом. Кроме того, практика умышленных банкротств также показывает возможность использования разнообразного инструментария для осуществления рейдерского захвата компании, к числу таких инструментов можно отнести административный ресурс, СМИ и пр. В связи с чем, на практике, арбитражный управляющий вынужден заниматься симптоматикой фиктивного или преднамеренного банкротства, поскольку ответственность за его осуществление не носит такой жесткий характер, как например, в развитых странах.

Необходимо также обратить внимание и на тот факт, что современное российское законодательство в части банкротства в большей степени руководствуется интересами кредитов, чем должников. Например, в европейских странах и США законодательство в большей степени ориентировано на восстановление функций обанкротившейся фирмы, поддержку условий по реабилитации путем урегулирования интересов кредитов. Возможно, такая жесткая «прокредиторская» позиция отечественного законодателя обусловлена стремлением как можно быстрее решить проблемы несостоятельности в предпринимательской среде, но на деле ситуация оказывается совершенно противоположной.

Кроме того, отдельным вопросом, требующим качественного осмысления со стороны законодателей остается сфера банкротства физических лиц, который несмотря на наметившиеся в 2012 году³ тенденции остается вовсе не урегулированным. В качестве небольшого отступления отметим, что в отличие от юридических лиц, процесс дефолта гражданина, в России никак не урегулирован законом. Между тем, основная проблема, с которой сегодня сталкиваются и граждане и кредиторы, заключается в стремительном росте кредиторской задол-

³ Прим. автора. 14.11.2012 Государственная дума приняла в первом чтении проекта Закона «О несостоятельности (банкротстве) физических лиц».

женности вследствие бурного развития сегмента потребительского кредитования и микрофинансовой деятельности⁴.

Так согласно, официальной статистики Национального бюро кредитных историй (НБКИ), объем действующих потребительских кредитов, выданных с помощью карт, вырос в первом квартале 2013 год на 25,2 процента против 11,5 процента в первом квартале прошлого года. На втором месте по динамике роста находятся кредиты на покупку потребительских товаров (рост на 13,64 процента), на третьем – ипотечные кредиты (9,2 процента), на четвертом – автокредиты (7,91 процента).

Наибольшую долю просроченной задолженности сегодня приходится на потребительские (необеспеченные) кредиты, в структуре по кредитам физических лиц составляет 59,5 процента. А всего по четырем видам кредитования суммарный объем просроченной потребительской задолженности за 1 квартал 2013 года вырос на 5 процентов и составил 416 миллиардов рублей⁵. Указанные цифры свидетельствуют о беспрецедентно высоком спросе со стороны населения на услуги коммерческих банков. На рынке микрофинансирования рост не менее впечатляющий. Сегодня в России действуют более 2500 различных микрофинансовых организаций (МФО), а в среднем рост рынка микрофинансирования составляет более 160% в год⁶.

Таким образом, указанные цифры свидетельствуют о необходимости урегулирования законодательного пробела, связанного с регламентацией практики банкротства физических лиц.

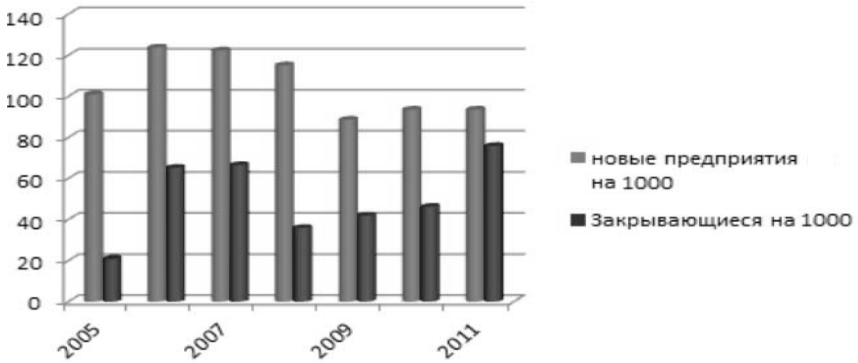
Не менее существенным пробелом в действующем законодательстве о банкротстве, нам видится и сфера предпринимательства. Например, к их числу относятся, в частности, вопросы о применении процедур банкротства к гражданам, которые приобрели статус индивидуального предпринимателя после принятия на себя обязательств, фактически обусловивших наступление несостоятельности, а также к индивидуальным предпринимателям, которые, напротив, утратили этот статус после возникновения соответствующих обязательств в рамках предпринимательской деятельности и др.

⁴ Федеральный закон от 2 июля 2010 г. № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях»//СЗ РФ от 5 июля 2010 г. № 27 ст. 3435.

⁵ Фомченков Т. Ссуды по кредитным картам стали лидерами роста [http://www.rg.ru/2013/05/14/zaimi-site.html]

⁶ http://www.rmcenter.ru/standards/ [Официальный сайт Национального партнерства участников микрофинансового рынка НАУМИР]

Нельзя не отметить, что отсутствие четких законодательных норм для малого бизнеса в сфере банкротства, провоцирует и без того высокий процент их исчезновения и закрытия на рынке. Согласно данных Росстата по состоянию на 01.01.2011 в России функционировало 1267 тыс. малых предприятий и 1900 тыс. индивидуальных предпринимателей, и только за прошедший год их количество снизилось на 280 тыс., что фактически позволяет говорить о провале реформ по поддержке малого бизнеса. Более наглядно данная тенденция продемонстрирована на рисунке 1⁷.



Динамика развития малого бизнеса в России за период 2005–2011 гг. (в %)

Если посмотреть на статистику банкротств за период 2012 года, то вероятность снижения количества закрытых предприятий выше, чем в предыдущие годы.

В исследовании особенностей отечественного института банкротства, важно также выделить и такой показатель, как коэффициент официальной ликвидации малых предприятий. Его анализ только за первые три месяца 2013 года, позволяет с уверенностью говорить о сохранении данной тенденции в ближайшие годы (таб. 1)⁸.

В чем же состоит основная причина столь печальной статистики банкротств? Возможных причин банкротств достаточно много, это и непомерно высокое налоговое бремя по сравнению с развитыми стра-

⁷ Динамика развития предпринимательства [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main]

⁸ Коэффициент официальной ликвидации малых предприятий на 1000 организаций [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main]

**Коэффициент официальной ликвидации малых предприятий
на 1000 организаций (ед.)**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Январь	1,8	1,7	6,1	3,2	3,9	3,6	4,2	7,7	8,1
Февраль	1,8	4,5	6,7	3,1	4,1	3,6	4,6	6,5	6,7
Март	2,0	2,8	9,2	3,0	3,6	4,2	7,5	7,2	6,8
Апрель	2,2	3,1	7,8	2,8	3,5	4,1	8,2	8,0	
Май	1,6	3,9	5,3	2,7	3,8	3,6	5,9	6,2	
Июнь	1,8	6,3	4,4	2,5	3,9	3,8	7,0	6,0	
Июль	1,6	6,9	5,1	2,9	4,0	4,4	6,5	7,5	
Август	1,6	6,3	4,6	2,3	2,8	4,3	6,7	6,0	
Сентябрь	1,5	6,1	4,1	3,4	3,0	3,1	5,8	7,3	
Октябрь	1,9	7,2	5,2	3,9	3,6	3,6	7,3	9,2	
Ноябрь	1,5	7,5	5,2	3,4	3,2	3,9	6,8	6,9	
Декабрь	2,1	8,3	3,1	3,9	3,6	5,0	10,5	10,5	
Январь–декабрь	20,9	65,3	66,6	36,0	42,0	46,3	81,3	89,0	

нами; снижение спроса на продукцию и услуги предпринимательства по причине затяжного экономического кризиса, разразившегося в 2008 году и продолжающийся до сих пор в европейской экономике; лоббирование интересов крупного бизнеса в связи с чем, снижается конкурентоспособность малых и средних компаний на рынке; отсутствие доступного кредитования и пр.

В этой связи, можно сделать совершенно закономерный вывод о том, что ключевыми проблемами, сдерживающими полноценное развитие института банкротства в России являются:

1. Проблемы законодательного характера, регулирующие сферу банкротства. Прокредиторская ориентация российского законодательства.

2. Административные и бюрократические барьеры.

3. Низкий уровень обеспечения необходимой институциональной инфраструктурой.

4. Высокая аффилированность административных и правоохранительных органов, что стимулирует развитие коррупции.

5. Отсутствие прозрачной конкуренции между крупным, малым и средним бизнесом, что способствует монополизации целых отраслей и промышленных комплексов.

6. В процедурах банкротства преимущественное использование неформальных методов таких, как переговоры по сравнению с формальными решениями через арбитражный суд.

7. Отсутствие законодательной процедуры ликвидации корпоративных конфликтов.

Среди глобальных макроэкономических проблем, связанных с дестимулированием участия государства в развитии института банкротства следует выделить проблемы институционального характера: монополизацию рынков; высокие тарифы на энергетические ресурсы; высокая доля государства в системообразующих предприятиях страны, а также выход России на международные рынки в условиях вступления в ВТО, что как следствие снижает конкурентоспособность экономики, включая отдельные отрасли.

Используемые источники

1. Федеральный закон от 8 января 1998 г. № 6-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)».
2. Федеральный закон от 27 июля 2010 г. № 219-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)»
3. Федеральный закон от 2 июля 2010 г. № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях»//СЗ РФ от 5 июля 2010 г. № 27 ст. 3435.
4. Фомченков Т. Ссуды по кредитным картам стали лидерами роста [<http://www.rg.ru/2013/05/14/zaimi-site.html>]
5. <http://www.rmcenter.ru/standards/> [Официальный сайт Национального партнерства участников микрофинансового рынка НАУМИР]
6. Динамика развития предпринимательства [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main]
7. Коэффициент официальной ликвидации малых предприятий на 1000 организаций [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main]

Яхъяев М. А.
доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства

Канылин В. А.
соискатель,
Российская академия предпринимательства

Рефинансирование как антикризисный инструмент денежно-кредитной политики

Деятельность регулятора по рефинансированию кредитных организаций направлена на обеспечение проведения соответствующей государственной денежно-кредитной политики в соответствии с приоритетами определенными государством. Вместе с тем, полагаем, что изучение западного опыта использования данного инструмента с точки зрения антикризисной меры будет уместно и экономически обосновано, особенно учитывая текущую ситуацию в европейской экономике.

Ключевые слова: рефинансирование, денежно-кредитная политика; антикризисные меры; достаточность капитала; банки.

Refinancing as anti-recessionary tool monetary credit policy

Activities of the regulator for refinancing of the credit organizations are directed on ensuring carrying out the corresponding state monetary policy according to priorities defined by the state. At the same time, we believe that studying of the western experience of use of this tool from the point of view of an anti-recessionary measure will be pertinently and is economically proved, especially considering the current situation in the European economy.

Keywords: refinancing, monetary policy; anti-recessionary measures; sufficiency of the capital; banks.

Проявление форм кризисного состояния в банках, в том числе в системообразующих, может с достаточно большой вероятностью послужить экономическим индикатором, указывающим на приближение кризиса в стране. Такими индикаторами могут выступать как макроэкономические показатели экономики, так и мониторинг проводимый на уровне банковского надзора. При выявлении негативных ситуаций в банковской системе целесообразно использовать инструментарий денежно-кредитной политики, среди которого центральное место занимает рефинансирование.

Опыт развития банковских систем в развивающихся экономиках мира свидетельствует о наличии общих принципов в проведении ком-

плекса мер, направленных на достижение макроэкономической стабильности и совершенствование денежно-кредитной политики в т.ч. посредством специализированного рефинансирования, программы под которое применяются в сложных кризисных ситуациях.

Однако в качестве наиболее яркого примера рефинансирования национальной банковской системы в период кризисной ситуации, безусловно, заслуживает внимания опыт США. Необходимо признать, что Федеральная резервная система США¹ предприняла ряд нетрадиционных инструментов денежно-кредитной политики, используя новую временную программу рефинансирования «Term Auction Facility» (TAF), принятую в декабре 2007 года, которая была введена ФРС, чтобы смягчить последствия кризиса на кредитном рынке. Основная суть данной программы заключалась в возможности рефинансирования банков по достаточно низким процентным ставкам, однако практика показала, что ее использование оказалось экономически не эффективно, поскольку спрос превысил предложение, достигнув 50 млрд. долл. В связи с чем, уже в начале марта 2008 года была предпринята новая попытка регулятора по поддержке ликвидности банковского сектора под названием «Программа срочного кредитования под залог ценных бумаг» (Term Securities Lending Facility – TSLF). Принимая во внимание специфику залогового обеспечения для рефинансирования, одновременно с данной программой была реализована программа помощи проблемных активов и поддержки рынка коммерческих ценных бумаг (The Commercial Paper Funding Facility program)², предусматривающую рефинансирование на специальные цели.

Кроме того, в качестве примера антикризисного рефинансирования можно привести и опыт развитых стран ближнего Востока. В 2008 году в эмирате Дубай был объявлен технический дефолт крупнейшей инвестиционной компании Ближнего Востока – государственной «Dubai World»³ и как следствие на грани банкротства оказался и сам

¹ <http://www.federalreserve.gov/> [Официальный сайт Федеральной резервной системы США]

² <http://www.newyorkfed.org/> [Официальный сайт Федерального резервного банка Нью-Йорка]

³ Прим. автора. Основная деятельность компании – строительство недвижимости в ближневосточных пустынях, а также портов в разных регионах мира. Компания вкладывалась во многие крупные инвестиционные проекты не только в Азии, но и в Европе, Северной Америке. Самым большим ее проектом является насыпной остров в форме ветвей финиковой пальмы Palm Jumeirah на берегу Персидского залива, недвижимость на котором и привела, по мнению многих аналитиков, к банкротству компании.

эмират Дубай, в связи с тем, что в составе государственного долга эмирата, который на тот момент составлял порядка 80 млрд. долларов, две трети составляли долги компании «Dubai World». Антикризисные меры по рефинансированию, предпринятые правительством и Центральным банком Объединенных Арабских Эмиратов ⁴ были сведены к следующему. Центральный банк ОАЭ объявил о введении специальной программы предоставления дополнительной ликвидности банковскому сектору в связи с долговыми проблемами инвестиционного фонда «Dubai World». Программой смогли воспользоваться как местные банки, так и филиалы иностранных банков в эмиратах. В целом по оценкам зарубежных банковских аналитиков благодаря грамотному использованию инструментария рефинансирования к началу 2010 года исламские банковские институты вышли из мирового финансового кризиса с более лучшими показателями, чем их европейские партнеры ⁵. Кроме того в течение 2013 года в странах Персидского залива планируется создать единый шариатский орган по стандартизации рефинансирования исламских финансовых учреждений региона для цели их стабильного развития.

В современном инструментарии денежно-кредитной политики РФ — рефинансирование приобретает с каждым годом новые особенности и механизмы реализации. Основной целью использования данного инструмента в посткризисной ситуации является возможность решения проблемы разрыва по срочности между активами и пассивами у российских банков, возникающую, когда, во-первых, они фондируют долгосрочные активные операции за счет краткосрочных ресурсов, а во-вторых — когда у них нет уверенности, что краткосрочные ресурсы будут пролонгированы.

В последние годы российский банковский сектор характеризуется достаточно «агрессивным» ростом кредитного портфеля, и здесь с нашей точки зрения существуют несколько причин. Во-первых, предприятия и малый бизнес остро нуждаются в кредитной поддержке, в некоторых случаях прибегая к пролонгации ранее оформленной ссудной задолженности. Во-вторых, на фоне снижения платежеспособности физических лиц, растет спрос на потребительские кредиты, преимущественно носящие беззалоговый характер, что увеличивает риски коммерческих банков. Так, согласно статистике Банка России ⁶, прирост розничного кредитного

⁴ <http://www.centralbank.ae/> [Официальный сайт Центрального банка ОАЭ]

⁵ James Gavin. Guif islamic banks gear up for change // The Banker. 2010. № 2.

⁶ Отчет о развитии банковского сектора в 2011 году [<http://www.cbr.ru>]

портфеля за 12 месяцев 2011 года к началу октября 2012 года составил 41,7%, что существенно выше прошлогоднего значения (30,8%). В совокупности, данные факторы позволили в последние несколько лет, не только нарастить совокупные банковские активы, но и усугубили качество кредитного портфеля российской банковской системы. В сущности, рост кредитных рисков, а также увеличивающийся спрос на ликвидность со стороны банковского сектора, заставили регулятора по-новому осмыслить проблему достаточности капитала, поскольку снижение данного показателя связано в т.ч. и с ужесточением весов риска в условиях адаптации Базельских нормативов (Базель III). А к концу 2013 года в связи с окончательной ратификацией «Базель III» ситуация может еще больше усугубиться, поскольку коэффициент минимального общего капитала будет по-прежнему устанавливаться на уровне 10 процентов⁷, изменения в действительности приведут к увеличению требований к минимальному коэффициенту капитала.

Проблемы «плохих» кредитов и сегодня остаются в центре внимания Банка России, учитывая общую стагнацию в экономике, а также неспособность регулятора справиться с проблемами стимулирования экономического роста в России. В связи с чем, современная денежно-кредитная политика, проводимая Банком России с одной стороны, стремиться удержать инфляцию в рамках запланированного коридора, а с другой — обеспечить действенный надзор за состоянием банковской системы в режиме постоянного мониторинга крупнейших рисков.

Кроме того, инструментарий рефинансирования все еще остается малодоступным инструментом для кредитных организаций, не обладающих соответствующей категорией надежности (1 или 2 категория) в соответствии с действующим законодательством, что также создает высокое поле неопределенности для малых и средних банков России, преимущественно сконцентрированных в регионах. В настоящее время 88% из числа банков, на которые приходится 97% активов, имеют возможность рефинансироваться у Банка России. И в случае возникновения кризисной ситуации в отечественной экономике, именно эти кредитные организации могут в первую очередь оказаться без потенци-

⁷ Прим. автора. В странах с формирующимся рынком и развивающихся странах требования к минимальному капиталу часто устанавливаются на более высоком уровне, чем Базельские требования (8 процентов), что частично делается для того, чтобы компенсировать более высокую экономическую и финансовую волатильность (коэффициенты НОК в этих странах обычно подвержены значительно большим скачкам, чем в странах с развитой экономикой), а также слабость систем регулирования и надзора.

альной поддержки регулятора. Согласно статистических данных Банка России на аукционы прямого РЕПО приходится около двухсот кредитных организаций из девятисот существующих в России⁸.

Однако, как показал прошедший глобальный экономический кризис, основная поддержка со стороны Банка России пришлась на крупнейшие системообразующие банки, аккумулирующие 50% всех банковских активов, тогда как малые и средние банки оказались в достаточно сложной ситуации, многие из которых, в конечном счете, обанкротились. В связи с чем, считаем, что основная задача рефинансирования сегодня как раз заключается в использовании дифференцированного подхода, рассчитанного, как на крупных, так и на малых и средних игроков на рынке, возможно с применением различных залоговых инструментов, включая и ценные бумаги, закрепленные в ломбардном списке. В настоящее время совокупный объем потенциального залога оценивается в 5,5 трлн. рублей (а это 12% пассивов банковского сектора), что в несколько раз больше текущего уровня задолженности банков перед кредитором последней инстанции.

Не менее существенной проблемой отечественной банковской системы нам представляется проблема соблюдения обязательного норматива достаточности капитала, которая только усугубляется вследствие использования банками средств от рефинансирования на выдачу текущих кредитов, что приводит к нарушению его установленного размера. Именно это ограничение является главным барьером для банковского сектора РФ. По состоянию на октябрь 2012 года достаточность собственных средств банковского сектора достигала 13,1% — исторический минимум с конца 1990-х годов⁹. Кроме того, как отмечается в Отчете Банка России о состоянии рынка междилерского РЕПО в 2012 году¹⁰, среди основных факторов усиливающих риск ликвидности банковского сектора были выделены следующие основные тенденции: достаточно высокая доля заемщиков-нерезидентов (около 60%), что, безусловно снижает вероятность взыскания средств по неисполненным сделкам; значительная доля обеспечения по сделкам представлена в виде акций (39,6%), что увеличивает рыночный риск в случае падения их стоимости на фондовом рынке (имен-

⁸ Итоги аукционов прямого РЕПО, проводимого Банком России [http://www.cbr.ru/hd_base/repo.asp]

⁹ Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2012 году [http://www.cbr.ru/publ/root_get_blob.asp?doc_id=9410]

¹⁰ Отчет о состоянии рынка междилерского РЕПО в 3 квартале 2012 года [http://www.cbr.ru/analytics/fin_stab/2012-03_report.pdf]

но такая ситуация сложилась в период кризиса 2008–2009 гг.). Данные тенденции свидетельствуют о смещении приоритетов банковского сектора в использовании инструментария рефинансирования. Вместо того чтобы применять данный инструмент по его прямому назначению – для управления текущей ликвидностью, его используют для финансирования портфеля ценных бумаг, что создает риски для всей банковской системы, учитывая волатильность фондового рынка.

Совокупность указанных нами факторов и предопределяет существующее ограничение в отечественном банковском секторе по нормативу Н1 (нормативу достаточности капитала) выступающее основным барьером для роста масштабов рефинансирования, если деньги от него будут направляться на увеличение объемов активов с большим коэффициентом риска. Однако если стимулировать банковский сектор направлять средства от рефинансирования для поддержания текущей ликвидности, то пруденциальные нормы не будут иметь столь сдерживающего влияния. И просто стимулирующих мер, возможно, будет недостаточно, необходимо качественно новое осмысление роли и значения банковской системы для экономики страны, являющейся для развитых стран «локомотивом» промышленной и инновационной политики.

Используемые источники

1. <http://www.federalreserve.gov/> [Официальный сайт Федеральной резервной системы США].
2. <http://www.newyorkfed.org/> [Официальный сайт Федерального резервного банка Нью-Йорка].
3. <http://www.centralbank.ae/> [Официальный сайт Центрального банка ОАЭ].
4. James Gavin. Gulf islamic banks gear up for change // The Banker. 2010. № 2.
5. Отчет о развитии банковского сектора в 2011 году [<http://www.cbr.ru>]
6. Итоги аукционов прямого РЕПО, проводимого Банком России [http://www.cbr.ru/hd_base/repo.asp].
7. Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2012 году [http://www.cbr.ru/publ/root_get_blob.asp?doc_id=9410].
8. Отчет о состоянии рынка междилерского РЕПО в 3 квартале 2012 года [http://www.cbr.ru/analytics/fin_stab/2012-03_report.pdf].

Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Ахметов Л. А.
доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства

Кадирова О. С.
кандидат экономических наук, доцент,
Ташкентский автомобильно-дорожный институт

Проблемы развития рынка лизинга автотранспортных средств

В статье анализируются и рассматриваются некоторые проблемы лизинга в целом и более подробно лизинга автотранспортных средств в ряде стран, с особенностями практического использования автолизинга в Республике Узбекистан.

Ключевые слова: производство, автомобили, лизинг, темпы роста, грузовые, легковые, парк, автобусы, перевозки, автолизинг, автомобилестроение, развитие, рейтинг, операции, автотранспорт, экономика, удельный вес, объем, динамика, лизингодатели, динамика, рейтинг, программа, инновации, продукт, рынок, потребительский.

Problems of development of the market of leasing vehicles

In article some problems of leasing as a whole in more detail leasing of vehicles in a number of the countries, with features of practical use of autoleasing in the Republic of Uzbekistan are analyzed and considered.

Keywords: production, cars, leasing, growth rates, cargo, automobile, park, buses, transportations, autoleasing, automotive industry, development, ranking, operations, motor transport, economy, specific weight, volume, dynamics, lessors, dynamics, rating, program, innovations, product, market, consumer.

Глобальное производство автотранспортных средств (АТС) в мире растет из года в год. Так, если в 2010 году было произведено 77,7 млн. АТС, из них легковых автомобилей – 58,34 млн. единиц, коммерческого АТС – 19,36 млн. единиц, то в 2011 году соответственно 79,97; 59,87 и 20,1 млн. АТС т.е. с темпом роста в 3,1%. Согласно материалам Международного Автомобильного Симпозиума (29–30 января 2013 г., г. Бохум, Германия) в 2012 году в мире произведено более 81,145 млн. автомобилей.

По прогнозам экспертов начиная с 2017 года, в мире будет продаваться свыше 100 млн. автомобилей ежегодно, а в 2020 году 107,5 млн. автомобилей

Аналогичная ситуация складывается и в Узбекистане.

Темпы роста производства автотранспортных средств за последние 4 года составляют в среднем 5–6% в сегменте легковых автомобилей («GM-Uzbekistan»). Согласно программе развития грузового и пассажирского автотранспорта («SamAvto», «MAN Auto Uzbekistan») темп роста к 2014 году должен составить порядка 30% от показателей 2011 года.

В настоящее время в Узбекистане имеется порядка 2 млн. автотранспортных средств. Общий парк АТС по типам распределен следующим образом: легковые автомобили – 83%, грузовые автомобили – 12%, автобусы – 3% и специализированные автомобили – 2%. При этом частному сектору принадлежит 86% АТС. И соответственно 14% государственному. За последние годы данный показатель изменился в пользу увеличения доли частного сектора на 14% и уменьшения доли государственного сектора на соответствующий процент. Динамика показателей является результатом проводимых в стране экономических реформ по разгосударствлению и приватизации автотранспорта, и свидетельствуют о действенности принятых законов, законодательных и нормативно-правовых актов в области автомобильного транспорта и автомобилестроения и в целом экономике Республики Узбекистан.

Одним из самых мощных и действенных инструментов в обеспечении развития автомобильного транспорта является лизинг.

Лизинг, являясь финансовым инструментом приобретения технологического оборудования в целях модернизации различных отраслей экономики, в том числе и автотранспортного комплекса, наращивает обороты год за годом. В 2012 году объем лизинговых операций в республике составил порядка 300 млн. долл. США. Но в составленном компанией «White Clarke Group» совместно с World Leasing Yearbook, отчете «White Clarke Global Leasing Report 2011» мирового рейтинга по объему лизинговых операций в разных странах мира, Узбекистан не входит в число первых 50 стран.

Рейтинг возглавляет США с объемом лизинга в 193,9 млрд. долл. - США, Китай – 63,72 млрд. долл. США, Россия – 20,54 млрд. долл. США, Польша – 9,58 млрд. долл. США, Мексика – 3,31 млрд. долл. США, Словакия – 1,27 млрд. долл. США, Латвия – 0,38 млрд. долл. США, Казахстан – 0,34 млрд. долл. США и замыкает его Сербия-Черногория – 0,32 млрд. долл. США. В этой связи представляет интерес рассмотрение положения с лизингом в различных странах мира.

Рынок лизинга АТС за рубежом

Значительные объемы лизинговых операций в зарубежных странах происходили и происходят благодаря развитию лизинга автотранспортных средств. Но при этом необходимо отметить, что лизинг играет роль одного из мощных вспомогательных инструментов в прямых продажах автопроизводителей. К примеру, в 2010 году объем Европейского лизингового рынка автотранспортных средств составил 124,1 млрд. евро, т.е 55% от общего объема лизинговых операций Еврозоны. В Италии объем лизинга автотранспорта составил 5,8 млрд. евро. В Японии этот показатель равен 410,7 млрд. йен. В Норвегии объем лизинга пассажирского автотранспорта составил 16,3 млрд. норвежских крон. В 2011 году российские лизингодатели заключили новых договоров лизинга по автотранспорту на общую сумму 7,8 млрд. долл. США. В 2012 году парк автотранспортных средств членов Британской ассоциации аренды и лизинга автотранспорта составил 2,75 млн. единиц АТС. В Узбекистане лизинг автотранспорта составил 29,4% от общего объема лизинговых операций, в суммарном выражении порядка 87,5 млн. долл. США в 2012 году. Доля лизинга автотранспортных средств варьируется от страны к стране в зависимости от законодательно-нормативной базы регулирующей лизинговые операции (см. Рис. 1). Особенностью рынка лизинга автотранспорта стран Европы, Америки, Юго-Восточной Азии и России является применение таких разновидностей лизинга (кроме как финансового), как оперативный лизинг и «аренда-продажа» («hire-purchase»).

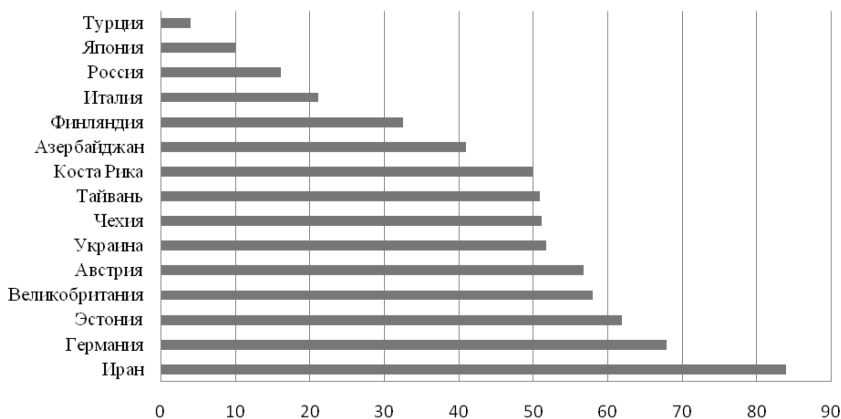


Рис. 1. Удельный вес лизинга АТС в общем объеме лизинговых операций разных стран

Анализ игроков рынка автолизинга США, Германии, Великобритании, Чехии, Дании, Бельгии, Украины и России показал, что лизингодателей можно разделить на несколько категорий по принадлежности капитала:

- лизингодатели, учрежденные зарубежными банками (Ford Bank, Honda Bank, Toyota Kreditbank);
- лизинговые компании, учрежденные зарубежными автопроизводителями, или их официальными дилерами или филиалы их каптивных лизинговых компаний (Mercedes-Benz Financial Service UK Ltd., Hyundai Motor UK Ltd., Toyota Leasing GmbH., Volvo Financial Services the Americas., BMW Financial Services Denmark A/S, Scania GB Ltd., Iveco Capital, MAN Financial Service, Mitsubishi UFJ Lease&Finance Co.Ltd);
- лизинговые компании, учрежденные местными автопроизводителями грузовых и легковых автомобилей (Kamaz Leasing, Scania Finans AB, BMW Leasing GmbH., GM Fleet, Chrysler Fleet., Volkswagen Leasing GmbH);
- лизинговые компании – филиалы международных лизинговых компаний (ING Lease Belgium., ING Car Lease UK Ltd., ALD Automotive Ukraine., GE Capital Fleet Services., GE Money Auto Inc.);
- независимые лизинговые компании с местным капиталом (ALS Auto Leasing Service GmbH., s Autoleasing Inc., Maxitruck Finance & Lease NV., Alliance & Lancaster Commercial Finance Plc., Carcade Leasing, Avtoprivat, Go Vehicles Ltd.)

Особенностью автолизинга за рубежом является наличие лизинг-брокера, который предоставляет востребованную информационную поддержку по существующим программам лизингодателей. В рамках операционного лизинга разрабатываются специальные маркетинговые программы, сервисные карты лизинговых компаний, приобретение которых снимает с клиентов решение вопросов, связанных с эксплуатацией автомобиля. К примеру, программа круглосуточной технической поддержки включает в себя услуги эвакуатора, подвоз топлива, зарядку аккумулятора, вызов аварийной помощи, оперативную помощь при неисправностях и ДТП. Лизингодатель также удовлетворяет потребности клиентов в текущем и капитальном ремонте, выезде специалистов к месту нахождения техники, сервисном обслуживании по нормам производителя, оперативной доставке запасных частей, обеспечивает подменными автомобилями на период ремонта и сервисного обслуживания и т.д.

Еще одной особенностью автолизинга в развитых странах является наличие у лизингодателя-автопарка (fleet). Как правило, такие лизингодатели занимаются оперативным лизингом АТС.

Как видно из анализа лизинговый рынок автотранспорта является выгодным инструментом для привлечения зарубежных инвестиций в экономику страны. Также не маловажен опыт ведущих стран в применении международного лизинга каaptивных лизинговых компаний для увеличения экспорта продукции отечественной автоиндустрии для близлежащих стран с выходом на международный рынок с оптимально разработанными под лизингополучателей инновационными продуктами.

Основные тенденции рынка лизинга АТС

Лизинг автотранспортных средств является выгодным инструментом для юридических лиц в приобретении и/или обновлении собственных АТС. Применяется он в основном в двух ипостасях – во-первых, для получения прямой выгоды от его использования в производственном процессе и, во-вторых, для облегчения приобретения автотранспортных средств.

Потребительский рынок автолизинга достаточно широк и охватывает следующие основные сегменты:

- автотранспортные предприятия, осуществляющие грузоперевозки;
- строительные компании, использующие грузовой автотранспорт для собственных нужд;
- предприятия разных отраслей использующие грузовой автотранспорт для производственных нужд и дистрибуции конечного продукта компании;
- компании, оказывающие специализированные сервисные работы, такие как: монтажные работы, работы по благоустройству, прокатные услуги и т.д.
- автотранспортные предприятия, осуществляющие пассажирские перевозки;
- частные предприятия, основной деятельностью которых является перевозки населения (такси);
- предприятия, приобретающие автомобили представительского класса для топ-менеджмента компании;
- предприятия, приобретающие автомобили для сотрудников среднего звена компании;
- автотранспорт, специально предназначенный для медицинских целей и т. д.

Развитие и поддержка лизинга автотранспорта на национальном уровне зависит от нескольких факторов:

- объемов грузоперевозок как внутренних, так и международных;
- объемов пассажирских перевозок автотранспортом внутри страны;
- развития дорожно-транспортной инфраструктуры;
- качества автомобильных дорог;
- объемов производства отечественных автотранспортных средств и путей их реализации;
- динамики уровня автомобилизации;
- технического состояния подвижного состава автопарков;
- платежеспособности автотранспортных предприятий;
- наличие эффективного и действенного автокредитования и т.д.

С учетом названных факторов в Республике Узбекистан были созданы специализированные автолизинговые компании, такие как «Узавтосаноатлизинг», «Асакатранслизинг», «Узтранслизинг». О положительной динамике данного инструмента финансирования говорят определенный рост количества и суммы новых контрактов заключенных на приобретение АТС через банки и лизинговые компании за период 2005–2012 гг. (см. Табл. 1).

Таблица 1

**Динамика объема лизинговых операций
в секторе автотранспортных средств**

Виды оборудования/ имущества	2005 год		2008 год		2010 год		2011 год		2012 год	
	Кол-во сделок	Млн. долл. США	Кол-во сделок	Млн. долл. США	Кол-во сделок	Млн. долл. США	Кол-во сделок	Млн. долл. США	Кол-во сделок	Млн. долл. США
Автотранспорт грузовой	10	0,9	237	17,7	223	50,5	241	40,9	338	64,8
Автотранспорт пассажирский	242	5,5	1 027	46,6	289	25,9	379	29,0	237	22,6
Всего	252	6,4	1264	64,3	512	76,4	620	69,9	575	87,4

Хотя положительная динамика в объеме лизинга автотранспорта и присутствует, динамика его прироста имеет определенные колебания в период с 2007 года по 2011 год (см. Табл. 2, рис. 2). Это свидетельствует о наличии в сегменте автотранспортного лизинга ряда вопросов, на которые следует обратить внимание участникам данного рынка. Это проблемы и вопросы, связанные с законодательно-нормативной базой лизинга АТС; с вопросами таможенно-тарифного регулирования ввоза АТС; с поставщиками узлов и агрегатов для отечественных автозаводов; присутствием на рынке монополиста, от объемов которого зависят

**Динамика лизинга отдельных видов автотранспортных средств
в 2005–2012 гг.**

Виды автолизингового имущества		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Стоимость всех новых заключенных договоров лизинга по лизингу АТС	в млн. сум	7097	10628	45321	84905	120579	121238	120082	173693
	прирост в % к предыдущему году	293	50	326	87	42	1	-1	45
Автотранспортные средства для перевозки грузов	в млн. сум	989	2072	8128	23330	55717	80191	70235	128734
	прирост в % к предыдущему году	338	110	292	187	139	44	-12	83
Автотранспортные средства для перевозки пассажиров	в млн. сум	6108	8556	37193	61575	64862	41047	49847	44959
	прирост в % к предыдущему году	286	40	335	66	5	-37	21	-10

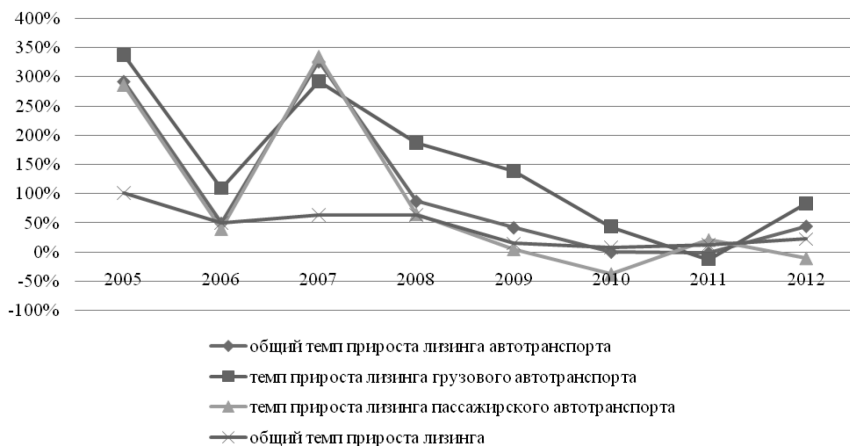


Рис. 2. Динамика темпов прироста лизинга по отдельным секторам

рыночные показатели; с внутрикорпоративными вопросами, связанными со стратегическим планированием, риск-менеджментом, отсутствием более гибкого маркетингового подхода и т.д. Кроме этого оказывают влияние на показатели объема автолизинга факторы макроэкономического и глобального характера, такие как инфляция, рост цен на топливо, рост цен на металл, банкротство глобальных партнеров, стихийные бедствия в странах-партнерах и т.д.

В целях измерения концентрации лизингодателей на рынке лизинга автотранспортных средств рассчитан индекс Херфиндаля-Хиршмана (ИНН). Осуществленные расчеты индекса ИНН (табл.3) свидетельству-

Таблица 3

**Концентрация лизинговых сделок по сегментам рынка
автотранспортных средств**

Вид лизингового имущества	Значение индекса ИНН по лизинговым компаниям		
	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Автотранспортные средства	0,62	0,21	0,15
в том числе:			
Автотранспортные средства для перевозки грузов	0,61	0,15	0,17
Автотранспортные средства для перевозки пассажиров	0,65	0,36	0,19

ют о том, что изменение концентрации автолизингового рынка за последние 3 года происходит в положительном направлении к средней концентрации в сегменте грузового автотранспорта. Однако, в сегменте пассажирского автотранспорта концентрация все же достаточно высока, хотя и тенденция к уменьшению степени концентрации имеет место быть. В целом можно утверждать, что тенденция снижения концентрации в течение отчетного периода 2010–2012 гг. наблюдается.

Операторы рынка лизинга АТС

На рынке лизинга к 2012 году функционируют порядка 97 лизингодателей, включая банки которые оказывают лизинговые услуги. Из них только 31 компания из 72 лизинговых компаний, что составляет 43% и 10 банков из 25 (40%) проводили лизинговые операции по автотранспорту. В целом 41 лизингодатель занимался лизинговыми услугами, связанными с автотранспортными средствами. Для сравнения в России этот показатель с 80,9% в 2009 году вырос до 93,7% в 2011 году (см. Табл. 4).

Таблица 4

№ пп	Годы	Удельный вес лизингодателей проводящих операции по автолизингу (в %)	
		Россия	Узбекистан
1	2009	80,9	н/д
2	2010	92,8	44
3	2011	93,7	52
4	2012	н/д	42

В суммарном выражении доли рынка между лизинговыми компаниями и банками значительно меняется в пользу первых в части реализации грузового автотранспорта в лизинг. Данный показатель обоснован функционированием специализированной каптивной лизинговой компании «Узавтосаноатлизинг», который реализует продукцию отечественной автоиндустрии («MAN Auto Uzbekistan», «Самавто» — продукция на базе шасси «ISUZU»). Стоит отметить, что на рынке лизинга автотранспорта присутствуют компании с участием иностранного капитала, которые оказывают лизинговые услуги в приобретении грузового автотранспорта и зарубежного производства, таких как КАМАЗ, ГАЗ, МАЗ, SINOTRUCK, HOWO, FOTON, Dong Feng и т.д. Основными поставщиками этих АТС выступают автомобилестроительные компании Китая, России, Германии.

Средняя стоимость одной лизинговой сделки по грузовому автотранспорту лизинговых компаний составила в 2012 году 340 млн. сум, тогда как банками осуществлялись сделки средней стоимостью в 537 млн. сум. Средняя стоимость лизинговых сделок по пассажирскому автотранспорту оправданно меньше и составила в лизинговых компаниях 121 млн. сум, а в банках 279 млн. сум (см. Рис. 3). Однако, большинство лизинговых компаний осуществляли лизинговые сделки по пассажирскому АТ в рамках 50–80 млн. сум, что соответствует стоимости одного автобуса или одного/нескольких легковых автомобилей отечественного производства. Исключением являются несколько лизинговых компаний: «Узавтосаноатлизинг» — 473 млн.сум, «Chinaleasing Group» — 181 млн.сум, Sino Urgench—144 млн.сум. В рамках грузового автотранспорта следующие компании провели лизинговые операции больше средней стоимости одной сделки: «Узавтосаноатлизинг» — 826 млн.сум, Taiba Leasing — 671 млн.сум, Nano Leasing — 585 млн. сум, Delta Leasing — 384 млн. сум, Курилиш Лизинг — 348 млн. сум, что соответствует приобретению в рамках одного договора нескольких отечественных/импортных автотранспортных средств, предназначенных для грузоперевозок (см. Табл. 5).

В банках стоимость одной лизинговой сделки, как правило, всегда выше, так как банки проводят лизинговые операции со своими клиентами и имеют прозрачную финансовую информацию о денежных операциях второго и соответственно риск возврата средств значительно ниже, чем у лизинговых компаний. В то же время показатели выше средних значений показали «Асака банк» (4896 млн. сум — сегмент грузового АТ, 4057 млн. сум — сегмент пассажирского АТ), а также Хамкорбанк — 435 млн. сум и УзПСБ — 918 млн.сум в сегменте лизинга пассажирского автотранспорта.

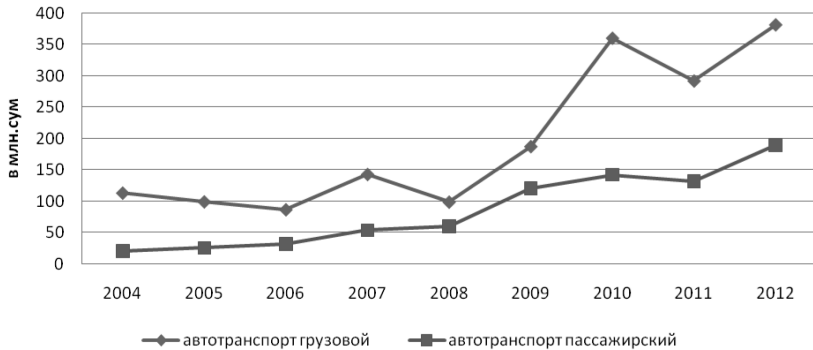


Рис. 3. Средняя стоимость одной лизинговой сделки по АТС

Таблица 5

**Стоимость основных моделей автотранспортных средств,
сдаваемых в лизинг в 2012 году**

№ пп	Вид автотранспортного средства	Модель АТС	Цена в суммах	Страна-производитель
1	Автотранспортное средство для перевозки грузов:			
	Самосвал	ISUZU SAZ NQR 71PL	79 950 000	Узбекистан
	Грузовик закрытый металлический	ISUZU SAZ NQR 71PL	71 950 000	Узбекистан
	Самосвал	HOWO ZZ3257N3847A	175 000 000	Китай
	Самосвал	HOWO ZZ3399M5282	178 000 000	Китай
	Самосвал	MAN TGS 33.360 6x4 BB	231 122 000	Узбекистан
	Грузовик бортовой с тентом	ISUZU SAZ NQR 71PL	69 450 000	Узбекистан
2	Автотранспортное средство для перевозки пассажиров:			
	Автобус городской	ISUZU NP37	68 994 000	Узбекистан
	Автобус пригородный	ISUZU NP21	73 000 000	Узбекистан

По данным Узбекского агентства автомобильного и речного транспорта за 9 месяцев 2012 года средствами автотранспорта перевезено 890,8 млн. тонн грузов, более 4,7 млрд. пассажиров. По всей республике действует 4043 маршрута пассажирского транспорта из них 996 городских маршрутов, 2430 – пригородных и 617 – по междугородним направлениям.

Анализ показал, что свыше половины всего узбекского рынка лизинга автотранспортных средств в 2012 году охватили 3 лизингодателя («Узавтосаноатлизинг», «Ипотекабанк», «Асакабанк»), которые заключали договоры на поставку своим клиентам по лизингу грузовиков, самосвалов, автобусов и легкового автотранспорта. Для лизинговых сделок на покупку легкового автомобиля применяется схема возвратного лизинга. Распределение доли рынка лизинга грузового автотранспорта среди лизинговых компаний и среди банков рассчитано в табл. 6 и табл. 7

Таблица 6

№ пп	Лизингодатель	Удельный вес в объеме лизинговых сделок по грузовому автотранспорту (%)		
		2010 год	2011 год	2012 год
1	«Узавтосаноатлизинг»	82	39	51
2	СП ЗАО «Узбеклизинг Интернэшнл А.О.»	5	13	7
3	«Infineasing»	2	8	2
4	«Chinaleasing Group»	1	3	4
5	«Хамкормазлизинг»	1	2	5
6	«Дельта лизинг»	0	2	6
7	«Бизнес лизинг»	2	3	2
8	«BDS Leasing»	1	2	2
9	«Асакатранлизинг»	0,3	1	2
10	«Sifco International»	0	8	3

Таблица 7

№ пп	Лизингодатель	Удельный вес в объеме лизинговых сделок по грузовому автотранспорту (%)		
		2010 год	2011 год	2012 год
1	«Асакабанк»	5	1	52
2	«Хамкорбанк»	28	49	5
3	«Ипотекабанк»	0	17	24
4	«Халкбанк»	7	4	5
5	«Микрокредитбанк»	57	20	0

Несколькими вновь созданными и существующими лизинговыми компаниями в 2012 году были осуществлены лизинговые операции в секторе пассажирского автотранспорта суммой до 1 млрд. сум, что в общем объеме составило порядка 15–20% от объема всех лизинговых операций по пассажирскому автотранспорту среди лизинговых компаний. Это такие компании как: Inter Leasing, Orient Finans Business, Ziyat Leasing, Ideal Invest Leasing, Samarkand Leasing, Barqaror Leasing, FLC Leasing, Feron Leasing, Taiba Leasing.

В приведенных TOP-10 указаны лизинговые компании, которые непрерывно присутствовали на рынке лизинга автотранспорта последние 3–5 лет. Лизинговые компании, проводившие лизинговые сделки по автотранспорту объемом возможно больше в 2012 году, чем указанные лизинговые компании в таблицах 8 и 9, показаны в общем рейтинге лизингодателей за 2010–2012 гг. (см. Табл. 10).

Заключение

Зарубежные специализированные и каптивные лизинговые компании акцентируют свое внимание прежде всего на более крупных сдел-

Таблица 8

№ пп	Лизингодатель	Удельный вес в объеме лизинговых сделок по пассажирскому автотранспорту (%)		
		2010 год	2011 год	2012 год
1	«Узавтосаноатлизинг»	89	83	50
2	«Асакатранслизинг»	5	2	4
3	«Infinleasing»	2	2	3
4	СП ЗАО «Узбеклизинг Интернэшнл А.О.»	1	1	1
5	«Узтранслизинг»	0,3	1	1
6	«Chinaleasing Group»	0	0	13
7	«Дельта лизинг»	0	2	4
8	«Бизнес лизинг»	0	1	1
9	«Alliance Leasing»	0,3	0,3	1,5
10	«Аргум лизинг»	0,1	1	1

Таблица 9

№ пп	Лизингодатель	Удельный вес в объеме лизинговых сделок по пассажирскому автотранспорту (в %)		
		2010 год	2011 год	2012 год
1	«Микрокредитбанк»	93	18	2
2	«Ипотекабанк»	0	41	59
3	«Халкбанк»	6	27	6
4	«Асакабанк»	0	0,5	14
5	«Хамкорбанк»	0	5	3

Таблица 10

Рэнкинг лизинговых компаний, заключивших договора лизинга на АТС за 2010–2012 гг.

№ пп	Лизингодатель	Сегмент грузового автотранспорта			Сегмент пассажирского автотранспорта			Автотранспортные средства в целом		
		2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
1	O'zavtosoat Leasing	1	1	1	1	1	2	1	1	1
2	Ipoteka bank	-	10	3	-	2	1	-	2	2
3	Asaka Bank	17	26	2	-	21	3	21	30	3
4	СП ЗАО «Узбеклизинг Интернэшнл А.О.»	2	2	4	6	17	27	3	3	4
5	Delta Leasing	-	12	5	-	11	12	-	11	5
6	China Leasing Group	11	8	8	-	-	5	12	12	6
7	Hamkorandleasing	-	16	6	-	12	29	-	17	7
8	Hamkormaz Leasing	10	14	7	-	25	-	11	19	8
9	Xalq Bank	14	21	17	7	3	7	13	9	9
10	Qurilish Lizing	-	18	9	-	-	-	-	22	10

Продолжение таблицы 10

№ пп	Лизингодатель	Сегмент грузового автотранспорта			Сегмент пассажирского автотранспорта			Автотранспортные средства в целом		
		2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
11	Nano Leasing	-	-	10	-	-	-	-	-	11
12	Hamkor Bank	7	4	12	-	8	8	8	5	12
13	SIFCO International	-	6	11	-	6	-	-	4	13
14	Turon Bank	21	-	-	-	5	4	25	16	14
15	Infin Leasing	5	5	14	4	9	14	5	7	15
16	UzPSB Bank	-	25	26	-	24	6	-	28	16
17	Asaka Trans Leasing	18	17	18	3	10	13	4	14	17
18	Trast Bank	-	-	13	-	-	-	-	-	18
19	Biznes Leasing	8	9	15	-	15	25	9	10	19
20	Hamkor Invest Lizing	-	-	16	-	-	-	-	-	20
21	BDS Leasing	9	13	19	14	26	30	10	15	21
22	Premium Leasing	-	-	20	-	-	-	-	-	22
23	Taiba leasing	-	-	21	-	-	22	-	-	23
24	Barqaror Leasing	-	-	-	-	-	9	-	-	24
25	Alliance-Leasing	6	11	22	11	20	19	7	13	25
26	Mikro Kredit Bank	3	7	-	2	4	10	2	8	26
27	Feron Leasing	-	-	24	12	7	21	24	21	27
28	Inter leasing	-	-	-	-	-	11	-	-	28
29	Davr Bank	-	-	23	-	-	-	-	-	29
30	Sino-Urgench	-	-	25	-	-	-	-	-	30
31	Ziyinat Lizing	-	-	-	-	-	15	-	-	31
32	FLC-Leasing	-	20	-	-	13	16	-	20	32
33	Orient Finance Business	-	-	-	-	-	17	-	-	33
34	Artum Leasing Group	13	15	29	13	16	28	16	18	34
35	Baraka Leasing	-	-	-	-	14	18	-	26	35
36	Samarkand Leasing	-	-	-	-	-	20	-	-	36
37	Trast Leasing	-	3	28	-	3	-	-	6	37
38	Invest Finance Bank	-	-	-	-	-	23	-	-	38
39	Ideal Invest Leasing	-	-	-	-	-	24	-	-	39
40	O'ztranslizing	-	-	-	10	18	26	23	29	40
41	West Techno Leasing	-	-	-	-	-	31	-	-	41
42	Elita Leasing	4	-	-	-	-	-	6	-	-
43	Узавиализинг	20	-	-	5	-	-	14	-	-
44	Int-Vest Leasing	12	-	-	-	-	-	15	-	-
45	Gamma Leasing	-	-	-	8	-	-	17	-	-

ках, чем независимые лизинговые компании. Вторые делают упор на более мелкие сделки для сегмента малого и среднего бизнеса.

Продолжение таблицы 10

№ пп	Лизингодатель	Сегмент грузового автотранспорта			Сегмент пассажирского автотранспорта			Автотранспортные средства в целом		
		2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
46	Alfa Leasing	15	-	-	-	-	-	18	-	-
47	Санар лизинг	-	-	-	9	-	-	19	-	-
48	Fidelity Leasing	16	-	-	-	-	-	20	-	-
49	WIT	19	-	-	-	-	-	22	-	-
50	Алока банк	22	19	-	-	-	-	26	23	-
51	Кишлок курилиш банк	-	-	-	15	-	-	27	-	-
52	Alfa Invest Leasing	-	23	-	-	19	-	-	24	-
53	Consult Invest Leasing	-	22	-	-	27	-	-	25	-
54	Credit Standard Bank	-	24	-	-	22	-	-	27	-

Эта черта отчасти характерна и для узбекского рынка лизинга АТС (в части компании «Узавтосаноатлизинг»), однако деятельность за последние годы специализированных компаний таких, как «Асакатранлизинг» и «Узтранлизинг» имеет отклонение от данной тенденции.

Из ренкинга лизингодателей очевидно, что тенденция на рынке лизинга АТС среди независимых лизинговых компаний достаточно хаотична и не имеет четкой диверсифицированной стратегической базы. Компании заключают договора на автолизинг от случая к случаю. Кроме как в части, если эти компании являются партнерами и /или официальными дилерами производителей грузовых АТС; имеют иностранных учредителей и достаточный поток финансовых средств.

Лизинговым компаниям и банкам, которые постоянно входят в первую десятку рейтинга по лизингу АТС, следует обратить внимание на возможность открытия дочерних лизинговых компаний занимающихся специализированным лизингом АТС в целях диверсификации своей деятельности и предложений потребителю более гибких автотранспортных лизинговых программ.

В целях уменьшения концентрации и монополизации рынка лизинга АТС и привлечения иностранных инвестиций в сектор лизинговых услуг, необходимо взять на вооружение зарубежный опыт по созданию каптивных лизинговых компаний непосредственно от автопроизводителей (к примеру СП «MAN Auto Leasing Uzbekistan», СП «Samavto Leasing»).

Безусловно, развитие лизинга в целом и лизинга АТС для Республики Узбекистан имеет хорошие перспективы и необходимо эффективное и действенное использование этого мощного финансового инструментария для дальнейшего динамичного развития экономики страны.

Бойко М. В.
аспирант,
Московский государственный
областной университет

Создание доходных домов в Московской области как инструмент развития предпринимательства (на примере города Красногорск)

В настоящей статье проводится расчет создания пилотного проекта доходного дома в городе Красногорск.

Ключевые слова: *доходный дом, аренда, домохозяйство, жилищный фонд, инвестор, кредитор.*

Creation of profitable houses in the Moscow region, as the instrument of development of business (on the example of the city the Krasnogorsk)

In the present article calculation of creation of the pilot project profitable at home in the city the Krasnogorsk is spent.

Keywords: *profitable house, rent, household, housing stock, investor, creditor.*

В Гражданском кодексе Российской Федерации, предпринимательство, предпринимательская деятельность определена как самостоятельная, осуществляемая на свой риск экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом и/или нематериальными активами, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке ¹.

Одним из перспективных направлений предпринимательской деятельности может стать создание и развитие системы доходных домов.

В настоящее время государственная политика отдает приоритет развитию доступного жилого фонда. Однако формирование в Московской области рынка доступного жилья осложнено определённой спецификой, не встречающейся в других регионах России ².

¹ Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.consultant.ru>

² Бойко М.В. Создание и развитие системы доходных домов в городе Москве: моногр. / М.В. Бойко. М.: Изд-во МГОУ, 2012.

На сегодняшний день Московская область является крупнейшим центром концентрации капитала в России. Спецификой Московской области является стабильно высокий спрос практически на любую недвижимость за счет функционирования Московской области как финансового, делового, культурного, научного и образовательного центра.

Бюджетное финансирование мероприятий, связанных с реализацией государственных обязательств перед различными категориями граждан в жилищной сфере, давая очевидный социально значимый эффект, не создает условий для возвратного восполнения бюджетов посредством осуществления конкретных проектов³.

Существующие потребности в увеличении объемов жилищного строительства и одновременном снижении бюджетных расходов обосновывают необходимость разработки предложений по привлечению частных инвестиций.

Вместе с тем, активное вовлечение инвестиционных средств в строительство жилья имеет ряд отрицательных последствий:

- высокая стоимость жилых помещений приводит к тому, что для большей части трудоспособного населения Московской области рыночные способы улучшения жилищных условий зачастую недоступны;
- постоянный приток граждан из других регионов, для которых покупка недвижимости в Московской области является выгодным вложением средств;
- недостаточная обеспеченность возводимого жилья объектами социальной и транспортной инфраструктур;
- инвестиционное строительство жилья не в полной мере способствует решению социальных задач, стоящих перед городом (расселение аварийного и ветхого жилья, реализация жилищных программ)⁴.

Сказанное свидетельствует о том, что для Московской области необходимо выработать новые подходы к решению проблемы создания рынка доступного жилья.

В целях расширения возможностей граждан по улучшению жилищных условий предлагается существенно расширить и дифференциро-

³ Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 г. № 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг». [Электронный ресурс] // URL: <http://www.consultant.ru>

⁴ Основные направления социально-экономического развития РФ на долгосрочную перспективу // Проект, 2012.

вать меры по развитию различных форм удовлетворения жилищных потребностей граждан и строительства различных типов жилья.

Речь идет, прежде всего, о развитии рынка арендного жилья.

Наем жилых помещений позволяет не только удовлетворить потребность в жилье для различных групп граждан, но и повысить мобильность населения.

Потребность в арендном жилье в несколько раз превышает текущее предложение и этот разрыв увеличивается из года в год (трудовая миграция, в том числе высококвалифицированных специалистов, молодые семьи и т.д.).

В своем ежегодном обращении к Федеральному Собранию в декабре 2012 года Владимир Владимирович Путин определил приоритетной задачей расширение возможности аренды жилья, особо подчеркнув, что такое жилье должно быть доступно для работающего человека⁵.

Одним из направлений решения поставленной Президентом задачи может стать строительство доходных домов.

Доходный дом — это жилой дом, в котором все квартиры и нежилые помещения без ограничения размера площади предоставляются во временное владение и пользование физическим и юридическим лицам по договорам найма и аренды⁶.

Суть проекта состоит в организации взаимодействия различных групп участников: инициативной группы, инвесторов, кредитных организаций, управляющей компании, застройщика, физических и юридических лиц.

Инициативная группа, разрабатывает бизнес-план, организацию взаимодействия участников проекта и занимается сопровождением реализации проекта.

Инвесторы (общее собрание пайщиков) осуществляют решение вопросов, связанных с выбором управляющей компании, распределением паев, необходимостью привлечения заемных средств.

Управляющая компания после получения разрешения на строительство осуществляет выбор генеральной подрядной строительной организации. После введения доходного дома в эксплуатацию осуществляет накопление денежных средств пайщиков, занимается сдачей в

⁵ Государственная программа «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами населения России», утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 30.11.2012 г № 2227-р. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.consultant.ru>

⁶ Корнилова Н.В. Становление и развитие положений о найме жилищного помещения// Жилищное право. 2012.

наем и аренду квартир, сдачей в аренду нежилых помещений, эксплуатацией дома, осуществляет ремонт и содержание жилых/нежилых помещений, реконструкцию дома.

Схема реализации пилотного проекта с привлечением частного капитала в строительство доходного дома в Красногорске представлена на рис. 1.



Рис. 1. Схема реализации пилотного проекта по возведению одного доходного дома в Красногорске

Проект предполагает создание доходного дома, представляющего собой многоквартирный 17-этажный 3-секционный жилой дом, расположенный в городе Красногорск. Дом имеет общую площадь 20 133 кв. м, 450 квартир и 2 этажа нежилых помещений, предназначенных для сдачи в аренду под торговые и офисные помещения (табл. 1).

Таблица 1

Параметры доходного дома в Красногорске

Квартиры, количество шт., (%)		
однокомнатные	двухкомнатные	трехкомнатные
340 (65%)	87 (25%)	23 (10%)
Площади нежилых помещений, м ²		
Офисы	Торговые площадки	Складские помещения
1 149	1 149	815
Общие характеристики дома		
Амортизационный период, лет	Себестоимость строительства 1 м ² площади, руб.	Общая площадь дома, м ²
30	48 875	20133

Предполагается, что ставки найма и аренды квартир могут быть ниже рыночных на 15–20%, а ставки аренды нежилых помещений будут сопоставимы с рыночными.

Расчеты приведены с учетом инфляции сроком на 10 лет с момента ввода доходного дома в эксплуатацию. В первый год эксплуатации дома квартиры принесут доход в размере более 140 млн. руб., а нежилые помещения – более 80 млн. руб. Объемы доходов по заключенным договорам составят 64% по квартирам и 36% по нежилым помещениям (рис. 2).

Согласно расчетам средняя внутренняя норма доходности (IRR) составит 30%, чистая приведенная стоимость (NPV) на 10-й год эксплуатации будет составлять около двух миллиардов рублей. Возврат инвестиций будет завершён на 5-ом году функционирования доходного дома после ввода его в эксплуатацию. Сравнительная характеристика использования организационно-правовой формы хозяйствования применительно к проекту представлена в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительная характеристика привлекательности организационно-правовой формы хозяйствования собственника

	Закрытое акционерное общество	Закрытый паевой инвестиционный фонд недвижимости
Средняя внутренняя норма доходности (IRR)	22%	30%
Чистая приведенная стоимость (NPV)	1 192 млн. руб.	1 956 млн. руб.
Индекс прибыльности (PI)	1,2	2
Расчетный срок окупаемости	7 лет	5 лет

Проект предполагает использование закрытых паевых инвестиционных фондов недвижимости при строительстве доходных домов. Главным преимуществом закрытых паевых инвестиционных фондов недвижимости являются гарантии целевого использования денежных средств и имущества, включающие механизмы государственного контроля и контроля со стороны пайщиков, а также отсутствие режимов налогообложения, что в конечном итоге обеспечит повышенную доходность, в сравнении с иными формами хозяйствующих субъектов.

Основными методами привлечения Правительством Московской области инвесторов к строительству доходных домов могут стать:

- освобождение инвесторов от взимания отчислений на развитие социальной и инженерной инфраструктуры города, связанных со строительством доходных домов;

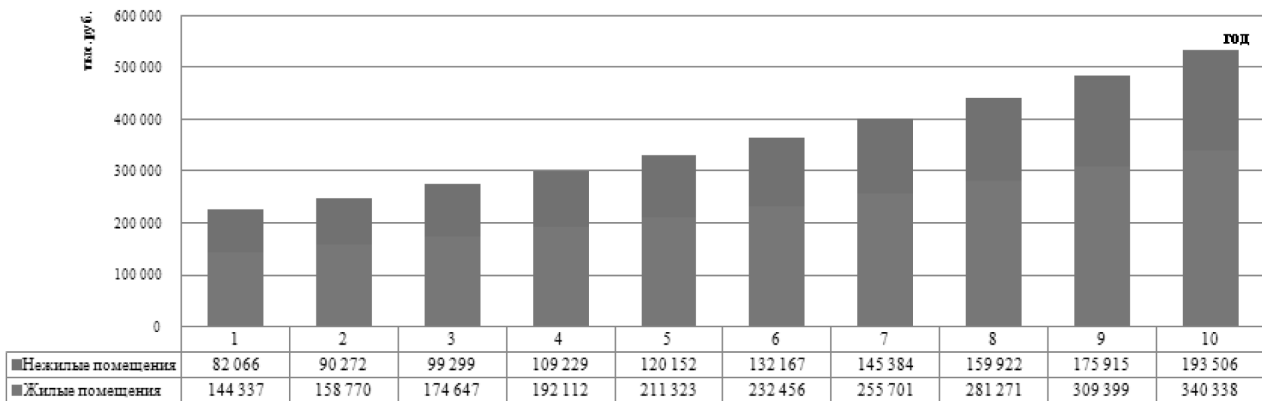


Рис. 2. График поступления доходов от жилых и нежилых помещений

- освобождение инвесторов от оплаты долевого участия на развитие городских инженерных сетей и сооружений при получении технических условий на присоединение;
- введение льготной ставки арендной платы за земельный участок, предоставленный для строительства доходного дома на период строительства и на определенный период после ввода доходного дома в эксплуатацию.

Необходимо также обратить внимание и на другие категории населения города, которые зачастую не менее остро нуждаются в жилье и которым оно на рынке жилья также недоступно. Это и представители, так называемого, среднего класса. Именно эти группы населения Московской области чаще всего арендуют квартиры в частном секторе — так как в отличие от менее обеспеченных групп в состоянии аренду оплачивать. В такой ситуации представители среднего класса оказываются наименее защищенными в жилищной сфере: наиболее богатым жильем доступно на рынке, им по карману и ипотека, а самым неимущим готово помочь государство, тогда как средний класс оказывается в этих условиях с жилищной проблемой один на один.

Для этих категорий населения нужно строить доходные дома эконом- и бизнес-класса (городские или с привлечением частных инвесторов), в которых квартиры можно будет сдавать по коммерческим ставкам ниже среднерыночных (для более успешной конкуренции с частным сектором)⁷.

Преимущества аренды квартиры в таком доме перед частным сектором:

- дом специально предназначен и оборудован для сдачи в аренду;
- легальность, безопасность и надежность аренды;
- необходимая инфраструктура и обслуживающий дом персонал;
- относительно низкие ставки арендной платы.

Учитывая последние тенденции развития рынка, можно утверждать, что через некоторое время частные инвесторы начнут все активнее рассматривать проекты с длительными сроками окупаемости. Это сделает возможным более активное участие частного капитала в строительстве доходных домов для сдачи жилья в аренду.

Создание фонда арендного жилья позволит также предприятиям формировать гибкую кадровую политику, тем самым стимулируя рынок труда, повышение трудовой мобильности населения.

⁷ ГУП Московский городской центр арендного жилья – [Электронный ресурс] // URL: <http://www.mgcaz.ru>

Бубенок Е. А.
кандидат экономических наук,
Генеральный директор ООО БТК «60 канал»

Методические вопросы создания бренд-имиджа компании на основе применения технологий «вовлечения потребителей» и участия СМИ

Снижение эффективности традиционной рекламы требует поиска новых методов формирования лояльности к брендам. Наилучшие результаты демонстрируют технологии, ориентированные на создание эмоциональной вовлеченности покупателей во взаимодействие с брендом товара и компании.

Ключевые слова: бренд, лояльность, вовлечение, культурные идеи, футуристический маркетинг, lovemarks-подход.

Methodical questions of creation and maintenance brand image of the company on the basis of application friendly «technologies of involvement» consumers and possibilities of regional mass media

Decrease in efficiency of traditional advertising demands search of new methods of formation of loyalty to brands. The best results show the technologies focused on creation of an emotional involvement of buyers in interaction with a brand of the goods and the company.

Keywords: brand, loyalty, involvement, cultural ideas, futuristic marketing, lovemarks-approach.

Одним из этапов брендинга, как инструмента, является разработка эффективного позиционирования бренда «раскручиваемой» компании среди множества брендов-конкурентов на рынке. Его цель — мобилизация признаков, призванных убедить потребителя, что перед ним единственная в своем роде компания или лучший товар. В результате правильного позиционирования, у потребителя создается устойчивое положительное мнение о бренде, и, разумеется, о той компании или продукте, к которым он имеет отношение.

Однако, отмечаемая в настоящее время эмоциональная пресыщенность покупателей рекламной продукцией, снижение действенности традиционной рекламы, вызвали к жизни ряд новых технологий создания предпочтений потребителей к бренду. Одним из главных изменений в современном брендинге становится переход от простой передачи сообщений пассивной аудитории к идеям, перенимаемым (или создаваемым

совместно) теми группами людей, к кому они относятся. В связи с изменением покупательского поведения и отношения потребителей к разным средствам коммуникации, компаниям все труднее управлять лояльностью потребителей к их брендам, которая неуклонно снижается. В соответствии с традиционной теорией управления лояльностью, она достигается при условии выполнения ряда условий. Среди них:

- выработка у целевых сегментов потребительской аудитории устойчивого предпочтения определенного бренда всем остальным в данной товарной категории;
- наличие в сознании потребителей осознанного желания совершить повторную покупку и в дальнейшем продолжать приобретать именно данную торговую марку;
- наличие у потребителей чувства удовлетворенности по отношению к бренду;
- нечувствительность потребителей к действиям конкурентов в результате реализации политики лояльности к бренду;
- преобладание у потребителей эмоционального компонента над рациональным в структуре лояльности к бренду.

Вместе с тем, сегодня данных условий уже оказывается недостаточно. Лояльность к тому или иному бренду связана не столько с удовлетворенностью покупателей, сколько с их эмоциональной вовлеченностью во взаимодействие с брендом. Подобная вовлеченность, в свою очередь, определяет активную позицию покупателя по отношению к приобретению товаров конкретного бренда. В связи с этим все чаще в практике брендинга используется концепция «маркетинга впечатлений», предполагающая помещение покупателя в определенную атмосферу взаимодействия с брендом. В такой ситуации покупателя переполняют эмоции, что существенно влияет на его поведение, а, следовательно, и на лояльность к бренду [1].

Маркетинг впечатлений, брендинг, построенный на культурной идее, брендинг «на страстях» и другие аналогичные новые концепции и технологии продвижения товара обобщенно охватываются концепцией так называемого «футуристического маркетинга» [2]. Согласно определению автора данного термина – Г.В. Колодной – футуристический маркетинг является результатом поиска новых оригинальных идей продвижения бренда и предполагает отказ от существующих традиционных способов представления товара потребителю. Данный вид маркетинга культивирует творческие решения, нестандартные подходы и поиск новых форм коммуникаций с потребителем. В своих исследованиях автор акцентирует внимание на нескольких новых формах ком-

муникаций, таких как: использование Интернет, применение компьютерных игр, «сенсорный брендинг»; «lovemarks»-подход¹. Несмотря на то, что футуристический маркетинг оперирует традиционными инструментами – привычными «4Р»² – их содержание изменяется. *Продукт* трансформировался в идею – идея важнее продукта, она создает добавленную стоимость. *Цена* претерпела наименьшие изменения. Но и здесь акцент переместился с сугубо экономических соображений в сторону психологического восприятия цены целевой аудиторией, попадания в «коридор комфортности». *Место*: основной вопрос дистрибуции, максимальная близость к конечному потребителю, решается через понимание, что самый короткий путь – это присутствовать у него в голове в виде идеи. *Продвижение*: реклама тоже движется в сторону «исчезновения». Она должна стать не просто ненавязчивой, но полностью незаметной для потребителя [3].

Анализ показывает, что падение эффективности массовой рекламы, в особенности, телевизионной, происходит в силу нескольких обстоятельств. Во-первых, современный телезритель научился избавляться от навязчивой рекламы техническим способом, используя звукозаписывающую аппаратуру или встроенные в телеприемники специальные системы. Во-вторых, происходит абсолютное сокращение телевизионной аудитории в пользу роста предпочтений для получения информации из альтернативных источников, главным образом из Интернет. Популярность данной информационно-телекоммуникационной сети в нашей стране растет весьма высокими темпами. Если в 2005 г. исследователи отмечали, что уровень проникновения Интернета в целом по России недостаточно высок и составляет 19% (в Москве – 41%, в Санкт-Петербурге – 24%), а количество пользователей Интернета в России превышает 20 млн. человек [4], то по уже состоянию на 2011 г. ситуация резко изменилась. Число пользователей Интернета в России, выросло до 70 миллионов человек, сообщил глава Минкомсвязи России. Таким образом, количество интернет-пользователей в стране составило 49% от 142 миллионов 857 тысяч человек, проживающих в России. Наша страна вышла на первое место по количеству интернет-пользователей в Европе, обогнав Германию. По данным министерства, наиболее популярным среди россиян интернет-сайтом в 2011 г. был «Яндекс», а крупнейшая российская социальная сеть «в контакте» – лидер по количеству времени, проводимому европейцами на сайте (в среднем около 7,1

¹ Lovemarks (англ.) – любимые бренды.

² «4Р» – product, price, place of sale, promotion.

часа за месяц). Министр также отметил, что в уходящем году Россия вошла в первую десятку стран мира по развитию широкополосного доступа в интернет. «Россия признана наиболее быстро растущей страной по темпам прироста пользователей: ежегодный прирост оценивается более чем в 2 миллиона человек — это более чем 20-процентное увеличение по сравнению с 12-процентным приростом в мире», — сказал министр [5].

Подобная тенденция, а также развитие сопутствующих технических средств, в ближайшее время принесет зримые изменения и в технологии брендинга. Так, интернет-телевидение и видео мобильных приложений становится популярной площадкой взаимодействия с нужной аудиторией. Основным преимуществом интернет-телевидения станет его интерактивность. Уже сейчас пользователи имеют возможность подбора телевизионных программ и сервисов по своему усмотрению. Фактически речь идет о персонализации телевидения, когда на основе предпочтений пользователя для него создается собственный телеканал, транслирующий интересные ему передачи в удобное для него время. Онлайн-телевидение станет отличной площадкой для генерации дохода обычным ТВ-каналами. Так, прибыль от рекламы российского телеканала «RT» на «YouTube» уже превысила 500 тыс. долларов. Подобных финансовых показателей удавалось достичь лишь самым просматриваемым и популярным каналам международного видеохостинга [6]. По мнению специалистов екатеринбургского интернет-агентства «Roso Group» рост рынка мобильных устройств изменит суть процесса предоставления рекламы пользователям. Модель SMS- и MMS-рекламы уйдет в прошлое, их заменит контекстная и медийная реклама. Этот вид рекламы будет показываться выборочно, только тем пользователям, которые уже проявляли интерес к продуктам и услугам, рекламодатели будут активно использовать рассылку бесплатных образцов товара и оплачивать просмотр рекламы потенциальным покупателям. Поисковая мобильная реклама, доступ к которой открывают смартфоны, гораздо точнее обычной, так как выдает объявления в зависимости от территориального местоположения потребителя. Более высокие темпы роста в перспективе будет демонстрировать мобильная реклама аудио- и видеоформата, в то время как наибольшую часть рынка в денежном выражении будет занимать реклама в результатах поиска и в цифровых картах.

К 2014 г. более 3 млрд. человек в мире будет иметь возможность совершать электронные транзакции через мобильные и другие интернет-технологии. Комбинация двух трендов создает ситуацию, когда значи-

тельная часть населения сможет выполнять финансовые операции в электронном виде. Совершенствование мобильных платежных систем и мобильного банкинга подстегнет рост онлайн-торговли. Социальные сети станут ключевой площадкой взаимодействия с целевой аудиторией. Около 10% профилей в социальных сетях будут принадлежать компаниям. Уже сейчас социальные сети используются, как место поиска новых сотрудников, мониторинга мнений о репутации компаний, площадки по анонсу специальных акций. Возможности социальных сетей исследовать категории пользователей по полу, их активности и местонахождению дают возможность бизнесу инвестировать рекламные бюджеты максимально эффективно. Более того, в будущем одностороннее общение станет трансформироваться в интерактивный диалог с целевой аудиторией. Спрос на маркетологов с опытом в «Social Marketing» будет только расти. Обратная реакция в виде положительных откликов или отрицательных высказываний будет служить серьезным барометром правильности развития компании [7].

Многие производители сегодня в состоянии трезво оценить происходящие в мире изменения с тем, чтобы расставить необходимые акценты в области проводимой ими стратегии брендинга. Они понимают, что, если главным медиаканалом второй половины XX века было телевидение, то основным транслятором информации первой половины XXI века становится Интернет. Не остались незамеченными для производителя и трансформации, происшедшие в психологии потребителя. Потребитель XXI века отдает предпочтение интерактивному общению с производителем, стремится получить наиболее полную информацию о создателе покупаемых благ (о бренде компании), выступает за поддержание двустороннего диалога с производителем.

Так, компанией «Panasonic» запуск нового продукта — плоскопанельных телевизоров под брендом «Viera» был произведен с помощью специально созданного сайта Viera.tv. Получив хорошие показатели посещаемости сайта в результате эксперимента, компания решила использовать интерактивный маркетинг и в своей основной рекламе. В апреле 2005 г. взяла старт новая имиджевая кампания на сайте sosed1.ru, где можно было наблюдать за жизнедеятельностью нескольких персонажей, созданных при помощи флэш-анимации, рекламирующих марку «Panasonic». По аналогии был произведен запуск пива марки «Т» компанией «Тинькофф». Производитель создал онлайн-бар как место встречи виртуального сообщества потребителей, где можно воспользоваться услугами службы знакомств и пообщаться в трехмерном чате. Центральная идея образования онлайн-бара состояла в возможности осуществ-

ления знакомства. Это позволило обозначить и сделать попытку в решении главной проблемы молодого поколения – потенциальных потребителей марки «Т» – осуществить знакомство. Создатель бренда «Тинькофф» С. Аветисян, комментируя удачно выбранный ход при продвижении названной марки, отмечает: «...для потребителей пива «Т» появление одноименного сайта органично, они не видят там коварства со стороны производителей пива. Они себя прекрасно чувствуют в этом виртуальном пространстве, знакомятся, общаются ... и когда они где-то на прилавке увидят знакомые очертания, знакомые сочетания цветов на бутылке, они легко и дружелюбно вводят эту бутылку в свою ментальную территорию» [8].

Ведущие автомобилестроительные компании и их официальные дилеры, помимо информационных роликов, акцентирующих внимание на различных идеях, которые хочет сообщить тот или иной производитель, позиционируя свою компанию в восприятии потребителя (например, «Volvo» – самая безопасная, экологически корректная машина; «BMW» – машина, созданная для водителя и т.д.), размещают на своих сайтах так называемый «конфигуратор». Используя его возможности, потенциальный покупатель способен самостоятельно, пользуясь имеющимися подсказками:

- а) досконально сконфигурировать нужную ему комплектацию автомобиля;
- б) с высокой степенью точности определить стоимость выбранной им конфигурации;
- в) рассчитать условия кредита, если он предполагает приобрести машину с рассрочкой;
- г) узнать стоимость страховки КАСКО и ОСАГО;
- д) заказать услугу регистрации в ГИБДД;
- е) сообщить о своем выборе дилеру и зарезервировать покупку.

При визите в салон дилера ему остается лишь оплатить требуемую сумму. Подобное интерактивное взаимодействие покупателя с продавцом в корне меняет его привычную модель и повышает лояльность к бренду. Наличие такого конфигуратора на сайтах косвенно свидетельствует и о прогрессивности, устойчивости и силе бренда компании. Так, они есть у компаний-производителей следующих марок: «Mercedes Benz», «BMW», «Volvo», «Opel», «Volkswagen», «Audi», «Citroën», «Peugeot», «Land-Rover». Вместе с тем у компаний второго эшелона, реализующих такие автомобили, как: «Daewoo», «Renault», «Hyundai», «GreatWall», «SsangYong», подобная услуга отсутствует.

Еще одной из составных частей футуристического маркетинга является сенсбрендинг, или сенсорный маркетинг, предполагающий комплексное воздействие на потребителя через все органы чувств, в отличие от традиционных способов воздействия, направленных исключительно на органы слуха и зрения. Автором теории сенсорного маркетинга является американский маркетолог М. Линдстром, по мнению которого применение именно сенсбрендинга способно выстроить искренние взаимоотношения с потребителем [9]. Несмотря на то, что сенсорный маркетинг сегодня относится к развивающейся теории, в нашей стране имеется положительный результат применения идеи сенсбрендинга. Так, компания «Эконика-обувь», занимающаяся продажей обуви, решила взять на вооружение данную концепцию. Специально для этой компании специалистами в конкретных областях были смоделированы новые форматы: создан саундтрек, разработан новый дизайн магазинов, выбраны фирменные цвета, разработан фирменный запах. Работа пилотного магазина сети «Эконика-обувь» в новом формате сенсбрендинга продемонстрировала отличные результаты. Объем продаж фирмы за первые две недели вырос на 40% [10]. Сегодня уже многие компании широко применяют идеи комплексного воздействия на чувства человека для обеспечения его лояльности к бренду продукта или компании. Это сказывается на оформлении торговых помещений, придании традиционным незамысловатым товарам новых тактильных, обонятельных или зрительных образов, оказании дополнительного воздействия на зрителей при показе кинокартин и т.д.

Вот, например, как описывается значимость обонятельных образов при определении предпочтений для выбора нового автомобиля. Известно, что построение автомобильных брендов уже вышло за рамки стильного дизайна и мощных двигателей. В современных условиях потребители заинтересованы в получении мультисенсорных ощущений в процессе взаимодействия с автомобильным брендом. На воспроизведение неповторимого запаха автомобиля «Silver Cloud» компании «Rolls-Royce» выпуска 1965 г. были израсходованы сотни тысяч долларов. Хотя запах невозможно купить, именно он стал главным элементом продвижения одного из ведущих мировых брендов дорогих автомобилей. Когда в адрес бренда «Rolls-Royce» начали поступать жалобы на то, что новые модели не в полной мере соответствуют репутации своих знаменитых «предшественников», специалисты компании выяснили, что запах был единственным фактором, который отличал новые модели автомобилей от старых (помимо неизбежных различий в конструкциях). В салонах старых моделей «Rolls-Royce» пахло натуральными материалами, такими как дерево,

кожа, мешковина и шерсть. При современной технологии сборки автомобилей, а также под влиянием правил обеспечения безопасности, большинство этих материалов уже не используется — их заменили такие материалы, как пенопласт и пластик. Единственная возможность обеспечить таким же ароматом салоны современных автомобилей заключалась в том, чтобы создать его искусственным способом. Используя модель «Silver Cloud» 1965 г. в качестве эталона, команда специалистов компании начала детальный анализ аромата салона этого автомобиля с целью определения его отдельных составляющих. В целом были идентифицированы около восьмисот таких элементов. Специалисты предполагали наличие таких элементов, как запах красного дерева и кожи, однако присутствие других запахов (масла, бензина, антикоррозийного покрытия и войлока) оказались для них сюрпризом. Имея в своем распоряжении результаты анализа, им удалось создать необходимый запах. Теперь, когда новый «Rolls-Royce» покидает стены завода, уникальный запах этого автомобиля расплывается в салоне, под креслами, — это позволяет хотя бы частично воссоздать неповторимый аромат, которым славился старый «Roller» [11].

Еще одним современным направлением брендинга является завоевание признания потребителей с помощью так называемого *lovemarks*-подхода — брендинговой концепции, разработчиком которой является руководитель сети рекламных агентств «Saatchi & Saatchi» К. Робертс. Он утверждает, что каждая компания может добиться безоговорочного доверия покупателей, построив свою деятельность на любви к обслуживанию клиентов, любви к самим клиентам, к дизайну и к жизни в целом. К. Робертс считает, что торговая марка должна не просто нравиться потребителям, она должна вызывать у покупателей любовь и уважение. Уважение рождается из трех организующих начал — репутации, качества и доверия. Любовь в свою очередь отличается тремя признаками, лежащими в основе эмоциональных связей: загадочностью, чувственностью и интимностью. Другими словами в основе данной концепции, в первую очередь, лежат эмоциональные связи с клиентами. Автор настаивает на том, что для повышения конкурентоспособности современной компании недостаточно иметь сильный бренд. «Многие бренды потеряли эмоциональную нить и превратились в «машинку по перемалыванию цифр». Продукт пришел к торговой марке, та — к бренду. Всё, эволюция закончилась. Все шампуни делают ваши волосы мягкими и блестящими. Все автомобили надежны. Где различия? Бренды сейчас вовлечены в гонку сравнительных преимуществ «еще свежее, еще чище, еще холоднее». На это уходят миллионы долларов, а потребитель

в информационном шуме этого уже не слышит. ... Людям нужно, чтобы их развлекали, заинтриговали, дали какой-то стимул, сделали приятный сюрприз. Нужно затронуть эмоциональную струну в их душе» [12]. Именно поэтому компаниям необходимо в первую очередь ориентироваться на «вдохновенных потребителей». Производитель должен пробовать выстраивать с потребителем двусторонние отношения, основанные на взаимопонимании, сопереживании и провидении. Фирмам следует изучить мечту потребителя и пытаться найти возможность ее реализовать.

Вновь обращаясь к теме производителей автомобилей, можно привести пример из практики работы их авторизованных дилеров. При визите в автосалон, независимо от глубины намерений клиента, ему предлагается пройти так называемый тест-драйв, то есть осуществить пробную поездку на приглянувшемся ему автомобиле. В ходе такой поездки сопровождающий клиента менеджер имеет возможность поинтересоваться предпочтениями клиента, на деле продемонстрировать отличительные особенности автомобиля, обсудить различные варианты комплектации, возможные скидки и бонусы; рассказать об истории и ключевых преимуществах компании-производителя. В результате, у клиента, лично управлявшего новым автомобилем (а, следует заметить, что новый автомобиль, как правило, всегда лучше привычного, находящегося в эксплуатации у владельца несколько лет), складываются доверительные отношения с менеджером, возникает чувство определенных обязательств перед ним, что в итоге приводит к покупке.

Грант Д. приводит 32 идеи, способные эмоционально воодушевить покупателя на повышение лояльности к бренду (таблица 1).

Автор предлагает укрупненно разделить большинство культурных идей на четыре уровня:

А. Личностные — идеи, которые воспринимаются индивидуально и неповторимо, например личные фантазии, мечты, предпочтения и интерактивные продукты, созданные с учетом пожеланий конкретного заказчика или самим потребителем.

В. Непосредственные — идеи, которые воспринимаются и переживаются «здесь и сейчас», будь это эстетические эмоции, спортивные мероприятия или социальное взаимодействие (и течение беседы). Они часто имеют социальный контекст, например, подразумевают присутствие в общественном месте, в отличие от личностных идей, перечисленных в первом уровне.

С. Групповые (социальные) — идеи, которые масштабнее того, что мы испытываем индивидуально. Они часто имеют отношение к иден-

Типология культурных идей³

Уровень Тип	(А) Личностные	(В) Непосредственные	(С) Групповые	(D) Официальные
Новые традиции	1А. Привычные идеи	1В. Зрелищные идеи	1С. Лидерские идеи	1D. Организационные идеи
Системы убеждений	2А. Когнитивные идеи	2В. Идеи ценителей	2С. Идеи веры	2D. Идеи атласа
Время	3А. Регрессивные идеи	3В. Идеи настоящего	3С. Ностальгические идеи	3D. Календарные идеи
Стадные инстинкты	4А. Идеи инициации	4В. Идеи толпы	4С. Идеи клана	4D. Идеи повальных увлечений
Связующие идеи	5А. Соавторство	5В. Социализация	5С. Сотрудничество	5D. Местное сообщество
Роскошь	6А. Идеи консьержа	6В. Идеи избытка	6С. Эксклюзивные идеи	6D. Экзотические идеи
Провокации	7А. Эротические идеи	7В. Ослабляющие идеи	7С. Скандальные идеи	7D. Радикальные идеи
Контроль	8А. Персонализированные идеи	8В. Контролирующие идеи	8С. Идеи соперничества	8D. Идеи градации

тичности и принадлежности к группе, например к кланам, к принятию той или иной стороны, к принадлежности к элите.

D. Официальные — это самые «крупные», самые организованные формы культуры, они скорее «задаются», чем выбираются. Они уже относятся больше к культурной жизни общества, к ее общенациональным формам, нежели к индивидуальному или групповому выбору. На этом уровне заметнее всего и эффект глобализации.

Еще один показательный пример. Как полагает Г.В. Колодная [14], затронуть самые глубинные струны души своих потребителей удалось красногорской (Московская область) кондитерской фабрике «Конфаэль». Фабрика не только выступает спонсором различных детских творческих проектов (конкурс юных виртуозов, международный фестиваль детской анимации «Золотая рыбка»), но и организует мастер-класс живописи на шоколаде. В качестве «вдохновенных потребителей» выбрана детская аудитория. Вне всякого сомнения, в каждом человеке заложен определенный творческий потенциал, раскрыть который не всегда представляется возможным. Фабрикой «Конфаэль» найден прекрасный способ реализовать детскую мечту — написать картину шоколадом. В одной из фирменных кофеен компании можно представить себя в роли художника и испытать на ниве шоколадного творчества. Приятно осознавать при этом, что сам процесс нанесения шоколадных узоров на

³ Составлено по [13].

шоколадную поверхность имеет много общего с известной техникой энкаустики — старинного метода письма горячим воском. В случае необходимости можно воспользоваться советом профессионального художника, работающего на шоколадной фабрике «Конфаэль» и дающего мастер-класс в кофейне. Как правило, творческий процесс никого не оставляет равнодушными. К письму горячим шоколадом часто подключаются родители. Взрослым такое развлечение приходится по душе. Реализация проекта мастер-класс живописи на шоколаде компанией «Конфаэль» создает атмосферу праздника, помогает приблизить его участника к осуществлению мечты, значит, делает взаимоотношения между производителем и потребителем более искренними. В арсенале компании имеются и другие атрибуты «lovemarks», такие, как подарки к любым корпоративным праздникам, Новому году, 8 марта, дню рождения руководителей и сотрудников компаний, юбилею организаций или человеку, у которого «все есть». Компания предлагает большой выбор оригинальных подарков: от эффектных шоколадных наборов до эксклюзивных картин и скульптур из шоколада, а также различные варианты индивидуализации одного и того же подарка. Помимо шоколадных изделий в состав подарков входят изделия из кожи, фарфоровая посуда и другие, нетипичные для пищевого предприятия изделия, которые, тем не менее, формируют оригинальный запоминающийся образ «lovemarks» [15].

Таким образом, резюмируя, можно констатировать, что комплекс приемов, технологий и методов современного брендинга далеко не исчерпал себя и позволяет думающим руководителям компаний, маркетологам и исследователям всегда находить нужную их комбинацию для обеспечения лояльности покупателей к производимой ими продукции и компании в целом. С учетом рассмотренных тенденций на практическом примере рассмотрим, из каких элементов может складываться политика брендинга современного агропромышленного холдинга.

Начиная с 2001 г. Агропромышленный холдинг «Царь-Мясо» (г. Брянск) — компания, собравшая под свое начало мясопереработку, обеспечение мясным сырьем, кормовую базу и торговлю — полный производственный цикл, — столкнулась с необходимостью идентифицировать себя в качестве самостоятельного бренда, который бы отражал новое качество компании. В эти годы в Брянской области была представлена продукция местных производителей: ООО «БМПК», ООО «Мясокомбинат «Тамошь», ОАО «Брянский мясокомбинат» и ОАО «Мясокомбинат «Содружество», а также производителей из других регионов — ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат»,

Группа компаний «Царицыно» и белорусских мясокомбинатов. Из перечисленных брянских компаний ни одна не имела собственного бренда. ОАО «Брянский мясокомбинат» и ОАО «Мясокомбинат «Содружество» не имеют его и в настоящее время, а ООО «Мясокомбинат «Тамошь» выставлено на продажу.

Для того, чтобы обеспечить себе конкурентоспособную позицию в регионе, вновь созданный АПХ начал активное формирование собственного бренда – «Царь-Мясо», выбрав в качестве партнера телекомпанию БТК «60 канал». Особое внимание в этой работе было отведено вопросам идентификации бренда и позиционирования компании в условиях наличия достаточно жесткой конкуренции и насыщенности рынка области продуктами мясопереработки⁴.

Основными признаками идентификации бренда компании были приняты следующие:

- близость производителя к потребителю – возможность установления относительно низких цен на продукцию за счет экономии транспортных издержек;
- наличие собственных источников сырья – независимость от поставок и цен на мясо;
- выпуск продукции из сырья, выращенного в области под контролем, как производителя, так и жителей региона – гарантия качества сырья;
- максимальная ориентация на требования государственных стандартов России – гарантия качества, экологической чистоты и натурального происхождения продукции;
- наличие собственной товаропроводящей сети – отсутствие посредников;
- расширенное товарное предложение (продукция мясопереработки, товарная свинина, комбикорма) – обеспечение устойчивости компании;
- привлекательность компании для работников – устойчивая заработная плата, выше средней по области; наличие социального пакета.

Совокупность этих признаков выгодно отличала компанию от ее основных конкурентов и позволяла ей претендовать на повышенный интерес к своей продукции со стороны населения области и за ее пределами.

⁴ Следует заметить, что объемы реализации АПХ пока намного ниже, чем у его ближайших конкурентов: в 7,5 раз, чем у ОАО «Содружество» и в 18 раз, чем у ОАО «Брянский мясокомбинат».

В основу технологии позиционирования компании был положен комплекс методов, которые включали в себя:

1. Применение современных форм создания лояльности потребителей к создаваемому бренду. Среди них: пока еще эффективная на региональном уровне телевизионная реклама на популярном деловом телеканале и интернет-реклама, эмоциональное вовлечение потребителей во взаимодействие с брендом.

2. Широкое информирование о модернизации производственной и социальной систем компании, а также построении системы управления, позволяющих обеспечить высокий уровень воспринимаемого качества продукции компании.

3. Формирование образа социально-ответственной компании.

4. Демонстрация наличия долгосрочной стратегии поступательного развития компании, создания новых рабочих мест, достойной оплаты труда.

5. Участие в национальных проектах по развитию АПК России.

Практическая реализация намеченного началась с создания собственного сайта компании — <http://www.kingmeat.ru>, — на котором изложена история создания холдинга, приведена необходимая информация для потребителей (ассортимент продукции и контактные реквизиты), а также структура компании, перспективы ее развития и достижения; открытые вакансии.

Разработана серия презентаций компании для их представления на сельскохозяйственных выставках, прессе, многочисленным делегациям иностранных и отечественных специалистов⁵. На телевидении специалисты компании ведут рубрику, раскрывающую секреты кулинарных рецептов приготовления блюд из мяса. Периодически появляется реклама холдинга, освещаются значимые события его жизни. В ходе проведения публичных акций и праздников компанией проводится розыгрыш призов среди покупателей. Компания оказывает материальную помощь школам, детским садам и малообеспеченным семьям Фокинского района, где расположена его основная производственная база; выплачивает стипендии лучшим учащимся сельскохозяйственных ВУЗов, чье дальнейшее трудоустройство предполагается на предприятиях холдинга.

⁵ Учитывая открытость компании и ее стремление к получению выдающихся результатов, свинокомплексы холдинга активно посещают консультанты и специалисты в области ветеринарии, кормления животных и генетики таких известных фирм, как «Genesys Genetic Ink.» и «Global Vet» (Канада); Международной группы «PIC»; «Мустанг Ингредиентс» (Россия); «Нурог» (Нидерланды); «HL Hamburger Leistungsfutter» и «Big Dutchman» (Германия); «Danbred international» (Дания) и других.

Персонал компании (в особенности молодые специалисты) имеют возможность получить дополнительное образование без отрыва от производства. Представители холдинга регулярно направляются на семинары ВНИИ мясной промышленности, а также научно-образовательные и ознакомительные мероприятия отечественных и зарубежных фирм – поставщиков сырья, материалов и услуг в области животноводства и мясопереработки. Также, в холдинге организован постоянно действующий семинар, осуществляющий подготовку работников по программе освоения основ бизнеса.

В результате подобной деятельности сегодня АПХ «Царь-Мясо» демонстрирует выдающиеся, по сравнению со своими региональными конкурентами, результаты, имеет устойчивый рынок сбыта продукции и четко очерченную перспективу (рисунки 1 и 2) ⁶:

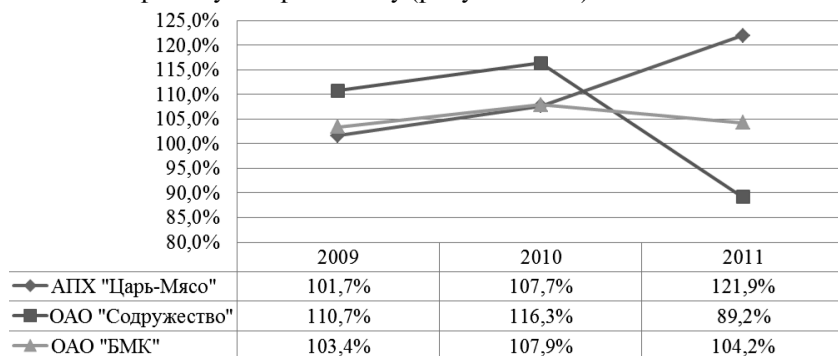


Рис. 1. Динамика объемов реализованной продукции

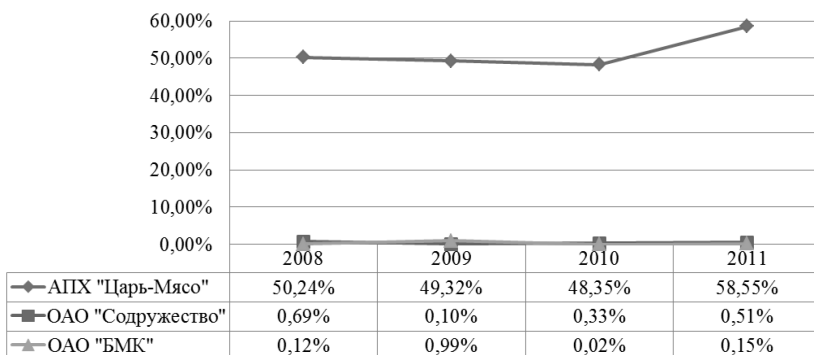


Рис. 2. Динамика рентабельности по чистой прибыли

⁶ По данным бухгалтерского учета АПХ «Царь-Мясо», сайта раскрытия информации акционерными обществами – [16], а также сайта ОАО «Брянский мясокомбинат» – [17]

Достижения компании многократно отмечены различными наградами. Начиная с 2002 г. продукция «Царь-Мясо» регулярно принимает участие в различных выставках-ярмарках, смотрах и конкурсах. Так, на V международной выставке-ярмарке продуктов питания «Гурман – 2002» работа компании отмечена двумя золотыми медалями (Рулет «Мозаика» и консервы мясные «Говядина тушеная») и одной серебряной медалью (колбаса «Олимпийская» варено-копченая).

На агропромышленной выставке России «Золотая осень 2002» салями «Киевская» была награждена золотой медалью и дипломом I степени, рулет «Экзотика» – серебряной медалью и дипломом II степени, а также бронзовыми медалями и дипломами III степени два вида мясных консервов – «Мясо птицы по домашнему» и «Свинина тушеная».

По достоинству была оценена продукция АПХ и на международной выставке «Продэкспо–2003»: колбаски «Богатырь» и балык «Дарницкий» получили золотые медали, колбаса «Украинская жареная» – серебряную. На агропромышленной выставке России «Золотая осень 2003» ветчина в оболочке и консервы мясные «Говядина тушеная Походная» от «Царь-Мясо» были награждены золотыми медалями. На международной выставке «Мясная и молочная индустрия 2004» предприятие явилось лидером по количеству наград: Гран-При получила колбаса варено-копченая «Московская», золотыми медалями награждены деликатесные изделия: балык «Дарницкий», балык «Свиной в оболочке», канопе «Деликатесное», ветчина «Малибу», а также сосиски «Детские» и тушенка «Смоленская» из говядины. Дипломами награждены шейка «Столичная», консервы «Языки любительские». В октябре 2004 г. на агропромышленной выставке России золотыми медалями удостоены колбасы высшего сорта: полукопченая «Краковская» и вареная «Любительская», серебряной медалью – консервы «Языки любительские» и бронзовой медалью – сырокопченая колбаса «Московская». Достаточно большому перечню продукции компании присвоен статус дипломанта программы «100 лучших товаров России». И этот перечень постоянно пополняется.

Используемые источники

1. Боброва Е.А., Юлдашева О.У., Окольнишникова И.Ю. Проблемы формирования и развития конкурентоспособного бренда в условиях экономики впечатлений // Вестник Удмуртского университета, 2011, Вып. 1.
2. Колодная Г.В. Футуристический маркетинг как способ поддержания конкурентоспособности фирмы в новом веке // Вестник Финансовой академии, 2006, № 4.

3. Денисова Д. Очень высокое чувство такта. Интервью с Самвелом Аветисяном // Эксперт, 2005, № 42.
4. Колодная Г.В. Футуристический маркетинг как способ поддержания конкурентоспособности фирмы в новом веке // Вестник Финансовой академии, 2006, № 4.
5. http://www.gazeta.ru/news/lenta/2011/12/26/n_2148486.shtml
6. Облака», планшеты, социальные сети – главные фразы будущего // Quickly weekly (Тюмень), 2011, № 10 (16).
7. <http://www.rosogroup.ru>
8. Денисова Д. Очень высокое чувство такта. Интервью с Самвелом Аветисяном // Эксперт, 2005, № 42.
9. Линдстром М. Brand Sense. Чувство бренда. Воздействие на пять органов чувств для создания выдающихся брендов / Пер. с англ. Н. Яцюк. М.: Эксмо, 2006.
10. <http://www.econika-style.ru>
11. Линдстром М. Brand Sense. Чувство бренда. Воздействие на пять органов чувств для создания выдающихся брендов / Пер. с англ. Н. Яцюк. М.: Эксмо, 2006.
12. Робертс К. Lovemarks: Бренды будущего / Пер. с англ. М.: Рипол Классик, 2005.
13. Грант Д. Манифест инноваций бренда. Как создаются бренды, переориентация рынков и преодоление стереотипов / Пер. с англ. Орешкиной А.М. М.: ООО «Группа ИТД», 2007.
14. Колодная Г.В. Трансакционные издержки как фактор эволюции фирмы. Диссертация на соискание ученой степени д.э.н. Москва, 2008.
15. <http://www.confael.ru>
16. <http://www.e-disclosure.ru>
17. <http://www.brmk.ru>

Гаврилов Р. В.
доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства

Управление доходностью ценных бумаг

В статье представлены различные методики исчисления доходности ценных бумаг.

Ключевые слова: ценные бумаги, управление доходностью, сложные проценты, простые проценты.

Management of profitability of securities

Various techniques of calculation of profitability of securities are presented in article.

Keywords: securities, management of the profitability, difficult percent, simple percent.

Используя непрерывно совершенствующуюся вычислительную технику, многие предприниматели, по нашим жизненным наблюдениям, со временем теряют личные навыки исходных вычислений. Даже за первоначальными прикидками, которые необходимо делать самому, они обращаются к тем, кто профессионально «сидит» на мгновенных расчетах. Оказавшись в ситуациях, когда под рукой или рядом нет ни компьютера, ни компьютерщиков, бизнесмены начинают с трудом кое-что вспоминать, нервничают и ... в конце концов ошибаются — как раз там и тогда, где и когда им непозволительно и стыдно ошибаться.

Удачливые и преуспевающие предприниматели исповедуют давно известный принцип, что рынку надо постоянно «учиться, учиться и учиться», но все же не все из них помнят, что в основе этого принципа лежит еще более древнее золотое правило «повторенье — мать ученья».

Нижеследующий текст напомнит им то, что они в свое время добросовестно проштудировали, а ныне, выйдя на «тропу бизнеса», напрасно «зарыли в землю».

1. Темпы роста и прироста, «пункты» и «хвостики»

Если котировка ценной бумаги за первый период возросла со 100 до 106 руб., то темп роста в процентах составит 106%, а темп прироста +6%. Если же цена снизилась до 94 руб., то темп снижения будет 94%, а отрицательный прирост — 6%.

Если за такой же период цена достигает 112,36 руб., то темп роста именно за этот второй период удобнее рассчитать в виде пропорции:

$$\begin{array}{l|l} 106,0 \rightarrow 100\% & \\ 112,36 \rightarrow X & X = \frac{112,36 \times 100}{106,0} = 106\% \end{array}$$

Таким образом, и в первом, и во втором периодах темп роста равен 106%, а темп прироста +6%. За оба же периода вместе темп роста достиг 112,36%, а темп прироста +12,36%.

Пусть к концу пятого такого же по длительности периода цена ценной бумаги выросла до 133,82 руб. Значит, с начала первого периода до конца пятого периода темп роста составит:

$$\begin{array}{l|l} 100 \rightarrow 100\% & \\ 133,82 \rightarrow X & X = \frac{133,82 \times 100}{100} = 133,82\% \end{array}$$

Припоминаем дальше: средний темп роста ценной бумаги за все пять лет рассчитывается не по средней арифметической, а как среднегеометрический по формуле:

$$\bar{X} = \sqrt[n]{\frac{y_n}{y_0}} = \sqrt[5]{\frac{133,82}{100}} = 1,06$$

где X – среднегеометрический темп роста; n – число периодов (месяцев, годов);

y_0 – абсолютный уровень исследуемой величины в начале базисного периода;

y_n – абсолютный уровень исследуемой величины в конце конечного периода.

Число 1,06 в процентах означает темп роста 106, стало быть, среднегеометрический темп прироста за пять периодов составит +6%.

Уточним самые последние рыночные усовершенствования. Когда необходима устная или письменная, но быстрая и точная информация о курсе ценной бумаги, то прибегают к сокращению повторяющихся одинаковых цифр, то есть используют так называемые «пункты» и «хвостики».

Попытайтесь раз за разом читать, слушать или писать (печатать, набирать, высвечивать на бегущей строке) такие, например, ряды цифр:

В %	119,111;	119,222;	119,333;	119,444;	119,555;
В руб.:	119111;	119112;	119113;	119114;	119115;
В %	99,99;	99,89;	99,79;	99,69;	99,59.
В руб.:	999999;	999989;	999979;	999969;	999959.

Пункты – это абсолютная разница процентных чисел между последующими и предыдущими их величинами, например, +0,111 между 119,555% и 119,444%.

Хвостики – применяются для краткой записи различий в денежных оценках, например, хвостик – 10 между 999969 руб. и 999959 руб.

2. Доходы и расходы по простым и сложным процентам, исчисляемым «вперед» и «назад»

Припомним, что процентом (от лат. Procento, с сотни) называется сотая часть. Принятый во всем мире символ % есть письменное изображение процента. Этот символ исторически произошел от частой и сокращенной записи слова cento сперва в виде C_{10} , а затем оформился в современный %. Ставка процента в экономических текстах записывается в виде числа и рядом с ним символа %.

На рынке ценных бумаг процент представляет собой норму получения дохода удачливых игроков и норму выплаты расхода проигравших игроков. В зависимости от конъюнктуры рынков одна и та же величина процента может быть заявлена как:

- *декурсивная ставка процента* – норма дохода (расхода), исчисляемая **по отношению к исходной (начальной, стартовой, нынешней) сумме денег**; получение (выплата) на процент производится в конце периода (срока) одновременно с погашением ценной бумаги по номиналу; используется также при начислении доходов по вкладам и депозитам;
- *антисипативная ставка процента* – норма дохода (расхода), определяемая **по отношению к завершающей (конечной, финальной, будущей) сумме денег**. Выплата (получение) на процент производится в начале периода (срока) за счёт покупки ценной бумаги ниже номинала, погашаемого в конце срока; используется также при расчете дисконтов и аннуитетов.

Простые проценты

Простые проценты – это разновидность арифметической прогрессии («изменение каждый раз на одно и то же»). *Исходная величина* прирастает (преуменьшается) в каждом периоде на один и тот же процент.

Формулы простых процентов с декурсивной ставкой «вперед»

Исходная формула

$$X = X_0 (1 + \% \times t)$$

Обратная формула

$$X_0 = \frac{X}{1 + \% \times t} ,$$

где X – искомая будущая сумма денег;

X_0 – начальная авансированная сумма денег;

$\%$ – ставка процента, в разах;

t – число периодов в сроке.

Ставка процента выполняет «декурсивную функцию», поскольку неизвестная будущая сумма денег X определяется перемножением известной начальной суммы денег X_0 на сумму процентов $(1 + \% \times t)$. Разница $[X - X_0]$ представляет собой доход держателя ценной бумаги по простым процентам, выплачиваемый в конце срока.

Формулы простых процентов с антисипативной ставкой «назад»

Исходная формула

$$X = X_0 (1 - \% \times t)$$

Обратная формула

$$X_0 = \frac{X}{1 - \% \times t} ,$$

где X_0 – искомая стартовая сумма денег;

X – будущая известная сумма денег;

$\%$ – ставка процента, в разах;

t – число периодов в сроке.

Ставка процента выполняет «антисипативную функцию», поскольку неизвестная стартовая сумма денег X_0 определяется перемножением известной будущей суммой денег на разность процентов $(1 - \% \times t)$. Разница $[X_0 - X]$ представляет собой доход по простым процентам, выплачиваемый держателю ценной бумаги при ее приобретении.

Сложные проценты

Сложные проценты – это разновидность геометрической прогрессии («процент на проценты»). *Каждая последующая величина*, начиная с исходной, в течение всего срока прирастает (уменьшается) в каждом периоде на один и тот же процент.

Формулы сложных процентов по декурсивной ставке «вперед»

Исходная формула

$$X = X_0 (1 + \%)^t$$

Обратная формула

$$X_0 = \frac{X}{(1 + \%)^t}$$

где X – искомая стартовая сумма денег;

X_0 – начальная авансированная сумма денег;

$\%$ – ставка процента, в разгах;

t – число периодов в сроке.

Множитель $(1 + \%)^t$ называется множителем наращивания.

Множитель $\frac{1}{(1 + \%)^t}$ называется дисконтирующим множителем.

Ставка процента ($+\%$) в исходной и обратной формулах «наращивает вес» известной стартовой суммы денег до неизвестной будущей суммы денег.

Формулы сложных процентов по антисипативной ставке «назад»

Исходная формула

Обратная формула

$$X_0 = X(1 - \%)^t$$

$$X = \frac{X_0}{(1 - \%)^t},$$

где X_0 – неизвестная стартовая сумма денег;

X – известная будущая сумма денег;

$\%$ – ставка процента, в разгах;

t – число периодов в сроке.

Ставка процента «сбрасывает вес» известной будущей суммы денег, чтобы определить неизвестную стартовую сумму денег.

Множитель $(1 - \%)^t$ является множителем уменьшения.

Множитель $\frac{1}{(1 - \%)^t}$ является множителем увеличения.

3. Стрижка купонов

Купонъ, м. р. франц.: отрезок, урез, сукрой; часть билета или пая акции; отрезок от него, на получение ростов или доходов. (В. Даль. Толковый словарь живаго великарусского языка. Том второй, И-О, 1881, стр. 221).

Купон: отрезной талон ценной бумаги. Получить проценты по купону займа. (Ожегов С. И. Словарь русского языка. Изд. 5-е, стереотипное. М., 1963, стр. 305).

По каким простым процентам выгоднее стричь купоны?

Получение доходов периодической стрижкой купонов, установленной в одинаковом проценте, начиная с первого и до последнего периода или в разных по периодам процентах к номиналу ценной бумаги (номиналу вклада), показано в табл. 1, 2, 3. При общем сроке погашения ценной бумаги (окончания срока вклада) за один регулярный период начисления процентов взят один год:

Таблица 1

Стрижка купонов при ежегодно нарастающих процентах к номиналу

Номинал 100	Г о д ы				
	1	2	3	4	5
	8	9	10	11	12
% к номиналу					

При такой стрижке купонов на каждый последующий отрываемый (погашаемый) купон выплачивается все больший доход: 8, 9, 10, 11 и 12 денежных единиц. В табл. 2 появляется изменение:

Таблица 2

Стрижка купонов при ежегодном одинаковом проценте к номиналу

Номинал 100	Г о д ы				
	1	2	3	4	5
	10	10	10	10	10
% к номиналу					

Этот наиболее массовый способ стрижки купонов дает одинаковый ежегодный доход, равный 10 денежным единицам.

В табл. 3 ситуация обратная к табл. 1.

Таблица 3

Ежегодная стрижка купонов при уменьшающихся процентах к номиналу

Номинал 100	Г о д ы				
	1	2	3	4	5
	12	11	10	9	8
% к номиналу					

Такое погашение купонов встречается реже, доход идёт по динамике 12, 11, 10, 9 и 8 денежных единиц.

Подчеркнем, что при перечисленных трех способах стрижки купонов действуют снижающиеся, одинаковые или нарастающие, но простые проценты, то есть соответствующий этим процентам разный или одинаковый ежегодный доход **не капитализируется**.

Держатель ценной бумаги (владелец вклада) использует доход «для текущей жизни», не оставляя его «в рост»: по методу табл. 1 в конце первого года он получает 8 денежных единиц, по табл. 2 изымает 10 денежных единиц, а по табл. 3 его первый доход равен 12 денежным единицам.

Несомненно, что:

1. Суммарный доход по купонам за весь пятилетний срок при всех трех способах его получения одинаков:

$8 + 9 + 10 + 11 + 12 = 10 + 10 + 10 + 10 + 10 = 12 + 11 + 10 + 9 + 8 = 50$ денежных единиц.

2. В конце пятилетнего срока владельцу ценной бумаги, например, купонной облигации, возвращается сам номинал, равный 100 денежным единицам. Таким образом, будущая сумма денег сегодняшней суммы денег, израсходованной на приобретение ценной бумаги, и ежегодно возрастающей на строго фиксированный, но сразу же выплачиваемый процент, равна ей самой.

Теперь заинтересуемся: в этих трех способах стрижки купонов по простым процентам нет ли равновыгодности? Который из них более выгоден «взаимыдавшему» и менее выгоден «взаимывзавшему» или наоборот?

Так оно и есть! Оплата купонов по способу табл. 1 выгоднее для «взаимыдавшего», а по способу табл. 3 выгоднее «взаимывзавшему». Способ по табл. 2 равновыгоден для обоих контрагентов. Нагляднее всего это видно к концу четвертого года при погашении предпоследнего купона: на руках держателя ценной бумаги, получающего доход по способу табл. 1, накопится всего 38 денежных единиц, у второго держателя – 40 денежных единиц, а у третьего уже 42 денежные единицы. Увеличим наши условные денежные единицы в миллионы раз и допустим, что на эти миллионы все три держателя решили оформить новые годовые вклады с купоном в 10%: кто из них и насколько оказался сообразительнее, когда приобретал ценную бумагу четыре года назад?

В реальной финансовой и инвестиционной практике коммерческие банки и корпорации, принимающие вклады и эмитирующие ценные бумаги, предоставляют все три способа стрижки купонов по простым процентам. Так же поступают и государственные органы. Однако массовыми являются погашения купонов и выплаты дохода с ежегодным одинаковым процентом к номиналу.

Ясно, что с учетом темпов инфляции, динамики валового внутреннего продукта, нехватки накоплений, налоговых, тарифных и пенсионных индексаций, политических, социальных и экологических неопределенностей и т.д., и т.п. могут быть и действительно применяются «простые» или «хитрые простые» проценты.

4. Теоретические и практические обоснования и опровержения справедливости стрижки купонов

Экономисты-мыслители сочинили на эту тему убедительные, но противоположные теории:

- большинство из них (в основном христианского вероисповедания) убеждены, что они доказали, что получение процентного дохода за деньги, отданные в долг, экономически полезно и нравственно справедливо;

- меньшинство же теоретиков (в основном мусульманского вероисповедания) возмущаются, что с их доказательствами об экономическом вреде и аморальности стрижки купонов человечество до сих пор не считается, более того, как тысячи лет назад, так и сейчас допускает «отвратительное ростовщичество».

Финансовые гении на эту тему также сотворили убедительные и противоположные опыты.

Древняя, недавняя и нынешняя практика доходов по процентам изобилует поразительными хозяйственными успехами и не менее удивительными по ловкому обману примерами «модной стрижки купонов» и аферами по «снятию скальпа» с неосторожных и доверчивых вкладчиков. Из отечественной новейшей истории вспомним пирамиды-надувательства «МММ», «Властелина», «Хопер», «Русский дом Селенга».

Примечательно, что теоретики между собой и практики между собой, но ещё более теоретики против практиков как вели, так и продолжают вести обстоятельные споры о «справедливом проценте» для стрижки купонов, которые, по-видимому, никогда не закончатся.

В чём дело?

Вот рассуждения современных российских реформаторов, приватизаторов и предпринимателей:

- если мы даем имеющееся у нас хозяйственное благо (имущество, орудия и предметы труда, накопленные деньги и др.) в долг, во временное пользование другому и это благо принесет ему пользу (хозяйственный успех, доход, прибыль), то обязан ли он поделиться с нами этой пользой: сколько-то нам, остальное себе?
- несомненно, что мы даем в долг потому, что сами не умеем либо не желаем с толком использовать то, что у нас бесполезно лежит. Также несомненно, что не взяв в пользование наше хозяйственное благо, он не получил бы пользы. Учтем также, что в конце срока пользования он вернет нам наше благо в целостности и сохранности;
- какую бы пользу он ни получил, вправе ли мы рассчитывать на «коммерческую благодарность»? Справедливо ли это с нашей стороны? А справедливо ли с его стороны, если он нас действительно не «отблагодарит»?

Так вот, сколько тысячелетий делятся людские экономические отношения, столько же, обостряясь или стихая, продолжаются споры об этой «справедливости-несправедливости». Сочинены «доказанные теории», проведены «социальные эксперименты», господствовали и господствуют разные идеологии и религии как в сторону «справедливости», так и на стороне «несправедливости». Здесь несомненно лишь одно:

в реальной хозяйственной жизни ничто и никогда, точнее, почти ничто и почти никогда не отдаётся во временное пользование без соответствующей платы.

Убедительнее всего это видно на примере денег, имеющих «коренное и неустранимое» свойство: их нигде, никогда и никому не хватало (и не будет хватать), особенно тем, у кого их много, и, более чем особенно, тем, у кого их очень много. Вот эти последние и есть настоящие «экономические парикмахеры», стригущие купоны.

Малые предприятия при своих небольших накоплениях, приобретая купонные ценные бумаги, естественно желают иметь периодическую компенсацию своих «отложенных благ» и гарантию возврата самой инвестированной суммы денег. Другие малые предприятия, взявшие в банке эти суммы денег в долг, несомненно, постараются максимально их прирастить с тем, чтобы вернуть сам долг, отдать часть прироста денег и оставить себе свою долю.

Именно здесь и появляется известная триада выплаты простых процентов. То приращение 100 денежных единиц, которое мы почему-либо не пожелали или не сумели сделать сами, а сделал другой, может быть поделено по срокам:

- все «сходу», то есть 50 в конце первого года и возврат 100 в конце пятого года;
- периодически по частям, то есть пять раз в конце каждого года плюс номинал в конце срока;
- все в конце срока, то есть в конце пятого года 50 денежных единиц по процентам плюс 100 денежных единиц по номиналу.

Средняя часть этой триады и есть прародительница выражения «стричь купоны», при этом сама она распадается в свою очередь на триаду табл. 1, 2, 3.

Ключевым в этих рассуждениях является следующее: не умея или не желая, или не имея возможности «делать деньги», но по трезвому расчету или просто «с жиру» ссужая их в долг, люди рассчитывают вернуть их обратно с приращением, которое будет для них несколько меньшим, чем оно было бы при их собственных энергичных и продуманных предпринимательских усилиях. В финансово-кредитных отношениях существуют удивительное разнообразие и изощренность выплаты простых процентов сразу, порциями или в конце срока займа. Из-за «фактора времени» они разновыгодны дающему и берущему в долг, хотя сумма авансированных денег и процентов на нее может быть одинакова, как, например, в разных ситуациях табл. 1, 2, 3. Подтвердим это примерами. Ниже приводятся вексельный вариант получения дохода (табл.

4) и динамика продажных цен с учётом размещения предыдущих серий (табл. 5):

Таблица 4

Банковский вексель серии 12-93 эмиссионного синдиката

Период распространения	Дата погашения	Номинал, руб.	Цена продажи, руб.	Доход на вложенный капитал, % годовых
с 14.06 по 27.06	04.10	1 000 000	722 500	133,5
		100 000	72 250	
		10 000	7 225	

Таблица 5

Динамика продажных цен

Период	Цена покупки, тыс. руб.							
	Серия 05-93	Серия 06-93	Серия 07-93	Серия 08-93	Серия 09-93	Серия 10-93	Серия 11-93	Серия 12-93
14.06.–20.06.	974,4	943,0	891,0	878,024	847,666	763,8	750,1	722,5
21.06.–27.06.	987,2	957,3	907,0	893,271	862,900	826,787	750,1	722,5
28.06.–04.07.	1000,0	971,5	925,0	908,518	878,133	842,533	750,1	722,5
05.07.–11.07.	1000,0	985,7	943,0	923,765	893,366	858,280	816,740	722,5
12.07.–18.07.	1000,0	1000,0	962,0	939,012	908,600	874,027	833,400	722,5
19.07.–25.07.	1000,0	1000,0	982,0	954,259	923,833	889,773	850,060	796,5
26.07.–01.08.	1000,0	1000,0	1000,0	969,506	939,066	905,520	866,720	815,0
02.08.–08.08.	1000,0	1000,0	1000,0	984,753	954,300	921,267	883,380	833,5
09.08.–15.08.	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	969,533	937,013	900,040	852,0
16.08.–22.08.	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	984,766	952,760	916,700	870,5
23.08.–29.08.	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	968,507	933,360	889,0
30.08.–05.09.	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	984,253	950,020	907,5
06.09.–12.09.	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	966,680	926,0
13.09.–19.09.	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	983,340	944,5
20.09.–26.09.	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	963,0
27.09.–03.10.	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	981,5

Обратите внимание на:

- числа над «лестницей»;
- движение слева направо по любой строке над «лестницей»;
- движение вниз по любому столбцу над «лестницей».

Когда выгоднее купить?

А вот как рассчитывается Министерство финансов РФ по евробондам. В марте 2001 г. оно зарезервировало во Внешэкономбанке 117,2 млн. нем. марок для выплаты купона **по семилетним еврооблигациям**. Как сообщили АКSM в Минфине, эти средства поступят на счета Deutsche Bank AG, который является платежным агентом по российским еврооблигациям. Семилетние еврооблигации были выпущены 31 марта 1998 г. в объеме 1,25 млрд. марок. Дата погашения – 31 марта 2005 г. Купонная ставка составляет 9,375% годовых.

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

Инвестиционная политика промышленного предприятия на примере ОАО «ГАЗПРОМ»

В статье рассматривается теория и практика формирования инвестиционной политики промышленного предприятия, определено понятие инвестиционной политики, выделены факторы, влияющие на инвестиционную политику, проведен анализ показателей инвестиционной деятельности ОАО «Газпром» и представлены пути повышения ее эффективности.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная политика, инвестиционная политика промышленного предприятия, ОАО «Газпром», факторы инвестиционной политики, совершенствование инвестиционной политики

The investment policy of industrial enterprise on the example of «Gazprom»

The article deals with the theory and practice of forming the investment policy of the industrial enterprise, defined the concept of the investment policy, highlighted factors affecting the investment policy, the analysis of investment performance of ОАО «Gazprom» and presents ways to improve its efficiency.

Keywords: investments, investment policy, investment policy, industrial plant, JSC «Gazprom», the factors of investment policy, improvement of the investment policy.

Инвестиционная деятельность реализуется путем вложения инвестиций и осуществления практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

Предприятия и организации, осуществляя инвестиционную деятельность, сталкиваются с проблемой определения наиболее выгодных направлений вложения инвестиций. Выработка текущих и перспективных направлений инвестиционных вложений осуществляется в процессе разработки инвестиционной политики предприятия.

Обзор западной практики показывает, что многие из наиболее удачливых инвесторов достигли высокого уровня благосостояния, используя стратегию концентрации, т.е. не выходя за рамки моноотраслевой деятельности. Особенно яркие примеры дает нам производство отдельных видов наукоемкой продукции (компьютерная техника, компьютерные программы и т.п.) или продукции, удовлетворяющей новые потребности обширного круга потребителей. В то же время следует отметить,

что среди инвесторов, использующих эту стратегию, наблюдается наибольшее число банкротств. Это связано с тем, что концентрация связана с более высоким уровнем инвестиционных рисков, чем могут позволить себе многие инвесторы¹.

Особенности инвестиционной политики предприятия определяются рядом факторов, среди которых наиболее значимы: форма собственности; этап жизненного цикла предприятия; вид экономической деятельности; стратегические приоритеты; технический уровень производства; финансово-экономическое состояние².

Инвестиционная политика в первую очередь устанавливает инвестиционные приоритеты предприятия по объекту вложений. В соответствии с объектом вложения инвестиции подразделяются на реальные (в нефинансовые активы) и финансовые; капиталобразующие и портфельные³.

Рассмотрим особенности реализации инвестиционной политики промышленного предприятия на примере ОАО «Газпром».

Основные стратегические цели и задачи ОАО «Газпром» при формировании инвестиционных программ:

- обеспечение уровня добычи газа в плановых объемах;
- обеспечение надежности поставок газа российским потребителям и выполнение контрактных экспортных обязательств;
- обеспечение надежной и безопасной эксплуатации Единой системы газоснабжения;
- расширение производства продуктов газохимии, повышение извлечения ценных компонентов из газа и увеличение производства продуктов глубокой степени переработки;
- обеспечение выполнения обязательств в социальной сфере.

Показатели освоения инвестиций ОАО «Газпром» на 2007–2011 гг. представлены на рис. 1.

Из рис. 1 видно, что в течение 2007–2011 гг. наблюдается рост инвестиционных вложений в ОАО «Газпром» с 737,05 млрд. руб. до 1276,48 млрд. руб.

В табл. 1 представлена динамика показателей ввода основных производственных мощностей за период с 2007 по 2011 гг.

¹ Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. Киев: Эльга, Ника-Центр, 2004.

² Горфинкель В.Я., Швандар В.А. Экономика предприятия. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. С. 438.

³ Астанин Д.Ю. Специфические закономерности формирования и реализации инвестиционной политики предприятия//Организатор производства. 2008. № 1. С. 54–56.

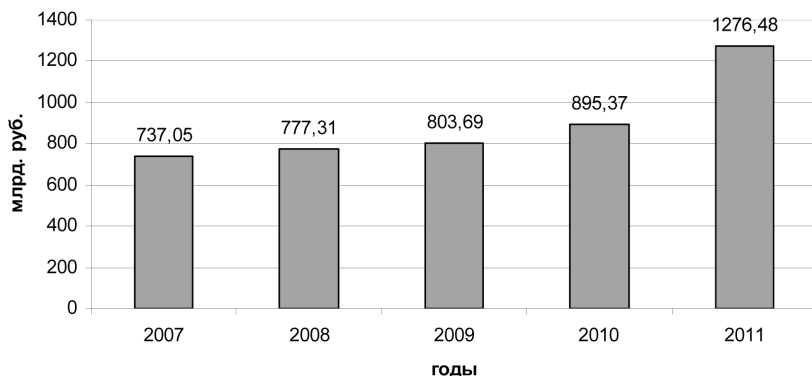


Рисунок 1. Показатели освоения инвестиций ОАО «Газпром» на 2007–2011 гг.

Таблица 1

Динамика показателей ввода основных производственных мощностей за период с 2007 по 2011 гг.

Наименование производственных мощностей	2007	2008	2009	2010	2011
Магистральные газопроводы и отводы, км	1156,49	1380,98	864,8	1549,49	2337,84
Компрессорные станции, ед./тыс. кВт	4/335	7/528	2/252	2/79	9/1020
Компрессорные станции на ПХГ, ед./тыс.кВт	1/68	-/20	-	-	2/36
Активная емкость ПХГ, млрд. куб. м	0,35	0,25	-	0,22	1,38
Подключение скважин на ПХГ, шт.	15	10	4	17	17
Дожимные компрессорные станции, ед./тыс. кВт	1/80	2/160	2/48	-	1/94
Установки подготовки газа, ед./млрд. куб. м / год	1/8,2	1/0,018	1/3,48	2/6,67	1/2,58
Эксплуатационные газовые скважины, шт.	91	89	22	119	120
Эксплуатационные нефтяные скважины, шт.	2	-	8	9	10

Из табл. 1 можно сделать следующие выводы. В 2011 г. длина магистральных газопроводов и отводов увеличилась в 2 раза и составила 2337,84 км. Количество компрессорных станций выросло с 335 ед. до 1020 ед. а мощность – с 335 тыс. кВт до 1020 тыс. кВт. Активная емкость

ПХГ выросла с 0,35 до 1,38 млрд. куб. м. Также наблюдается положительная динамика изменения подключенных скважин на ПХГ, рост эксплуатационных газовых скважин с 91 до 120 шт. и эксплуатационных нефтяных скважин с 2 до 10 тыс.

Приоритетные объекты добычи и транспорта газа:

- обустройство Бованенковского месторождения на полуострове Ямал (запасы газа – 4,9 трлн. куб. м, проектный объем добычи – 115 млрд. куб м в год);
- системы магистральных газопроводов «Бованенково–Ухта» и «Ухта–Торжок» (общая протяженность свыше 2600 км, диаметр – 1420 мм, давление – 11,8 МПа);
- газопровод «Грязовец–Выборг» (протяженность – 917 км, диаметр трубы – 1420 мм, давление – 9,8 Мпа);
- газопровод «Починки–Грязовец» (протяженность около 650 км, диаметр трубы – 1420, давление – 7,4 Мпа);
- Газопровод «СРТО–Торжок» (ввод 3-х дополнительных компрессорных станций общей мощностью 240 МВт).

Общие объемы капитальных вложений ОАО «Газпром» в сравнении с крупнейшими нефтегазовыми компаниями представлены на рис. 2, 3.

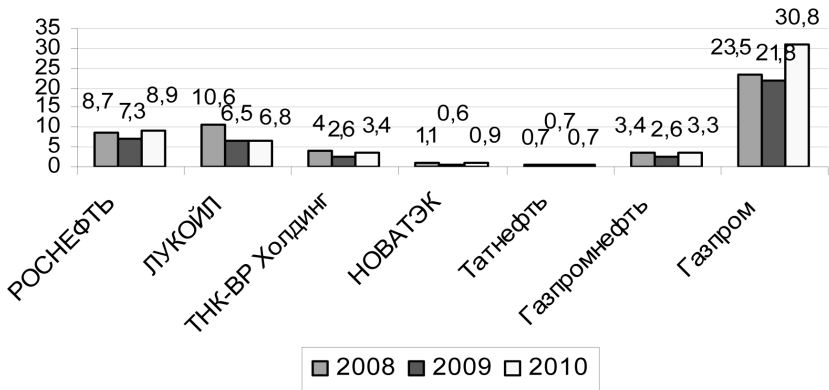


Рисунок 2. Сравнение объемов капитальных вложений ОАО «Газпром» с российскими компаниями, млрд. руб.

Из рис. 2 видно, что ОАО «Газпром» является лидером среди российских нефтяных компаний по объему капиталовложений.

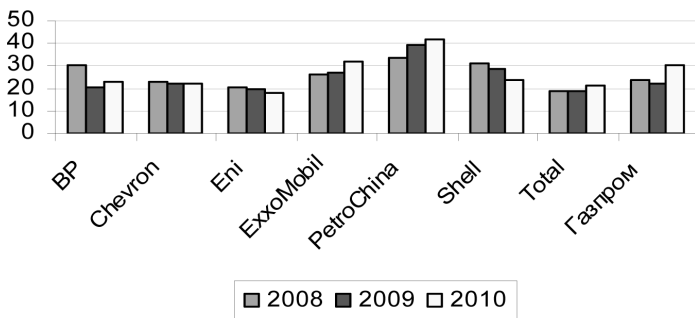


Рисунок 3. Динамика капитальных вложений ОАО «Газпром» по сравнению с зарубежными нефтяными компаниями, млрд. руб.⁴

Из рис. 3 видно, что по объемам капитальных вложений ОАО «Газпром» не уступает многим зарубежным нефтяным компаниям, таким как BP, ExxonMobil и Shell. По показателю «удельный показатель «капитальные вложения на объем годовой добычи углеводородов» ОАО «Газпром» уступает таким компаниям, как BP, Chevron, Eni, Shell, Total, ExxonMobil в 2–3 раза, и PetroChina и Petrobras в 4,0 и 5,7 раз, соответственно (рис. 4).

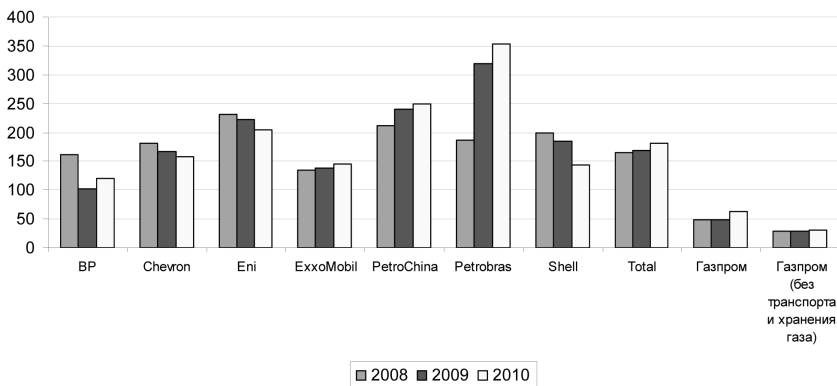


Рисунок 4. Удельный показатель «капитальные вложения на объем годовой добычи углеводородов»⁵

⁴ Информация по капитальным расходам зарубежных нефтегазовых компаний получена из годовых отчетов этих компаний.

⁵ Инвестиционная политика ОАО «Газпром». М., 2011.

При разработке инвестиционной политики предприятию необходимо учитывать следующее:

- разрабатываемые мероприятия должны соответствовать нормативно-правовым актам по вопросам регулирования инвестиционной деятельности в Российской Федерации;
- вкладываемые инвестиции обязаны обеспечивать достижение экономического, научно-технического, экологического и социального эффекта;
- предприятие должно получать прибыль на инвестируемый капитал;
- при осуществлении бесприбыльных инвестиционных проектов (например, экологического характера) предприятие обязано обеспечивать эффективное распоряжение средствами на их осуществление;
- предприятие должно предусматривать все возможности использования государственной поддержки в целях повышения эффективности инвестиций;
- предприятием должна прорабатываться возможность привлечения субсидий и льготных кредитов международных и иностранных организаций и банков ⁶.

Таким образом, инвестиционная политика предприятия характеризуется не только выработкой текущих и перспективных направлений инвестиционных вложений, но и обеспечением их эффективного использования.

Основные пути повышения эффективности инвестиционной программы ОАО «Газпром»:

- оптимизация планов ввода мощностей;
- повышение экономической эффективности инвестиционных проектов ОАО «Газпром» за счет оптимизации технических и стоимостных параметров объектов строительства в процессе проведения экспертизы проектной документации в Обществе;
- снижение стоимости реализации инвестиционных проектов путем оптимизации цен на важнейшие виды МТР и проведения конкурентных закупок и мониторинга реализации инвестиционных проектов на соответствие утвержденным технико-экономическим показателям в проектной документации;

⁶ Староверова Г.С. Экономическая оценка инвестиций. М.: КНОРУС, 2006.

- продолжение работы с федеральными органами исполнительной власти по доведению цен на газ до уровня, обеспечивающего формирование за счет собственных средств источников финансирования инвестиций;
- расширение использования методов проектного финансирования инвестиционных проектов;
- переход на финансирование социальных программ с использованием мер государственной поддержки.

Используемые источники

1. Астанин Д. Ю. Специфические закономерности формирования и реализации инвестиционной политики предприятия//Организатор производства. 2008. № 1. С. 54–56.
2. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев: Эльга, Ника-Центр, 2004.
3. Горфинкель В. Я., Швандар В. А. Экономика предприятия. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. С. 438.
4. Инвестиционная политика ОАО «Газпром». М., 2011.
5. Староверова Г.С. Экономическая оценка инвестиций. М.: КНОРУС, 2006.

Роль надзорного процесса в развитии перестрахования в зарубежной практике

С учетом опыта прошедшего мирового глобального кризиса, а также текущего долгового кризиса в еврозоне, финансовое регулирование и надзор постоянно подвергаются совершенствованию и адаптации к лучшим зарубежным практикам, в т.ч. и для того, чтобы перестраховочные компании работали более эффективно на глобальном уровне, и в то же время гарантировали защиту финансовой системы и страхового рынка.

Ключевые слова: надзор; страховой сектор; перестрахование; риски; капитал.

Role of supervising process in reinsurance development in foreign practice

Taking into account experience of last world global crisis, and also the current debt crisis in the eurozone, financial regulation and supervision constantly are exposed to improvement and adaptation to the best foreign practitioners including and in order that the reinsurance companies worked more effectively at global level, and at the same time guaranteed protection of a financial system and the insurance market.

Keywords: supervision; insurance sector; reinsurance; risks; capital.

Международная ассоциация страхового надзора (IAIS) около пяти лет назад, опубликовала документ, в котором началось обсуждение вопроса о применении возможных соглашений о взаимном признании надзорной практики перестрахования ¹. Функции IAIS сосредоточены на обеспечение сближения стандартов по надзору между различными странами, включая и Россию.

Принимая во внимание инициативу IAIS, национальная ассоциация страховых комиссий (NAIC), объединяющая основных регуляторов страхового рынка Соединенных Штатов Америки, в настоящее время рассматривает предложения по пересмотру своих стандартов по регулированию и надзору в области перестрахования. Кроме того, австралийское пруденциальное регулирование (APRA) достаточно ясно изложило свою позицию в отношении возможной корректировки под-

¹ Discussion Paper on the Mutual Recognition of Reinsurance Supervision (IAIS, October 2007).

ходов по надзору и регулированию общего страхования и перестрахования в Австралии². Что касается стран Европейского союза, то стоит отметить, что еще в 2007 году основные правила и директивы по перестрахованию были согласованы со всеми странами-членами ЕС.

Тем не менее, в свете вышеуказанного представляется необходимым выделить такую характерную черту развития современных систем надзора в государствах-членах ЕС, как постепенный переход к созданию единых структур в сфере надзора за рынком финансовых услуг в целом. Данный процесс сложен и неоднороден по своей сути, однако именно такая тенденция прослеживается на протяжении последнего десятилетия развития банковского надзора в ЕС. Как указывает Фаргрив Д. в своем исследовании, посвященном перспективам развития регулирования и надзора за деятельностью финансовых рынков Франции, единый регулятор является структурой новой эры развития надзора и регулирования³.

Недавние изменения экономического ландшафта приводит все большее количество стран к необходимости расширения горизонта и сферы деятельности надзорных органов: теперь они все больше занимают сегмент страхования, поскольку страховое дело традиционно относят к финансовой сфере.

Единые регуляторы всех финансовых рынков и институтов функционируют более чем в 30 странах с середины 80-х годов XX в. В Японии это Financial Supervisory Agency, в Канаде – Office of the Superintendent of Financial Institutions, в Корее – Financial Supervisory Commission, в Швеции – Swedish Financial Supervisory Authority, в Финляндии – Financial Supervision, в Сингапуре – Monetary Authority of Singapore, в Дубае – Ведомство по финансовым услугам, DFSA, они функционируют также в Австрии, Дании и др.

Достаточно интересен опыт надзора в Канаде. В качестве некоторого отступления, рассмотрим основные подходы к надзорному регулированию перестрахования, принятые в данной стране⁴.

Важно обратить внимание на тот факт, что регулирование в Канаде осуществляется на межсекторальной основе, что с нашей точки зрения, сегодня крайне актуально и для России, особенно учитывая наметив-

² Response Paper: Refinements to the General Insurance Prudential Framework – Final Response to the Industry (APRA, June 2008).

³ Fairgrieve D. Twin Peaks a la francaise: Reforming Financial Services Regulation in France // Financial Markets in Europe: Towards a Single Regulator? Kluwer Law International. 2003. P. 382.

⁴ OSFI's Regulatory and Supervisory December 2008 Approach to Reinsurance//Discussion Paper OSFI's Regulatory and Supervisory December 2008.

шуюся тенденцию к переходу на мегарегулирование всего финансового рынка.

Созданный в 1987 году надзорный орган – OSFI является основным регулятором для кредитно-депозитных учреждений, страховых компаний и частных пенсионных планов⁵. Его полномочия заключаются в следующем:

- определение и анализ финансового состояния организаций в части возможности для финансирования; повышенное внимание уделяется федерально регулируемым финансовым учреждениям (FRFIs) и частным пенсионным фондам;
- незамедлительное выявление случаев снижения платежеспособности и других факторов, влияющих на финансовое состояние организаций для цели дальнейшего оздоровления и оперативного принятия корректирующих мер;
- формирование нормативно-правовой основы для создания в финансовых организациях политики и процедур по контролю и управлению рисками;
- осуществление мониторинга и оценки общесистемных и секторальных вопросов с целью защиты средств вкладчиков и страхователей в случае кризисных явлений в конкретной организации или на рынке в целом.

Важно отметить, что нормативный подход OSFI в перестраховании основан на общеизвестных правилах, касающихся достаточности капитала или активов страховой компании для покрытия претензий страхователей/кредиторов в случае отказа страховщика или перестраховщика. В Канаде строго дифференцируют федерально-регулируемые финансовые учреждения, так называемые FRFI⁶. Когда страховые компании обращаются непосредственно в FRFI, они получают освобождение от требований OSFI в части признания актива, что снимает необходимость для страховщика и перестраховщика по поддержанию финансовой «подушки» с целью покрытия базового риска. Общая (нетто) ответственность в связи с этим уменьшается в результате наличия ответственности перестраховщика в предыдущей компании.

С нашей точки зрения, FRFI представляют собой, ни что иное как государственную систему перестрахования, созданную для цели сокращения страховых рисков и обеспечения более качественного надзорного процесса, однако и эта созданная система имеет свои особенности.

⁵ WWW.OSFI – bsif.gc.ca / [Официальный сайт OSFI].

⁶ Прим. автора. Federally Regulated Financial Institution.

Так называемая «передача» капитала или законных требований на конкретный актив происходит в зависимости от некоторых факторов, в частности: наличие регистрации перестраховщика в юрисдикции Канады; статуса резидента или нерезидента, либо представительства. В то же время, зарегистрированному в канадской юрисдикции перестраховщику, деятельность которого регулируется и контролируется OSFI, необходимо иметь достаточный размер капитала или корпоративных активов в Канаде, потому что он подвергается масштабному воздействию страховых рисков и объему страховой ответственности. Незарегистрированные в Канаде перестраховщики, не подлежат регулированию и надзору со стороны OSFI, вместе с тем уступки по FRFI к таким компаниям трактуются в законодательстве по-разному в зависимости от страновой принадлежности.

Таким образом, приведенный нами опыт построения канадской системы перестрахования показал важность и необходимость участия в ней органов надзора, с одной стороны выполняющих контрольные функции, а с другой – подтверждающих качество активов и капитала перестраховочной компании в рамках рискориентированной основы. При этом важно отметить, что в данной стране используется модель мегарегулирования финансового рынка, учитывая тесную корреляцию по финансовым транзакциям между различными компаниями, особенно в банковском секторе.

С целью уменьшения рисков в страховом сегменте Европейское ведомство по надзору за страховыми компаниями (ЕЮРА)⁷ сегодня предлагает по аналогии с перечнем системообразующих банков сформировать список системообразующих страховых концернов (к примеру, в нем должны быть компании Axa, Aegon, Allianz, Aviva, Zurich, Swiss Re) с установлением особого централизованного контроля их деятельности.

В рамках новой концепции надзора за платежеспособностью страховщиков Solvency II планируется с 2014 года проводиться жесткий мониторинг размеров собственного капитала и его достаточности. Это, по сути, аналог Базельских стандартов с учетом специфики страхового бизнеса.

Solvency II было введено директивой ЕС 2009/138/ЕС, которая призвана систематизировать и унифицировать правила страхования в странах Евросоюза. В первую очередь эти требования касаются суммы капитала, которые необходимо выполнять всем страховым компаниям в странах ЕС для цели снижения риска неплатежеспособности.

⁷ Прим. автора. ЕЮРА была создана в результате реформирования структуры надзора за финансовым сектором в Европейском Союзе и является частью системы европейского финансового надзора.

В качестве небольшого отступления отметим лишь, что впервые свод правил и стандартов Solvency, был опубликован в 1973 году для цели более эффективного управления страховыми рисками. Его более совершенный вариант – Solvency II отражает новые методы управления рисками для определения необходимого размера капитала с учетом существующих рисков. Важно отметить, что основное отличие первой версии консолидированных стандартов надзора, заключается в том, что изначально они были направлены на пересмотр и обновление текущей информации о платежеспособности страховых компаний ЕС, а Solvency II уже имеет значительно больший спектр задач, в частности, расширены целевые функции страхового надзора для цели:

- снижения риска в случае если страховщик будет не в состоянии удовлетворить требования;
- снижения потерь, понесенных страхователем в случае, если страховая компания не в состоянии удовлетворить все требования в полном объеме;
- обеспечения раннего предупреждения менеджмента страховой компании в целях незамедлительного вмешательства руководства и корректировки требуемого уровня капитала;
- для повышения доверия к финансовой устойчивости страхового сектора.

В целом свод стандартов и правил в Solvency II несколько напоминает положения для банков в рамках Базель II. Основные компоненты имеют три основных направления:

- Компонент 1 состоит из количественных требований (например, объем капитала, страховщик должен придерживаться соблюдения минимального размера).
- Компонент 2 устанавливает требования к системе менеджмента и управлению рисками страховщиков, а также эффективного надзора за страховщиками.
- Компонент 3 фокусируется на раскрытие информации и обеспечении прозрачности требований.

Можно сказать, что по мере дальнейшего сближения страхового и банковского сектора основные компоненты надзорного процесса во всем мире будут совершенствоваться и отчасти дублироваться.

Лопатин В. А.
заместитель начальника Департамента
международных расчетов
Дирекции расчетного обслуживания Внешэкономбанка

Особенности оборота электронных денег

В статье рассмотрены особенности оборота наличных и безналичных электронных денег. Особое внимание уделено вопросам передачи материальных знаков информации о требованиях к эмитентам электронных денег, встроенных в материальные носители информации.

Ключевые слова: *электронные деньги, наличный и безналичный оборот электронных денег, механизмы оборота электронных денег, требования к эмитентам электронных денег, материальные знаки информации, материальный носитель информации.*

Distinctive features of electronic money turnover

The article considers distinctive features of the cash and non-cash electronic money turnover. Special attention is paid on issues of transferring of material signs of information concerning claims against issuers of electronic money when signs implemented into the material carrier of information.

Keywords: *electronic money, cash and non-cash electronic money turnover, mechanisms of electronic money turnover, claims against issuers of electronic money, material signs of information, material carrier of information.*

Введение

В общем случае, под электронными деньгами понимается предоплаченная денежная стоимость, представленная требованиями к эмитенту электронных денег, которая хранится в электронном виде и используется для осуществления платежей в пользу третьих лиц, отличных от эмитента¹. При этом, как правило, хранение и использование электронных денег осуществляется без открытия банковских счетов.

Фактически, такое понимание электронных денег является обобщением практики функционирования ряда систем перевода денег, использующих²:

а) «электронные кошельки» на основе микропроцессорных карт;

¹ В частности, этим требованиям удовлетворяют электронные деньги Евросоюза (Директива 2009/110/ЕС от 16.09.2009) и российские электронные денежные средства (Федеральный закон № 161-ФЗ от 27.06.2011).

² Innovations in retail payments. Report of the Working Group on innovations in Retail Payments. Committee on Payment and Settlement Systems. Bank for International Settlements. May, 2012.

б) «электронные кошельки» на основе программного обеспечения персональных компьютеров;

в) «виртуальные счета» на основе записей в централизованных базах данных провайдеров платежных услуг;

г) «электронные кошельки» и «виртуальные счета», доступ к которым осуществляется по мобильной связи;

д) «электронные кошельки» и «виртуальные счета», доступ к которым осуществляется по связи ближнего поля в стандарте NFC; и т.д.

Заметим, что обобщение коснулось как материальных (в части хранения и перевода электронных денег в электронном виде), так и нематериальных признаков электронных денег (в части рассмотрения электронных денег в виде денежной стоимости, представленной требованиями к эмитенту электронных денег). При этом в рамках обобщения отсутствуют элементы, определяющие:

а) характер связи между материальными и нематериальными признаками электронных денег;

б) принципиальное различие между двумя видами электронных денег по способу перемещения требований: прямой *передачи* требований от плательщика к получателю («из рук в руки» или «с устройства на устройство») и многоэтапного *перевода* требований, включающего составление, удостоверение, передачу, прием к исполнению и исполнение распоряжений в отношении электронных денег³.

В настоящей работе в качестве элемента, связывающего материальные и нематериальные признаки электронных денег, рассматривается информация о требованиях к эмитентам электронных денег, носящая нематериальный характер, но представленная в виде материальных знаков, встроенных в материальный носитель. На основе этого, выявлены особенности наличного и безналичного оборота электронных денег, отличающиеся способом передачи требований в виде материальных знаков информации от плательщиков к получателям требований.

1. Наличный и безналичный оборот электронных денег

Понятие электронных денег включает ряд неоднородных характеристик, которые удобно разделить на два уровня по признаку материальности. К нематериальному уровню отнесем представление электронных денег в виде денежной стоимости, денежной стоимости — в виде

³ Лопатин В. А. Обобщенная модель и классификация электронных денег // Ученые записки Российской академии предпринимательства, 2012. № 32. М.: АП «Наука и образование». С. 62–69.

требований к эмитенту электронных денег, а требований к эмитенту – в виде информации о правах требования. В свою очередь, к материальному уровню отнесем представление информации о требованиях (как всякой иной информации) в виде материальных знаков, встроенных в тот или иной материальный носитель. При этом в соответствии с признаками электронных денег, хранение и передача требований к эмитенту в виде материальных знаков, встроенных в материальный носитель, будет осуществляться в электронном виде.

Таким образом, для описания процессов передачи информации о требованиях к эмитенту электронных денег на материальном уровне будем использовать термины «материальный носитель информации» (МНИ) и «материальные знаки информации» (МЗИ). Применяя эти термины, построим обобщенные схемы перемещения требований к эмитенту электронных денег от плательщика к получателю для двух принципиально различающихся случаев: наличной передачи и безналичного перевода электронных денег.

В случае наличной передачи электронных денег, информация о требованиях к эмитенту электронных денег, представленная в виде МЗИ^{нал}, будет передаваться от плательщика к получателю:

а) путем увеличения размера требований получателя на МНИ₂ плательщика (представленных в виде МЗИ₂^{нал}) и уменьшения размера требований плательщика на МНИ₁ плательщика (представленных в виде МЗИ₁^{нал}) с помощью вспомогательного материального носителя МНИ₃, используемого для передачи части требований (Рисунок 1). Такой способ передачи требований используется в системах на основе МНИ в виде микропроцессорных карт, мобильных телефонов с функцией NFC, электронных терминалов и т.п. Передача требований в таких системах (например, с карты плательщика на карту или электронный терминал получателя) осуществляется контактным или бесконтактным способом путем обмена информацией об увеличении/уменьшении требований (между МНИ₁ и МНИ₂) посредством использования МНИ₃ в виде электромагнитных волн;

б) путем переноса МЗИ^{нал} с МНИ₁ плательщика на МНИ₂ получателя посредством вспомогательного материального носителя – МНИ₃ (Рисунок 2). Такой способ передачи требований используется в системах на основе МНИ в виде персональных компьютеров, смартфонов, мобильных телефонов и т.п. В перечисленных системах перенос информации о требованиях (как правило, в виде файлов) с МНИ₁ плательщика на МНИ₂ получателя осуществляется по проводным, оптическим или радиочастотным каналам связи (включая каналы доступа к сетям Ин-

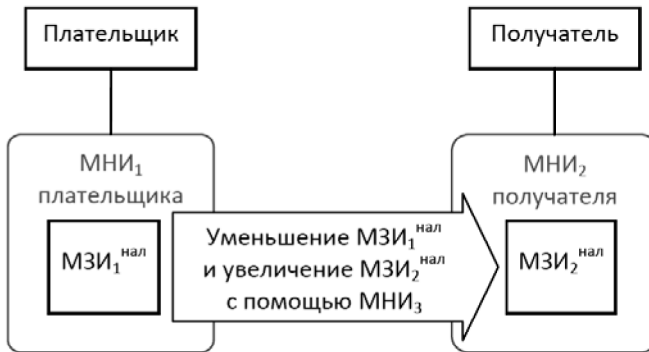


Рисунок 1. Схема передачи ЭД в наличном виде (1)

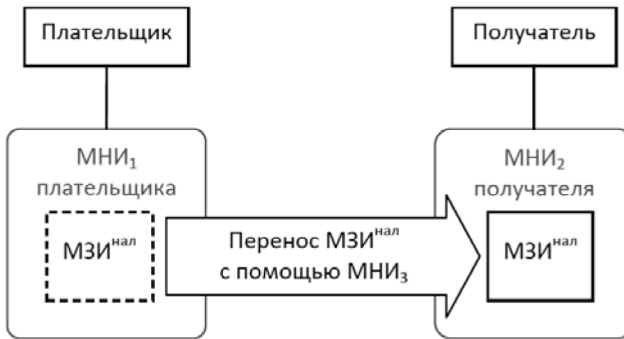


Рисунок 2. Схема передачи ЭД в наличном виде (2)

тернет, каналы мобильной связи и связи ближнего поля) также с помощью вспомогательного МНИ₃ в виде электромагнитных волн.

В случае безналичного оборота электронных денег, информация о требованиях к эмитенту в виде МЗИ₁^{б/н} плательщика и МЗИ₂^{б/н} получателя, встроенных в МНИ хранителя, изменяется хранителем по указанию исполнителя распоряжений с помощью специального программного обеспечения, встроенного в МНИ хранителя (Рисунок 3).

В общем случае, примером такого перевода является изменение записей о размере требований к эмитенту плательщика и получателя в электронной базе данных сервисной компании (хранителя), предоставляющей услуги хранения информации кредитной организации (исполнителю распоряжений), которая принимает к исполнению и исполняет распоряжение клиента (плательщика или получателя) о переводе

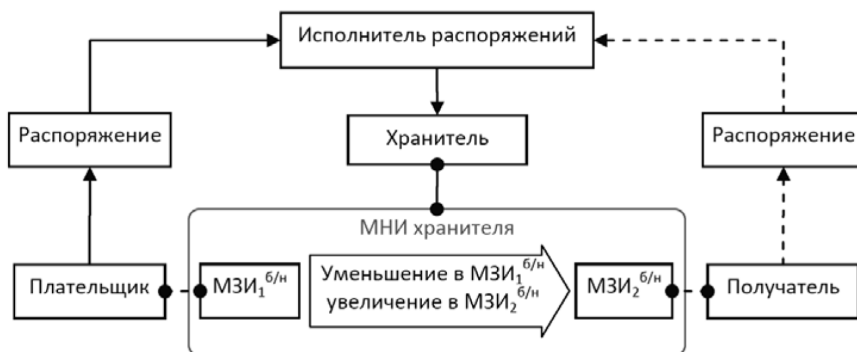


Рисунок 3. Схема перевода ЭД в безналичном виде

требований. При этом на практике, в большинстве случаев, хранителем и исполнителем распоряжений является одно лицо – кредитная организация.

Заметим, что важнейшим элементом систем передачи/перевода требований к эмитенту электронных денег является защита от тиражирования информации о требованиях, обеспечивающая отсутствие несанкционированных дубликатов информации о требованиях к эмитенту электронных денег в виде МЗИ на каких-либо МНИ.

2. Особенности механизмов оборота электронных денег

В предыдущем разделе были рассмотрены схемы наличной передачи и безналичного перевода электронных денег, в которых электронные деньги представлены как информация о требованиях к эмитенту электронных денег, существующая в виде некоторого набора материальных знаков, встроенных в материальный носитель.

Применяя данный подход ко всем механизмам оборота электронных денег (ЭД), сведем в Таблице 1 особенности функционирования механизмов оборота для двух видов оборота: наличного (Н) и безналичного (Б). При этом в качестве основных механизмов оборота выберем механизмы эмиссии (ввода в оборот), реэмиссии (вывода из оборота), хранения, передачи и перевода электронных денег.

Заметим, что во всех случаях эмиссии, реэмиссии, хранения, передачи и перевода требований к эмитенту электронных денег речь идет о таких способах создания, хранения, изменения, передачи и ликвидации информации о требованиях (в виде МЗИ, встроенных в тот или иной МНИ), которые обеспечивают «нетиражируемость» информации – отсутствие новых требований к эмитенту электронных денег.

Особенности механизмов оборота электронных денег

№	Название механизма	Вид оборота	Особенности оборота
1	Ввод ЭД в оборот	Н	В обмен на денежные средства, эмитент ЭД создает или увеличивает в размере требования держателя ЭД к эмитенту ЭД посредством изменения информации о требованиях, хранящейся в виде МЗИ, встроенных в МНИ держателя ЭД.
		Б	В обмен на денежные средства, эмитент ЭД создает или увеличивает в размере требования держателя ЭД к эмитенту ЭД посредством изменения информации о требованиях, хранящейся в виде МЗИ, встроенных в МНИ хранителя ЭД (в качестве хранителя может выступать эмитент, исполнитель распоряжений или третье лицо).
2	Вывод ЭД из оборота	Н	В обмен на денежные средства, реэмитент ликвидирует или уменьшает в размере требования держателя ЭД к эмитенту ЭД посредством изменения информации о требованиях, хранящейся в виде МЗИ, встроенных в МНИ держателя ЭД.
		Б	В обмен на денежные средства, реэмитент ликвидирует или уменьшает в размере требования держателя ЭД к эмитенту ЭД посредством изменения информации о требованиях, хранящейся в виде МЗИ, встроенных в МНИ хранителя.
3	Хранение ЭД	Н	Держатель ЭД хранит требования держателя ЭД к эмитенту ЭД посредством хранения информации о требованиях в виде МЗИ, встроенных в МНИ держателя ЭД.
		Б	Хранитель ЭД хранит требования держателя ЭД к эмитенту ЭД посредством хранения информации о требованиях в виде МЗИ, встроенных в МНИ хранителя.
4	Передача ЭД	Н	<p>1) Плательщик ЭД передает свои требования к эмитенту ЭД получателю ЭД посредством передачи информации о требованиях с МНИ плательщика ЭД на МНИ получателя ЭД в виде МЗИ, встроенных во вспомогательный МНИ.</p> <p>2) С помощью обмена информацией о требованиях в виде МЗИ, встроенных во вспомогательный МНИ, по взаимному согласию плательщика и получателя ЭД осуществляется:</p> <p>а) уменьшение размера требований плательщика ЭД к эмитенту ЭД посредством изменения информации о требованиях плательщика в виде МЗИ, встроенных в МНИ плательщика;</p> <p>б) увеличение размера требований получателя ЭД к эмитенту ЭД посредством изменения информации о требованиях получателя в виде МЗИ, встроенных в МНИ получателя.</p>

№	Название механизма	Вид оборота	Особенности оборота
5	Перевод ЭД	Б	<p>Платательщик (получатель) передает распоряжение о переводе ЭД исполнителю распоряжений.</p> <p>Исполнитель распоряжений с помощью хранителя ЭД:</p> <p>а) уменьшает размер требований плательщика ЭД к эмитенту ЭД посредством изменения информации о требованиях плательщика в виде МЗИ, встроенных в МНИ хранителя ЭД;</p> <p>б) увеличивает размер требований получателя ЭД к эмитенту ЭД посредством изменения информации о требованиях получателя в виде МЗИ, встроенных в МНИ хранителя ЭД.</p>

Заключение

В работе сделано разделение признаков электронных денег на материальные и нематериальные, причем в качестве связующего элемента между ними рассматривается информация о требованиях к эмитенту электронных денег, носящая нематериальный характер, но представленная в виде материальных знаков, встроенных в материальный носитель.

На основе информационного подхода к требованиям, выявлены особенности наличного и безналичного оборота электронных денег, отличающиеся способом передачи требований в виде материальных знаков информации от плательщиков к получателям требований.

Используемые источники

1. Directive 2009/110/EC of the European Parliament and of the Council of 16 September 2009 on the taking up, pursuit and prudential supervision of the business of electronic money institutions amending Directives 2005/60/EC and 2006/48/EC and repealing Directive 2000/46/EC.
2. Федеральный закон № 161-ФЗ от 27 июня 2011 «О национальной платежной системе».
3. Innovations in retail payments. Report of the Working Group on innovations in Retail Payments. Committee on Payment and Settlement Systems. Bank for International Settlements. May, 2012.
4. Лопатин В.А. Обобщенная модель и классификация электронных денег // Ученые записки Российской академии предпринимательства, 2012. № 32. М.: АП «Наука и образование». С. 62–69.

Лясников Н. В.
доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства

Поляков В. Л.
аспирант,
Российская академия предпринимательства

Планирование взаимодействия предпринимательских структур на основе лизинга

В статье раскрываются наиболее существенные аспекты взаимодействия двух основных субъектов лизинговых сделок: лизингодателя и лизингополучателя.

Ключевые слова: финансовая аренда, лизинг, лизингодатель, лизингополучатель, планирование, взаимодействие, кооперация, материально-техническая база, основные фонды, инфраструктурное обеспечение.

Plan the business structures on the basis of leasing

In article the most essential aspects of interaction of two basic subjects of leasing transactions reveal: lessor and lessee.

Keywords: financial leasing, lessor, lessee, planning, interaction, cooperation, material base, fixed capital, infrastructural maintenance.

Финансовая аренда или лизинг является одновременно и эффективным способом обновления объектов инфраструктурного обеспечения (материально-технической базы) предпринимательских структур, и одним из механизмов межфирменного взаимодействия, для которого характерны следующие основные черты:

- во-первых, долгосрочность взаимодействия, поскольку договор лизинга заключается на весь период ускоренной амортизации, т.е. срок договора лизинга, как правило, совпадает со сроком амортизации предмета договора (объекта инфраструктурного обеспечения);
- во-вторых, трехсторонняя природа взаимодействия, что определено действующим нормативно-законодательным порядком заключения договоров финансовой аренды (при этом, в процесс могут быть вовлечены иные хозяйствующие субъекты – страховые компании, кредитные организации), что в целом ха-

рактирует природу лизинга как сетевой механизм межфирменной кооперации;

- в-третьих, адаптивность взаимодействия за счет более гибкого кооперирования ресурсов лизингодателя и лизингополучателя.

Финансовый лизинг рассматривается как взаимодействие лизингодателя и лизингополучателя по поводу приобретения первым и передачи в аренду второму определенного вида имущества (объектов инфраструктурного обеспечения) во временное владение или пользование, за определенную плату на определенный срок. Финансовый лизинг представляет собой схему с полной окупаемостью предмета лизинга (т.е. к концу срока договора предмет лизинга переходит к лизингополучателю по нулевой или близкой к нулевой остаточной стоимости).

Планирование взаимодействия предпринимательских структур по поводу отношений финансового лизинга можно рассматривать как процесс.

По мнению С.В. Дохолян и Х.Г. Гаджигишиева данный процесс можно представить в виде трех основных этапов¹:

- на первом этапе осуществляется подготовительная работа, проведение которой обусловлено сложным характером многосторонних отношений при лизинге, необходимостью подробного изучения всех условий и особенностей каждой лизинговой сделки. На данном этапе оформляются заявки будущего лизингодателя, готовятся заключения о кредитоспособности лизингополучателя и оценивается эффективность лизингового проекта для двух основных сторон сделки (собственно лизингодателя и собственно лизингополучателя);
- на втором этапе осуществляется юридическое оформление лизинговой сделки и заключение договоров между ее участниками: лизингополучателями, лизингодателями, возможными кредиторами, страховыми и прочими посредническими организациями;
- третий этап представляет собой процесс практической реализации лизинговой сделки и последующего использования предмета лизинга.

При этом весьма важно учитывать возможные ограничения, которые могут возникнуть у отдельных лизингополучателей. В таблице 1 представлен основной перечень ограничений для участников лизинговых сделок.

¹ Дохолян С.В., Гаджигишиев Х.Г. Методическое обеспечение экспертизы и отбора лизинговых проектов для промышленных предприятий // Региональные проблемы преобразования экономики. 2008. № 2. С. 99–111.

Ограничения для участников лизинговых сделок ²

Ограничение	Сущность ограничения
Налоговые и финансовые ограничения	Финансовый лизинг не может быть использован убыточными предприятиями (предприятиями, имеющими официальный отрицательный финансовый результат). Финансовый лизинг неэффективен для предприятий, использующих специальные режимы налогообложения (например, УСНО, ЕНВД, ЕСХН).
Ценовые ограничения	Стоимость лизинга в отдельных случаях может существенно превышать стоимость иных финансовых инструментов по обеспечению потребности в основных фондах (в частности, это может являться следствием налоговых или финансовых ограничений).
Количественные ограничения	Для крупных и крупнейших лизингополучателей совокупность небольших по объемам лизинговых сделок может быть непривлекательной по причине высоких транзакционных издержек. В свою очередь для лизингодателей крупные и крупнейшие лизингополучатели могут быть непривлекательны из-за сложности привлечения фондов для обеспечения сделок. Для малых и средних лизингополучателей количество предметов лизинга всегда ограничено в силу финансовых факторов, но при этом потребность в предметах лизинга (основных производственных фондах) намного выше.
Ликвидность предмета лизинга	Эффективным обеспечением сделки в лизинге служит высоколиквидный предмет лизинга. Чем ниже ликвидность предмета лизинга, тем выше риски лизинговой сделки, соответственно выбор лизингодателя будет склоняться преимущественно к проектам с высокой ликвидностью.
Кредитоспособность лизингополучателя	Кредитоспособность лизингополучателя или способность лизингополучателя выполнять обязательства по договору лизинга определяют не только риски сделки налоговые/финансовые ограничения, но и также определяют финансовую состоятельность лизингового проекта.

² Составлено автором с использованием источника: Дохолян С.В., Гаджигишие в Х.Г. Методическое обеспечение экспертизы и отбора лизинговых проектов для промышленных предприятий // Региональные проблемы преобразования экономики. 2008. № 2. С. 99–111.

Стоит также отметить, что инструментарий финансового лизинга практически недоступен микропредприятиям и малым предприятиям, чей годовой оборот (выручка-нетто) составляет менее 100–150 млн. рублей. При этом малые и средние предприятия, не обладающие собственными источниками финансирования на уровне менее чем 50% от совокупных активов, также ограничены в использовании инструментария лизинга. Наиболее сложно выполнимым требованием в контексте малого и среднего бизнеса является требование квалифицированного менеджмента.

Но за последние два-три года инновационно-ориентированные и инновационно активные субъекты малого и среднего предпринимательства показывают лучшие результаты развития, нежели крупные и крупнейшие предприятия в отрасли.

В частности, если сравнивать темпы устойчивости социально-экономического роста малых и средних предпринимательских структур с аналогичными темпами крупных компаний, то можно отметить, что в отношении первых наблюдается большая устойчивость, в то время как вторые показывают зигзагообразный характер роста.

Учитывая, что малые и средние предпринимательские структуры являются локомотивом национального социально-экономического развития, а также на мировом уровне представляют собой эффективный генератор экономического роста, представляется, что именно в аспекте интенсификации взаимодействия с малым и средним бизнесом будет развиваться лизинговый рынок.

Поэтому, абстрагируясь от масштабов деятельности промышленно-производственных предпринимательских структур, мы считаем необходимым создать принципиальную схему планирования взаимодействия хозяйствующих субъектов в рамках отношений финансовой аренды (лизинга) — см. Рисунок 1.

Итак, в планировании взаимодействия хозяйствующих субъектов на основе лизинга принимают участие две стороны: лизингодатель и лизингополучатель. При этом собственно само планирование взаимодействия состоит из трех основных групп процедур: подготовительных, аналитическо-оценочных и организационно-договорных процедур. В рамках каждой из указанных процедур стороны выполняют определенные действия. Так, в рамках подготовительных процедур в задачи лизингополучателя входит разработка бизнес-плана лизингового проекта (проекта обновления объектов инфраструктурного обеспечения) и формирование необходимого лизингодателю пакета документов.



Рисунок 1. Принципиальная схема планирования взаимодействия предпринимательских структур в рамках лизинговых отношений³

В свою очередь лизингодатель проводит экспертизу достоверности пакета документов, предоставленных лизингополучателем по требованию. В том случае, если у лизингодателя не возникает сомнений в достоверности пакета документов, предоставленных лизингополучателем, следует реализация аналитическо-оценочных процедур. В рамках аналитическо-оценочных процедур лизингодателем проводится:

³ Разработано автором.

- качественная оценка лизинговой сделки, как правило, предполагает оценку таких параметров как специфика развития отрасли лизингополучателя, его риски и состояние качества менеджмента;
- количественная оценка лизинговой сделки, как правило, предполагает расчет стоимости лизингового проекта с учетом услуг лизингодателя и расчет получаемого результата (экономических выгод лизингополучателя);
- оценка эффективности лизинговой сделки, как правило, предполагает дисконтирование на период реализации договора расходов и доходов по лизинговому проекту с учетом стоимости услуг лизингодателя.

При этом основная задача лизингополучателя на данном этапе планирования взаимодействия с лизингодателем состоит в предоставлении своевременного и полного технико-экономического обоснования лизингового проекта.

Лизингодатель, основываясь на предварительных расчетах стоимости предмета сделки (объекта инфраструктурного обеспечения), также требуемой нормы собственной доходности, формирует итоговое резюме по общей эффективности и целесообразности проведения лизинговой сделки.

В том случае, если лизингодатель признает потенциальную лизинговую сделку оптимальной с точки зрения экономической эффективности, а также количественных и качественных параметров, следует реализация организационно-договорных процедур.

В рамках данных процедур стороны (лизингодатель и лизингополучатель) выдвигают приемлемые для каждого условия проведения лизинговой сделки, которые впоследствии будут отражены в договоре (контракте). На основании обсуждения основных параметров договора, а также с учетом уточнения расчетов стоимости лизинговых платежей регламентируется последующее взаимодействие предпринимательских структур (лизингополучателя и лизингодателя) в рамках договора финансовой аренды объектов инфраструктурного обеспечения.

На основании вышесказанного мы можем резюмировать, что планирование взаимодействия предпринимательских структур в рамках лизинговых отношений представляет собой совокупность процедур, требующих выполнения определенных задач от участвующих сторон (лизингодателя и лизингополучателя). Совокупность указанных процедур предполагает:

- сбор и оценку достоверности документации лизингополучателя, представленной по требованию лизингодателя;
- анализ и оценку качественных, количественных параметров и параметров эффективности лизинговой сделки с учетом стоимости услуг лизингодателя и планируемым уровнем дохода лизингополучателя;
- разработку контракта лизинговой сделки, а также формирование регламента взаимодействия сторон (лизингополучателя и лизингодателя) в рамках данного контракта (договора).

По итогам проведенного планирования взаимодействия предпринимательских структур в рамках лизинговых отношений каждая из сторон получает сумму прав и обязательств.

После этого следует собственно этап непосредственной реализации сделки (лизингодатель приобретает необходимый лизингополучателю предмет лизинга и передает его лизингополучателю во временное пользование на условиях срочности и платности).

Стоит отметить, что планирование лизинговой сделки, которое впоследствии формируется в лизинговый контракт и регламент взаимодействия предпринимательских структур в рамках лизинговых отношений, не представляет собой жесткого и неизменного набора норм и правил. В отличие от кредитных отношений в рамках договора лизинга стороны имеют право пересматривать основные условия взаимодействия, именно этот аспект качественным образом отграничивает договор лизинга от договора кредитования.

Используемые источники

1. Баяскаланова Т.А. Обновление основных производственных фондов // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2006. № 2. – С. 77–79.
2. Газман В. Лизинг. Финансирование и секьюритизация. М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2011.
3. Дохолян С.В., Гаджигишиев Х.Г. Методическое обеспечение экспертизы и отбора лизинговых проектов для промышленных предприятий // Региональные проблемы преобразования экономики. 2008. № 2. С. 99–111.

Михель В. С.
кандидат экономических наук, доцент,
Российская академия предпринимательства

Влияние финансового потенциала промышленной корпорации на формируемую финансовую стратегию

Статья посвящена влиянию финансового потенциала на финансовую стратегию.

Ключевые слова: финансовая стратегия, промышленная корпорация, финансы, менеджмент, финансовые ресурсы.

Influence of financial potential of industrial corporation on formed financial strategy

Article is devoted to influence of financial potential on financial strategy.

Keywords: financial strategy, industrial corporation, finance, management, financial resources.

В мировой практике применяются различные формы, методы и инструменты, позволяющие эффективно управлять финансовыми потоками и обеспечивать стабильный социально-экономический рост промышленной корпорации при сохранении уровня её финансовой безопасности. Эффективность деятельности промышленной корпорации в значительной степени определяется её финансовой стратегией, которая во многом обуславливает другие функциональные стратегии и играет важную роль в повышении конкурентоспособности корпоративной структуры, обеспечении эффективного привлечения и использования её финансовых ресурсов, координации их потоков.

Финансовая стратегия промышленной корпорации — это система формирования и реализации приоритетных финансовых целей предприятия путем эффективного привлечения и рационального использования финансовых ресурсов, координации их потоков, обеспечения необходимого уровня финансовой безопасности на основе непрерывного учета изменений факторов внешней и внутренней среды.

Основные направления разработки финансовой стратегии промышленной корпорации — это формирование достаточного объема финансовых ресурсов, необходимых для обеспечения текущих потреб-

ностей и потребностей стратегического социально-экономического развития, использование финансовых ресурсов, обеспечение финансовой безопасности, повышение качества финансовой деятельности корпоративной структуры.

В числе факторов, детерминирующих финансовую стратегию промышленной корпорации, следует учитывать факторы внешнего воздействия (влияние поставщиков и покупателей, конкурентов, кредитно-финансовой системы, органов государственной власти, финансово-экономические, внешнеэкономические, политические, социальные) и факторы внутреннего воздействия (экономические, производственные, организационно-управленческие). Очевидно, что совокупность факторов и условий, детерминирующих формирование, накопление использование финансового потенциала аналогична совокупности факторов формирования финансовой стратегии промышленной корпорации. Таким образом, можно заключить, что финансовый потенциал промышленной корпорации есть необходимое условие и основа для разработки финансовой стратегии, поскольку разработка (формирование) любой стратегии начинается с анализа и оценки средовых характеристик. В аспекте разработки (формирования) финансовой стратегии анализу и оценке должна быть подвергнута внешняя и внутренняя финансовая среда. При этом расчет финансового потенциала промышленной корпорации есть интегральная оценка состояния внутренней финансовой среды.

Разработка и реализация финансовой стратегии должны приводить к максимальной эффективности функционирования промышленной корпорации, т.е. получению большего результата при аналогичных затратах за счет оптимизации финансовой деятельности (поиска скрытых резервов роста и развития, сокращения непроизводительных расходов, выбор наиболее оптимальных инструментов управления).

Следует согласиться с мнением некоторых исследователей, что при разработке финансовой стратегии необходимо учитывать не только положительный экономический эффект для промышленной корпорации, но и общее совершенствование всех направлений его деятельности – производственной, маркетинговой, кадровой и иных, которая достигается благодаря взаимодействию функциональных стратегий друг с другом и с основной из них – финансовой.

При этом важно помнить, что финансовая стратегия формируется в процессе стратегического финансового планирования, которое в отличие от обычного долгосрочного финансового планирования, основанного на концепции экстраполяции сложившихся тенденций развития, учитывает не только эти тенденции, но и возможные, в том числе негативные изменения, и предполагает выстраивание вектора анализа

и принятия управленческих решений из будущего в настоящее. Таким образом, разработка финансовой стратегии промышленной корпорации должна быть нацелена на построение эффективной системы управления финансами, с помощью которой можно обеспечить решение стратегических и тактических задач функционирования указанной корпоративной структуры.

С одной стороны, абсолютно неоспоримым является тот факт, что финансовая стратегия промышленной корпорации нацелена на удовлетворение потребностей социально-экономического роста и развития в финансовых ресурсах. Но с другой стороны финансовая стратегия не сводима лишь к этой обеспечительной функции. Как абсолютно верно указывает И.А. Бланк, «...разрабатываемая финансовая стратегия позволяет заблаговременно адаптировать финансовую деятельность предприятия к предстоящим кардинальным изменениям возможностей его экономического развития...»¹.

Существует несколько основных теоретических подходов к формированию финансовой стратегии промышленной корпорации, среди которых в последние несколько лет особую популярность набирает подход, основанный на концепции сбалансированных показателей Д. Нортон и Р. Каплана. Не умаляя заслуг данных исследователей и научной значимости разработанной ими концепции, мы считаем, что теоретическая модель построения финансовой стратегии должна учитывать накопленный потенциал и возможности его последующего использования.

Модель формирования финансовой стратегии промышленной корпорации включает три основных блока: аналитический блок, блок разработки и блок реализации. Два первых блока в аспекте исследования взаимосвязи финансового потенциала и стратегического управления финансами представляют наибольший интерес. В рамках аналитического блока производится анализ и дается оценка финансового потенциала, а в рамках блока разработки с учетом данных о финансовом потенциале промышленной корпорации разрабатываются и избираются наиболее оптимальные решения по стратегическому управлению финансами корпоративной структуры.

Важно отметить, что в рамках аналитического блока производится оценка перспектив развития и определяется текущая и будущая (стратегическая долгосрочная) потребность в финансовых ресурсах. Оценка потребностей в финансовых ресурсах и оценка уровня финансового потенциала промышленной корпорации позволяет определить каче-

¹ Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. Киев: Эльга, 2004. С. 18.

ственное состояние данного потенциала. Мы предлагаем рассматривать качественное состояние финансового потенциала промышленной корпорации в трех основных ракурсах:

- максимальный финансовый потенциал — это такое состояние финансовых ресурсов промышленной корпорации и источников их получения, при котором имеется потенциальная возможность обеспечить стратегические и текущие потребности в финансировании с определенным запасом, который в свою очередь необходимо рассматривать как резерв стратегической финансовой прочности;
- оптимальный финансовый потенциал — это такое состояние финансовых ресурсов промышленной корпорации и источников их получения, при котором имеется потенциальная возможность полностью обеспечить стратегические и текущие потребности в финансировании, но резерв стратегической финансовой прочности может быть не сформирован;
- минимальный финансовый потенциал — это такое состояние финансовых ресурсов промышленной корпорации и источников их получения, при котором имеется потенциальная возможность практически полностью обеспечить стратегические и текущие потребности в финансировании, но резервы финансовой прочности при этом не образуются.

На основании данных о состоянии финансового потенциала оцениваются все возможные стратегические альтернативы промышленной корпорации в аспекте стратегического финансового развития, и избирается та, которая наиболее соответствует сформированным к моменту разработки стратегии финансовым способностям корпоративной структуры по обеспечению текущей и будущей операционной, инвестиционной и собственно финансовой деятельности.

Разработанная финансовая стратегия с учетом сформированного (накопленного) финансового потенциала промышленной корпорации принимается к реализации. При этом сопровождение и мониторинг финансовой стратегии должны проводиться с учетом изменения уровня финансового потенциала промышленной корпорации, это позволит своевременно вносить необходимые коррективы в текущее и оперативное управление финансами с тем, чтобы уровень накопленного и накапливаемого финансового потенциала был примерно постоянным. Это в свою очередь позволяет обеспечивать финансовую устойчивость (в расширенном понимании данного термина) в текущих периодах и в перспективе.

Немаловажным при разработке финансовой стратегии промышленной корпорации является и определение доминантных сфер финансовой стратегии. По мнению И.А. Бланк, таких доминантных сфер в стратегическом управлении финансами хозяйствующего субъекта, в том числе промышленных корпораций, четыре ²:

1. Стратегическая доминанта формирования финансовых ресурсов.
2. Стратегическая доминанта распределения и перераспределения финансовых ресурсов (инвестиции).
3. Стратегическая доминанта повышения качества управления финансовой деятельностью.
4. Стратегическая доминанта обеспечения финансовой безопасности.

Формирование финансовых ресурсов промышленной корпорации — цели, задачи и основные стратегические решения этой доминанты финансовой стратегии должны быть направлены на финансовое обеспечение реализации корпоративной стратегии и соответственно подчинены ей.

Инвестиции как результат распределения и перераспределения финансовых ресурсов. Параметры стратегического набора этой доминанты финансовой стратегии должны быть направлены на обеспечение инвестиционной поддержки развития отдельных стратегических зон хозяйствования и стратегических хозяйственным единиц промышленной корпорации. В целом параметры инвестиционной стратегической доминанты должны составлять финансовую основу формирования важнейших направлений инвестиционной деятельности промышленной корпорации в стратегической перспективе.

Повышение качества управления финансовой деятельностью промышленной корпорации — параметры стратегического набора этой доминанты финансовой стратегии разрабатываются финансовыми службами корпоративной структуры и включаются в виде самостоятельного блока в корпоративную и отдельные функциональные стратегии данного хозяйствующего субъекта.

Анализ и оценка финансового потенциала промышленной корпорации в рамках разработки функциональной финансовой стратегии требует необходимого информационного обеспечения. При этом важно не только получить информацию по внутренней финансовой среде, но и также по внешней финансовой среде. Следовательно, система информационного обеспечения анализа и оценки финансового потенциала промышленной корпорации может быть представлена в следующем виде (рисунок 1).

² Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. Киев: Эльга, 2004. С. 33.

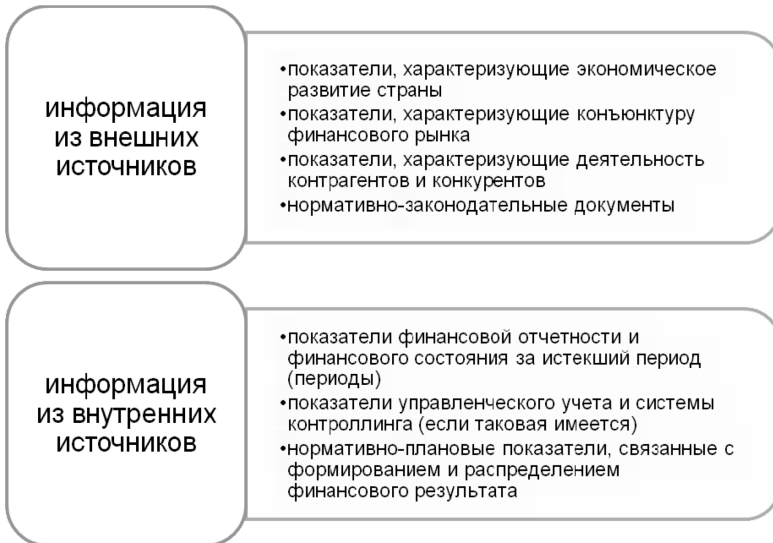


Рисунок 1. Система информационного обеспечения анализа и оценки финансового потенциала промышленной корпорации в рамках разработки финансовой стратегии

Очевидно, что представленная система информационного обеспечения для анализа и оценки финансового потенциала промышленной корпорации в целом аналогична системе информационного обеспечения, используемого для разработки стратегических финансовых альтернатив и стратегических финансовых планов. Следовательно, финансовый потенциал промышленной корпорации не только имеет общие факторы и условия формирования с финансовой стратегией, но и равное информационное, а значит прочее (организационное, методическое) обеспечение.

Но поскольку финансовый потенциал промышленной корпорации имеет подчиненное положение по отношению к финансовой стратегии и является лишь одним из элементов (объектов) стратегического управления финансами, собственно сам финансовый потенциал необходимо рассматривать как информационный базис формируемой финансовой стратегии промышленной корпорации.

Исследование сформированного и используемого финансового потенциала промышленной корпорации в рамках разработки финансовой стратегии целесообразно проводить по следующим основным направлениям:

- размещение собственных и заемных финансовых ресурсов, способности к быстрому привлечению необходимого объема финансовых ресурсов при условии их возможной недостаточности;
- текущая и перспективная достаточность финансовых ресурсов в каждый момент времени, а также оценка возможностей и результатов привлечения финансовых ресурсов извне;
- эффективность использования финансовых ресурсов в текущий момент времени и перспективная результативность и продуктивность использования финансовых ресурсов.

Поскольку финансовый потенциал промышленной корпорации есть категория управления, включаемая в систему стратегического управления финансами, соответственно формирование финансовой стратегии корпоративной структуры с учетом накопленного финансового потенциала решает следующие задачи:

- поиск способов увеличения объемов сбыта за счет стоимостных факторов;
- оптимизация соотношения «затраты — результат» и как следствие — максимизация прибыли;
- избежание банкротства и снижение вероятности возможных финансовых потерь;
- оптимизация или минимизация риска при предусмотренном уровне прибыли;
- обеспечение требуемой нормы рентабельности в деятельности предприятия;
- оптимизация потоков финансовых ресурсов, их сбалансированность, наращивание положительного значения чистого денежного потока;
- обеспечение условий для роста рыночной стоимости корпоративной структуры и роста благосостояния собственников.

Необходимо отметить, что и управление финансовым потенциалом, и формирование финансовой стратегии промышленной корпорации требует глубоких системных знаний в теории и практике принятия эффективных управленческих решений. Такое утверждение исходит из системного представления финансового потенциала промышленной корпорации и присущих ему признаков системности, которыми являются:

- динамичность управления финансовым потенциалом промышленной корпорации, обусловленная постоянно меняющейся величиной финансовых ресурсов, доходов, расходов, колебаниями спроса и предложения на капитал, что обеспечивает увеличение и углубление связей системы стратегического и тактического управления финансами промышленной корпорации с внешней средой;

- открытость, определяющаяся интенсивностью обмена информацией и финансовыми ресурсами с внешней средой, взаимодействием системы стратегического и тактического управления финансами промышленной корпорации в целом, и в частности подсистемы управления её финансовым потенциалом и внешней среды;
- управление финансовым потенциалом промышленной корпорации является развивающейся системой, что является общим признаком для всех систем, поскольку в качестве его главной цели выступает максимизация рыночной стоимости указанной корпоративной структуры;
- целенаправленность процессов управления финансовым потенциалом промышленной корпорации, которая определяет функционирование системы корпоративного и финансового управления в целом;
- иерархичность системы, означающая, что каждая подсистема управления финансами промышленной корпорации, в том числе и подсистема финансового потенциала, может рассматриваться как система более низкого порядка, состоящая в свою очередь из взаимодействующих и взаимосвязанных подсистем;
- взаимосвязанность системы стратегического и тактического управления финансами, в том числе и подсистемы управления финансовым потенциалом и внешней среды. Этот признак реализуется в том, что данная система формирует и проявляет свои свойства только в процессе функционирования и взаимодействия с внешней средой, то есть система управления финансами, а также подсистема финансового потенциала реагирует на воздействия внешней среды. За счет этого происходит развитие и сохранение качественной определенности и свойств, обеспечивающих относительную устойчивость и адаптивность функционирования промышленной корпорации.

Формирование финансовой стратегии промышленной корпорации и последующая реализация функций стратегического управления финансами с учетом достигнутого уровня финансового потенциала (накопленного финансового потенциала) имеет свои специфические закономерности, которые отражают существенные связи самого процесса управления и характеризуются объективностью, необходимостью и обязательностью их проявления. Такими закономерностями в рамках разработки финансовой стратегии, последующей реализации функций стратегического управления финансами с учетом накопленного финансового потенциа-

ла промышленной корпорации следует признать следующие основные аспекты, которые мы раскрыли ниже. Во-первых, аксиоматичным является то, что конкуренция есть неотъемлемая и важнейшая движущая сила эффективного стратегического и тактического управления финансами, в том числе и финансовым потенциалом. Именно конкуренция стимулирует промышленные корпорации к принятию риска нововведений в целях укрепления своих позиций на отраслевых рынках.

При этом, действие рыночных сил конкуренции проявляется двояко: с одной стороны, промышленные корпорации, не обладающие высокой инновационной активностью, теряют рынки сбыта и несут финансовые потери. С другой стороны, радикальные нововведения, которые способствуют техническому обновлению производства и расширению границ для прорыва в качественно новое состояние развития производительных сил и производственных отношений, неизменно нарушают стабильность производства и требуют дополнительных финансовых ресурсов. Поэтому разработка финансовой стратегии промышленной корпорации должна учитывать особенности планируемых корпоративных изменений и обеспечивать их оптимальную поддержку за счет накопленного финансового потенциала. Если накопленного финансового потенциала явно недостаточно для обеспечения текущих и стратегических потребностей в финансовых ресурсах, соответственно требуется селекция заявленных корпоративных изменений, с тем чтобы в реализацию попали именно те изменения, которые в дальнейшем будут стимулировать прирост прямых экономических выгод.

Во-вторых, объектом управления и при формировании финансовой стратегии, а также реализации функций стратегического и тактического управления финансами, и при формировании и использовании финансового потенциала промышленной корпорации являются финансовые ресурсы, которые должны быть направлены на обеспечение функционирования указанной корпоративной структуры. Финансовые ресурсы (их движение) в свою очередь образует одноименные потоки, поэтому качество, результативность, эффективность и продуктивность реализации функций управления финансами проявляется в величине и сроках протекания финансовых потоков промышленной корпорации.

Поэтому при формировании финансовой стратегии важно не только учесть наличие/отсутствие финансового потенциала и возможности его накопления в перспективе, но и определить сбалансированность финансовых потоков, а также создать условия для увеличения положительного значения чистого финансового потока, который в конечном

итоге и будет формировать часть финансового потенциала промышленной корпорации.

В-третьих, оптимальное распределение и перераспределение финансовых ресурсов промышленной корпорации предопределяет движение денежных средств (скорость, объём и масштабы), а также работоспособность финансовой системы отдельно взятой корпоративной структуры. Работоспособность финансовой системы промышленной корпорации всегда должна быть направлена на увеличение финансового потенциала, адекватного требованиям и изменениям внешней среды и изменениям и потребностям в финансовых ресурсах внутренней среды. Поэтому принятие решений в области стратегического и оперативно-тактического управления финансами должно предполагать достижение определенного компромисса между требованиями доходности, надежности и финансовой устойчивости промышленной корпорации (в расширенном понимании термина устойчивости) и стратегическими целями функционирования данной корпоративной структуры в условиях сложившейся конъюнктуры рынка (моделей потребительского спроса, потребительского поведения и их изменений под воздействием объективных и субъективных рыночных факторов). При этом нужно понимать, что финансирование диверсификации деятельности промышленной корпорации в текущем периоде в последующих периодах дает возможность своевременно инвестировать средства в обновление производства, тем самым это будет способствовать увеличению финансового потенциала в долгосрочной перспективе.

В-четвертых, регулятором структурных преобразований финансового потенциала выступают инструменты управления по использованию финансовых и по формированию финансовых ресурсов. Поэтому инструментальное обеспечение стратегического управления финансами промышленной корпорации будет идентично инструментальному и методическому обеспечению управления формированием и преобразованием финансового потенциала. Стоит отметить, что методы управления финансовым потенциалом промышленной корпорации представляют собой совокупность способов и приемов, обладающих определенными информационными и аналитическими возможностями управленческого воздействия на финансовые ресурсы.

Совокупность методов управления финансовым потенциалом промышленной корпорации, равно как и совокупность методов стратегического управления финансами, делится на три группы в зависимости от этапов управления этим процессом, которые выполняются в определенной последовательности:

1. Методы анализа, оценки и диагностики финансового потенциала.
2. Методы регулирования структурной динамики финансового потенциала.
3. Методы обоснования и принятия решений по управлению финансовым потенциалом.
4. Методы мониторинга формирования, накопления и использования финансового потенциала.

Стоит отметить, что и стратегическое управление финансами, и управление финансовым потенциалом корпоративных структур представляет собой целенаправленное управленческое воздействие на финансовые ресурсы с целью достижения позитивного прироста показателей финансово устойчивого социально-экономического развития промышленной корпорации. Следовательно, наличие (отсутствие) финансового потенциала имеет прямое влияние на формирование и реализацию финансовой стратегии, и опосредованное влияние на реализацию корпоративной стратегии промышленной корпорации. Таким образом, можно заключить, что наличие/отсутствие финансового потенциала (возможностей его накопления) определяет тип и вид финансовой стратегии промышленной корпорации, в свою очередь эффективность и оптимальность использования финансового потенциала определяет качество и результативность стратегического и оперативно-тактического управления финансами указанной корпоративной структуры.

В рамках взаимосвязи финансовой стратегии и финансового потенциала промышленной корпорации используемые подходы к реализации таковой стратегии и управлению таковым потенциалом могут быть либо результативными, либо, напротив – нерезультативными. Соответственно в первом случае изменение динамических и структурных показателей использования финансового потенциала необходимо рассматривать положительно в диапазоне от нормального (удовлетворительного) финансового состояния до абсолютной (полной) финансовой стабильности промышленной корпорации. Во втором случае изменение структурных, динамических и прочих показателей использования финансового потенциала необходимо рассматривать отрицательно в диапазоне от неудовлетворительного финансового состояния до финансового кризиса (полной финансовой нестабильности).

Таким образом, можно отметить, что финансовый потенциал, сформированный промышленной корпорацией к моменту разработки и последующей реализации финансовой стратегии, должен использоваться максимально качественно, что в свою очередь будет определять эффективность, результативность и продуктивность стратегического и оперативно-тактического управления финансами.

Орехов Е. Н.
аспирант,
Московский государственный
областной университет

Построение управленческой структуры департамента закупок в рамках административно-хозяйственного управления крупного холдинга

В статье представлен исчерпывающий список функций управления закупочной деятельностью административно-хозяйственного управления. Предложена универсальная структура департамента закупок с подробным описанием возложенной ответственности на каждое структурное подразделение. Автором предложен состав функций закупок на уровне линейных подразделений.

Ключевые слова: закупочная деятельность, административно-хозяйственный департамент, управление закупками, организационная структура, отдел.

Structure creation of purchases section of administrative department in large holding

The exhaustive list of functions of purchasing activity section of administrative department is presented in article. The universal structure of purchase department with the detailed description of the assigned responsibility on each structural division is offered. The author offered structure of functions of purchases at the level of linear divisions.

Keywords: purchasing activity, administrative department, purchase management, organizational structure, section.

Организация закупочной деятельности является одной из актуальных проблем крупных российских организаций, в том числе — коммерческих. Эффективно организованная функция закупок способствует снижению общего уровня издержек на производство продукта или услуги организации, способствует повышению ее конкурентоспособности.

В случае крупных организаций часть полномочий по реализации закупочной деятельности децентрализуется — выполняется не в рамках одного подразделения, а на уровне ряда функциональных или (и) линейных подразделений, что, как следует из специальной литературы по теме, является широко распространенной практикой [2, 3, 4]. Одним из функциональных подразделений, деятельность которого связана с закупками, является административно-хозяйственное управление (АХУ). В рамках настоящей статьи рассматриваются вопросы форми-

рования организационной структурой закупочной деятельностью АХУ. При этом научно-практические разработки в этой области фактически отсутствуют.

Организационная структура управления закупками АХУ будет иметь более одного уровня управления. Поэтому далее придерживаться следующих терминов:

- департамент управления закупками (ДУЗ) АХУ – организационное подразделение АХУ, отвечающее за реализацию закупочной деятельности АХУ;
- отдел (за исключением АХО): организационное подразделение, соответствующее одной или нескольким функциям управления закупочной деятельностью АХУ, руководитель которого подчиняется начальнику ДУЗ АХУ;
- группа: организационное подразделение, создаваемое внутри отдела ДУЗ АХУ.

Для формирования структуры ДУЗ АХУ на уровне отделов необходимо идентифицировать функции закупочной деятельности последнего; позиция автора по данному вопросу представлена в таблице 1.

Таблица 1

Функции управления закупочной деятельностью АХУ

Функция	Содержание
Исследования рынка	Исследования рынка закупок
Управление базой поставщиков	Управление размером базы и номенклатурой; управление знаниями о поставщиках, их аудит и отбор; переговоры; получение обратной связи от пользователей предметов закупки.
Планирование и внутренний контроль	Сбор потребностей в закупках; оценка соответствия запросов внутренним регламентам; планирование и бюджетирование закупок.
Операции	Заключение договоров; размещение заказов; входной контроль качества; претензионная работа с поставщиками
Организация управления закупками	Разработка регламентов, процедур, ИТ-систем. Оценка эффективности закупок. Управление региональной структурой (АХО) на местах.

Разработано автором.

Далее, с учетом представленных выше функций, перейдем непосредственно к формированию организационной структуры (структуры

управления) закупочной деятельностью АХУ. Отметим, что в случае относительно компактных структур группы внутри отделов могут не выделяться; функции отдела могут выполняться одним или несколькими специалистами).

Как видно из таблицы 1, для структуры ДУЗ АХУ характерна достаточно четкая функциональная специализация; поэтому для этого уровня управления целесообразно выбрать так называемый функциональный тип организационной структуры, характеризующийся выделением организационных подразделений по функциям [1].

Предлагаемая структура представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Предлагаемая структура управления департамента управления закупками АХУ в холдинге. Разработано автором

Разработано автором.

Примечание: при небольшой функциональной нагрузке департамента группы внутри отделов могут объединяться; функции отдела могут выполняться одним специалистом.

Дадим краткую характеристику организационных подразделений, представленных на рисунке 1.

Отдел организации управления закупками. Отвечает за формирование системы управления закупочной деятельностью АХУ и ее совершенствование. В рамках отдела могут выделяться две группы специалистов:

1. Группа аналитики закупок.
2. Группа формирования системы закупок.

Группа аналитики закупок обеспечивает процессы, связанные с оценкой эффективности закупок, с получением обратной связи от пользователей, с выявлением ее слабых сторон системы закупок и поиском резервов для улучшения.

Группа формирования системы закупок обеспечивает процессы, связанные с разработкой, актуализацией и совершенствованием регламентов закупочной деятельности АХУ, включая задачи, связанные с постановкой управления закупочной деятельностью.

Отдел управления базой поставщиков и номенклатурой. Обеспечивает реализацию функции «управление базой поставщиков» (см. Табл. 1). В рамках этого отдела могут выделяться следующие группы специалистов:

1. Группа исследований рынка закупок.
2. Группа формирования базы поставщиков.
3. Группа внешних и внутренних коммуникаций.

Группа исследований рынка закупок, как следует из ее наименования, реализует исследовательскую функцию в отношении рынков предметов закупок.

Группа формирования базы поставщиков осуществляет следующие основные функции:

1. Утверждение номенклатуры и определение политик закупок по номенклатурным единицам.
2. Определение оптимального размера базы поставщиков по тем или иным номенклатурным единицам.
3. Аттестация поставщиков.

Группа внешних и внутренних коммуникаций преимущественно отвечает за:

1. Переговоры с поставщиками (участие в переговорах со стороны АХУ).
2. Получение обратной связи от пользователей.

Отдел планирования закупок обеспечивает реализацию функций планирования, бюджетирования и внутреннего контроля. В соответствии с предложенным ранее описанием этих функций можно рекомендовать выделение в рамках отдела следующих групп.

1. Группа планирования и бюджетирования. Обеспечивает сбор информации о потребностях в закупках, а также их планирование и бюджетирование на уровне АХУ.

2. Группа контроля. Обеспечивает контроль исполнения внутренних и внешних нормативно-правовых актов, регламентирующих закупочную деятельность в рамках АХУ.

Отдел операционной работы обеспечивает работу с поставщиками в рамках текущих операций, а также координирует соответствующую деятельность территориальных подразделений (АХО). В соответствии с этими двумя направлениями в рамках отдела можно предложить выделить две группы:

1. Группа организации централизованных закупок. Обеспечивает работу с поставщиками на уровне АХУ (в частности, обеспечивает ведение сложных закупок, осуществляемых на проектной основе; взаимодействие со службой закупок при проведении других централизованных закупок).

2. Группа координации закупочной деятельности. Обеспечивает общую координацию закупочной деятельности в АХО зависимых компаний и территориальных подразделений холдинга (например, консультирование руководителей АХО; доведение до них изменений в политиках закупок; привлечение других служб, таких как юридическая, для решения проблем в том или ином АХО; информирование руководства АХУ о проблемах в операционной деятельности АХО; взаимодействие с отделом исследований рынков закупок и выработка рекомендаций на их основе).

Далее рассмотрим функции управления закупочной деятельностью АХУ, которые целесообразно делегировать на уровень линейных подразделений – АХО. В целом, их перечень будет соответствовать функциям самого АХУ (табл. 1), однако с рядом особенностей, в частности:

1. Наиболее полно должны быть реализованы функция операций и функция планирования и внутреннего контроля, так как в их рамках непосредственно осуществляется работа, непосредственно связанная с осуществлением закупочной деятельности.

2. Функция организации управления закупками на уровне линейных подразделений будет практически отсутствовать, так как остается централизованной – в ее рамках можно рекомендовать оставить только задачи, связанные с комплектованием соответствующих отделов на местах.

3. Функция управления базой поставщиков будет преимущественно сводиться к поиску местных поставщиков (если эта деятельность не осуществляется централизованно) и к внесению предложений по изменению закупаемой номенклатуры (табл. 2).

Функции управления закупочной деятельностью АХУ

Функция	Содержание
Управление базой поставщиков	Управление номенклатурой (предложения по внесению изменений в номенклатуру); управление знаниями о поставщиках (предоставление информации); поиск и подбор местных поставщиков; переговоры; получение обратной связи от пользователей предметов закупки.
Планирование и внутренний контроль	Сбор потребностей в закупках; оценка соответствия запросов внутренним регламентам; планирование и бюджетирование закупок в координации с соответствующим отделом АХУ.
Операции	Заключение договоров; размещение заказов; входной контроль качества; претензионная работа с поставщиками
Организация управления закупками	Комплектование АХО на местах, обучение на месте

Поскольку на местном уровне (на уровне АХО) реализуются преимущественно функции, связанные с планированием и осуществлением операций по закупкам, их организационное обособление не всегда целесообразно: например, в случае небольшого объема закупочной деятельности они могут выполняться одним специалистом.

По мнению автора, представленная на рис. 1 структура управления закупочной деятельностью АХУ позволяет обеспечить эффективную реализацию всех управленческих функций, связанных как с текущими операциями, так и с выработкой политик и развитием.

Используемые источники

1. Daft R., Murphy J., Willmott H. Organization Theory and Design. – Cengage Learning EMEA, 2010.
2. Day M. Gower handbook of purchasing management. – Gower Publishing, Ltd., 2002.
3. Li L. Supply chain management: concepts, techniques and practices enhancing the value through collaboration. – World Scientific, 2007.
4. Monczka R., Handfield R., Giunipero L. Purchasing and Supply Chain Management. – Cengage Learning, 2008.

Осташкин М. А.
аспирант,
Российская академия предпринимательства

Формирование управленческих инструментов стратегического контроллинга на предприятиях ТЭК

В данной статье проанализированы недостатки существующей системы управления предприятиями топливно-энергетического комплекса. Рассмотрена технология контроллинга, основанная на системе стратегически ориентированного бюджетирования.

Ключевые слова: *контроллинг, инструменты контроллинга, бюджетирование, методы контроллинга, ТЭК.*

Formation of management tools strategic controlling at the enterprises of the fuel and energy complex

The article analyzes the shortcomings of the existing system of management of enterprises of fuel-energy complex. Considered the technology of controlling, based on a system of strategically oriented budgeting.

Keywords: *controlling tools of controlling, budgeting, methods of controlling fuel and energy complex.*

Контроллинг приобретает все большее значение с усилением конкуренции и с ускорением смены ситуаций. Для России наступает именно такой период.

Прежде чем дать определение контроллинга, отметим, что он не означает непрерывный контроль. Термин «контроллинг» происходит от англоязычного «to control», что переводится как «управление». До 1997 г. к теме контроллинга обращались, в основном, зарубежные авторы, а отечественные публикации представляли собой тезисы докладов и научные статьи. В 1997 г. авторским коллективом под редакцией и с предисловием М.Л. Лукашевича была переведена на русский язык монография Д. Хана «Планирование и контроль: концепция контроллинга» (1997), положившая начало целому ряду работ российских авторов о контроллинге: Данилочкиной (1998); Карминского (1998); Ананьиной (1998); Фатхутдинова (1997); Уткина (1997), Фалько (2004). Термин стал появляться в литературных источниках, посвященных бухгалтерскому и управлен-

ческому учету, стратегическому и оперативному менеджменту, принятию решений, информационным технологиям и другим¹.

Известный еще с XV века, контроллинг особенно стремительно развивался в 1980-х гг. и в течение 20 лет актуализируется. Существуют две базовых научных школы — немецкая и американская. В настоящее время развивается российская научная школа.

Контроллинг — философия и образ мышления руководителей, ориентированные на эффективное использование ресурсов и развитие предприятия (организации) в долгосрочной перспективе. Контроллинг — ориентированная на достижение целей интегрированная система информационно-аналитической и методической поддержки руководителей в процессе планирования, контроля, анализа и принятия управленческих решений по всем функциональным сферам деятельности предприятия.

Цель контроллинга — избежать парадокса менеджмента, который заключается в том, что организация сама ставит себе цели.

Контроллинг призван обеспечить независимый взгляд на целеполагание с учетом требований заинтересованных лиц и выбрать из превеликого множества инструментов менеджмента, маркетинга, логистики, финансов, управления персоналом, рисками и других областей — наиболее подходящие для конкретной ситуации. Таким образом, должны быть идентифицированы ситуация; проблема, как степень несоответствия ситуации, пути и методы решения, способы оценки и выбора решений. Именно контроллинг предоставляет возможность выбора методов оценки ситуации, инструментов анализа проблем, сценариев решения проблемы, методов оценки и выбора.

Именно контроллинг, как концепция «управления управлением», обеспечивает руководителя подходящими инструментами контроля, анализа, планирования, мотивации. То есть повышает эффективность управления за счет технологичности, релевантных моделей и методов управления, предотвращения неверных решений. Это и есть прерогатива контроллинга. Не просто использовать инструменты, а осознавать, выбирать среди них, комбинировать, в зависимости от ситуации и целей.

Классификация инструментов контроллинга представлена на рис. 1.

Рассмотрим возможности применения управленческих инструментов стратегического контроллинга на предприятиях ТЭК на примере ОАО «ЛУКОЙЛ».

¹ Малышева Л.А. Контроллинг организационных изменений: как не утонуть в море популярных концепций: Учебное пособие. Екатеринбург: ООО «Издательство УМЦ УПИ», 2010. С. 44.



Рисунок 1. Классификация инструментов контроллинга ²

«Лукойл» — один из немногих нефтяных брендов, который выиграл от изменения процедуры оценки стоимости нефтяных брендов с её увеличившимся фокусом на рознице. У компании самая широкая сеть АЗС в России, она представлена на зарубежных рынках. «Лукойл» — наиболее известный за рубежом российский В2С бренд. Бренд воспринимается в России как АЗС с хорошим предложением по параметру цена/качество, хотя интерьерное решение и сервис могли бы быть улучшены. В последние два года не наблюдалось существенного развития бренда. Имидж компании ухудшился из-за скандала с аварией, в которой был замешан один из топ-менеджеров «Лукойла». Но, как оказалось, это не повлияло на общее восприятие бренда ³.

² Исхаков Р.Ф. Методы моделирования операций в корпоративных структурах. // Вестник МГТУ «Станкин». 2010, № 1 (9). С. 169–173

³ Самые ценные российские бренды 2010 года. Режим доступа: <http://alumni.mgimo.ru/resources/000/000/000/000/044/44122.pdf>

ОАО «Лукойл» — одна из крупнейших международных вертикально интегрированных нефтегазовых компаний, обеспечивающая 2,2% мировой добычи нефти. Лидирующие позиции Компании ОАО «ЛУКОЙЛ» являются результатом двадцатилетней работы по расширению ресурсной базы благодаря увеличению масштабов деятельности и заключению стратегических сделок.

ОАО «Лукойл» сегодня:

- 2,2% общемировой добычи нефти;
- Компания № 1 среди крупнейших мировых частных нефтегазовых компаний по размеру доказанных запасов нефти;
- Компания № 3 среди крупнейших мировых частных нефтегазовых компаний по объему добычи нефти;
- 17,8% общероссийской добычи нефти и 18,2% общероссийской переработки нефти
- Крупнейшая российская нефтяная бизнес-группа с выручкой в 2010 году более 100 млрд. долл. и чистой прибылью более 9 млрд. долл.

ОАО «Лукойл» реализует проекты по разведке и добыче нефти и газа в 12 странах мира. Доказанные запасы углеводородов группы «ЛУКОЙЛ» по состоянию на конец 2010 года составляют 17,3 млрд барр. н. э.

Результаты ОАО «Лукойла» по итогам 2011 представлены в табл.1.

Таблица 1

Результаты ОАО «Лукойла» по итогам 2011, млн. долл. США

Показатель	2011	2010	Изменение, %
Выручка от продаж	133650	104956	27,3
ЕВИТДА скорр.	18606	16049	15,9
Рентабельность по ЕВИТДА	13,9	15,3	-1,4
Чистая прибыль	10357	9006	15,0
Чистая рентабельность	7,7	8,6	-0,9

В России компании ОАО «Лукойл» принадлежат четыре нефтеперерабатывающих завода и два мини-НПЗ, а также четыре газоперерабатывающих завода. Кроме того, в состав российских активов группы «Лукойл» входят 2 нефтехимических предприятия. Суммарная мощность российских нефтеперерабатывающих заводов группы «ЛУКОЙЛ» по состоянию на конец 2010 года составляет: 45,1 млн т/год (338 млн барр./год). Сегодня ОАО «Лукойл» выпускает широкий ассортимент высококачественных нефтепродуктов, продукции газопереработки и

нефтехимии и реализует свою продукцию оптом и в розницу более чем в 30 странах мира ⁴.

Контроллинг является сложным процессом, зачастую содержащим несколько итераций согласования плана со сложными взаимосвязями между различными уровнями планирования. Система статусов и отслеживания позволяет описать процесс планирования, указав ответственных за выполнение каждого шага планирования, последовательность таких шагов и сроки их исполнения, а затем инициировать процесс планирования, согласования и утверждения плана. При старте процесса планирования все участники процесса планирования получают автоматически созданные письма с инструкциями и временными рамками планирования, эти письма также содержат ссылку, по которой плановик может обратиться к своему рабочему месту.

Когда плановик завершает планирование, автоматически создается сообщение о необходимости проверки и утверждения плана для вышестоящего уровня планирования. Сотрудник, ответственный за утверждение данного шага планирования, может утвердить либо отклонить результат планирования (указав соответствующие комментарии). В случае отклонения плановику, план которого отклонили, автоматически отправляется сообщение. Плановик может прочитать причины отказа и повторить итерацию планирования. В случае утверждения плановые данные в шаге планирования блокируются от изменений.

Сотрудник всегда может видеть все шаги планирования в своей зоне ответственности с соответствующими сроками, ответственными за каждый шаг, и статусами.

Формирование контроллинга может быть выполнено на базе внедрения интегрированной системы управления предприятием SAP R/3. Как показывает практика, при внедрении крупных ERP систем крайне важным является вопрос управления проектами.

Группа компаний «ЛУКОЙЛ» выбрала компонент SAP SEM BPS для организации бюджетного процесса, консолидирующего плановые данные дочерних структур в разрезе всех функциональных бюджетов.

Таким образом, для топливно-энергетического комплекса в целом, и ОАО «ЛУКОЙЛ», в частности, приоритетными для использования являются следующие функции контроллинга: планирование затрат и исчисление себестоимости, элементы планфактного анализа, трендо-

⁴ Официальный сайт ОАО «Лукойл». – Режим доступа: http://www.lukoil.ru/static_6_5id_29_.html

вый ретроспективный и перспективный анализ затрат. Данные функции должны быть объединены в один процесс контроллинга затрат.

Таким образом, сегодня управление бюджетами уже нужно понимать не только как планирование денежных средств, но и как эффективный инструмент процессно-ориентированного планирования, управления корпоративными обязательствами и производственными активами, с учётом рисков проектов, а также как инструмент повышения мотивации и согласованности деятельности всех подразделений.

Используемые источники

1. Дудин М. Н., Лясников Н. В. Менеджмент в XXI веке: сущность, проблемы и задачи // Путеводитель предпринимателя. М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2010. № 8. С. 83–92.
2. Дудин М. Н., Лясников Н. В. Корпоративное управление: Особенности современного корпоративного контроля на предприятиях // Ученые записки: роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России. Сборник научных трудов. Выпуск XIV. М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2008. С. 144–151.
3. Карминский А.М., Фалько С.Г. Контроллинг: Учебник / Под ред. А.М. Карминского, С. Г. Фалько. М.: Финансы и статистика, 2006.
4. Лясников Н.В., Дудин М.Н. Организация стратегической устойчивости в разрезе концепции развития инновационной системы стратегического корпоративного управления на предприятиях промышленности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. Москва. 2009. № 8. С. 76–79.
5. Лясников Н.В., Дудин М.Н. Обеспечение стратегической устойчивости промышленных предприятий России на основе управления экономической эффективностью производства // Модернизация. Инновации. Развитие. М.: Издательский Дом «Наука», 2010. № 1. С. 41–43.
6. Малышева Л.А. Контроллинг организационных изменений: как не утонуть в море популярных концепций: Учебное пособие. Екатеринбург: ООО «Издательство УМЦ УПИ», 2010. С. 44.
7. Теплякова Т.Ю. Контроллинг: Учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2010.

Пилат В. Б.
аспирант,
РЭУ им. Г. В. Плеханова

Методика тарификации в страховании гражданской ответственности медицинских организаций

В статье приведен критический анализ действующей методики ценообразования на услуги страховых организаций в страховании гражданской ответственности медицинских учреждений, выявлены противоречия и недостатки в вариантах построения страховых тарифов, предложены альтернативные подходы к тарификации.

Ключевые слова: медицинское страхование, гражданская ответственность в медицине, страховой тариф, страховой случай, страховое возмещение.

Tariffing technique in civil liability insurance of health organizations

The article presents a critical analysis of the current pricing technique for the services of insurance companies in the insurance of medical institutions civil liability, reveals the contradictions and shortcomings in formation of insurance tariffs, offers alternative approaches to tariffing.

Keywords: pealth insurance, civil liability in medicine, insurance tariff, insured event, insurance indemnity.

К научным основам проводимой в России реформы медицинского страхования относятся принципы и методы проектирования тарифной ставки при страховании ответственности в медицинской деятельности. Разнообразии подходов к организации такого страхования, которое действует сегодня на страховом рынке, а также планируется к внедрению в будущем, позволяет выделить его базовые формы и виды (рис. 1).

Очевидно, что для каждого вида страхования необходимо иметь сведения о вероятности наступления страхового случая или его разновидностей, оговоренных в страховом договоре. Если для добровольных видов величина страхового тарифа уже сформировалась, то для обязательной формы страхования проведение такой работы еще только планируется. Принципиально важным представляется анализ существующих подходов к формированию тарифной ставки именно для обязательного вида страхования в условиях отсутствия надежной статистики наступления страховых случаев.



Рис. 1. Формы и виды страхования ответственности в медицинской деятельности

Объектом анализа выступает пока единственная методика определения тарифа, опубликованная одновременно с проектом закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности медицинских организаций перед пациентами». Методика включает в себя несколько этапов, в процессе реализации которых обосновывается прогнозная величина страховых случаев, а на ее основании – размер страхового тарифа (рис. 2).

Первый этап включает в себя определение количества обоснованных претензий по установлению дефекта оказания медицинской помощи в случае смерти пациента и на этой основе расчета объемов деятельности комиссий по расследованию страховых случаев.

Формула для определения количества смертей представляет собой разницу показателя умерших пациентов от всех причин и показателей умерших пациентов от причин, не связанных с их лечением.

$$C_{\text{деф}} = (C_{\text{овп}} - C_{\text{вп}} - C_{\text{н}} - C_{\text{а}} - C_{\text{к}}) * 30\%, \quad (1)$$

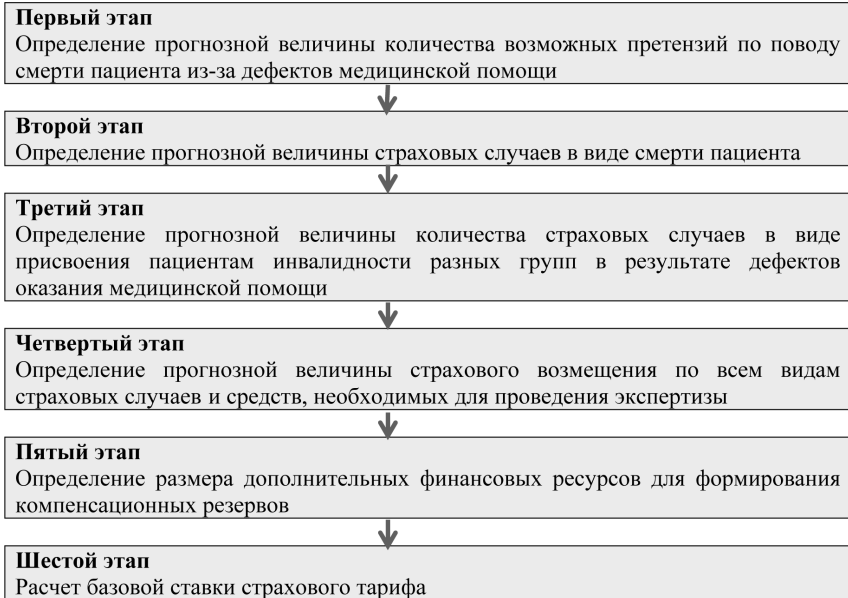


Рис. 2. Последовательность прогнозных вычислений базовой ставки страхового тарифа

где $C_{\text{деф}}$ – прогнозируемое число обоснованных претензий по установлению дефекта оказания медицинской помощи в случае смерти пациента (150 тыс. чел.);

$C_{\text{овп}}$ – количество смертей от всех причин (2010,5 тыс. чел.);

$C_{\text{вп}}$ – количество смертей от внешних причин (224,6 тыс. чел.);

$C_{\text{н}}$ – количество смертей от новообразований (СПИДа, рака, туберкулеза) (440 тыс. чел.);

$C_{\text{а}}$ – количество смертей из-за злоупотребления алкоголем (500 тыс. чел.);

$C_{\text{к}}$ – количество смертей связанных с заболеваниями, вызванными курением (330 тыс. чел.).

Конкретные значения показателей в Финансово-экономическом обосновании проекта закона взяты из обследования ОЭСР «Анализ развития системы здравоохранения в Российской Федерации», 2009 г.¹ В

¹ Пояснительная записка к проекту федерального закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности медицинских организаций перед пациентами»./ www.minzdravsoc.ru/health/modernization/3

результате получено, что обоснованных претензий по установлению дефекта оказания медицинской помощи в случае смерти пациента может быть предъявлено по 150 тыс. случаев. Однако это не означает, что 150 тыс. случаев станут именно страховыми. Прогноз количества страховых случаев определялся на втором этапе.

В качестве критических замечаний к первому этапу реализации методики отметим следующее. Некоторые значения показателей, которые представлены в финансово-экономическом обосновании, на наш взгляд, являются весьма спорными. Это касается, прежде всего, значенных показателей C_n , C_a , C_k . По данным статистического сборника «Медико-демографические показатели Российской Федерации 2009 год»², от новообразований, болезней, вызванных ВИЧ инфекцией, туберкулеза в 2009 году умерло не 440 тыс. чел, а только ≈ 323 тыс. чел., в состоянии алкогольного и наркотического опьянения – всего 45 тыс. чел, а не 500 тыс. человек (табл. 1).

Таблица 1
Смертность населения от некоторых причин в 2009 году³

Причины смерти в 2009 году	Человек
1. В состоянии алкогольного опьянения (Са)	42301
2. В состоянии наркотического опьянения	3193
3. От туберкулеза, ВИЧ, новообразований (Сн) всего	323134
в том числе:	
- от туберкулеза, включая отдаленные последствия туберкулеза	23892
- болезнь, вызванная вирусом иммунодефицита человека (ВИЧ)	5640
- от новообразований	293602

Кроме того, данные статистических сборников, отражающие тенденции изменения демографических показателей, никогда не указывают на курение как на причину смерти. То, что авторы финансово-экономического обоснования указывают на курение как на причину возникновения некоторых болезней, в конечном итоге приводящих к смерти, не должно вводить в заблуждение. Ни в одном официальном статистическом сборнике нельзя найти информацию, позволяющую с высокой степенью надежности установить перечень этих болезней. Тем более, количество смертей от этих болезней. Кроме того, наличие у пациента зависимости от курения никак не связано с возможными его

² Медико-демографические показатели Российской Федерации за 2009 год./ http://www.mzrd.ru/docs/Sbornik_demografiya_2010.pdf.

³ Составлено по: Медико-демографические показатели Российской Федерации за 2009 год./ http://www.mzrd.ru/docs/Sbornik_demografiya_2010.pdf . С. 42, 47, 70.

претензиями по поводу оказания ему медицинской помощи или получения им страхового возмещения в случае обнаружения дефектов в его лечении. Поэтому показатель S_k требует уточнения.

Кроме того, спорной, на наш взгляд, является логика авторов законопроекта, на основании которой только 30 процентов смертей от всех причин включается в итоговое количество для расчета дел, подлежащих экспертному рассмотрению. Это заключение было сделано на том лишь основании, что 70% всех смертей – это смерти людей в возрасте уже не трудоспособном, т.е. пенсионном. Вопрос, почему только смерти трудоспособного населения должны рассматриваться экспертами с целью обнаружения дефектов оказания медицинской помощи, остается пока без ответа.

Второй этап предусматривает определение количества смертей пациентов в результате ошибочных действий медицинских работников. Значение этого показателя в Финансово-экономическом обосновании приводится как экспертная величина (45–50 тыс. чел.), уменьшенная в 10 раз на том основании, что «обычно экспертные оценки превышают фактическое (доказанное) число страховых случаев в 10–15 раз»⁴. Таким образом, число смертей для определения страхового тарифа было спрогнозировано на уровне 4,5–5 тыс. случаев. Очевидно, что если уменьшить фактическое число страховых случаев не в 10, а в 15 раз можно получить иную величину – 3–3,3 тыс. случаев.

Третий этап касается определения количества инвалидностей, которые связаны с дефектами медицинской помощи. Для определения величины этого показателя разработчиками финансово-экономического обоснования применялось удвоение показателя количества смертей пациентов в результате ошибочных действий медицинских работников, т.е. 9–10 тыс. случаев (4,5 тыс. * 2 или 5 тыс. * 2).

На **четвертом этапе** определяется сумма средств, необходимых для выплаты возмещений по наступившим страховым случаям и компенсации затрат, необходимых для работы экспертных комиссий.

Для выплаты страховых возмещений, по мнению разработчиков проекта закона, необходимо резервировать 16,8 млрд. руб. Эта величина определяется по формуле 2:

$$S_B = \sum S_{B\text{ см}} + \sum S_{B\text{ ин}}, \quad (2)$$

⁴ Пояснительная записка к проекту федерального закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности медицинских организаций перед пациентами»./ www.minzdravsoc.ru/health/modernization/3

где $\sum S_{в см}$ — объем средств, необходимых для выплаты страховых возмещений в случаях смерти пациентов, наступившей в результате дефектов оказания медицинской помощи. Для проекта закона эта величина равна 2 млрд. руб. (2 млн. руб. * 4,5 тыс. страховых случаев = 9 млрд. руб.).

$\sum S_{в ин}$ — объем средств, необходимых для выплаты страхового возмещения в случаях наступления инвалидности пациентов. Для проекта закона эта величина установлена в размере 7,8 млрд. руб. В качестве обоснования именно этой величины разработчики использовали пропорцию наступления инвалидности разных групп пациентов, которая определялась по данным официальной статистики. В частности, в 2009 г. из общего числа лиц, впервые признанных инвалидами (934,1 тыс. чел.), инвалиды I группы составили 11,7%, II группы — 49,7%, III группы — 38,6%. Из общего количества пациентов, которым присвоена группа инвалидности, исключались случаи инвалидизации от внешних причин (56 тыс.), туберкулеза и злокачественных новообразований (210,6 тыс.), 497,5 тыс. случаев инвалидизации в возрасте старше трудоспособного. Таким образом, получалось, что потенциальное число претензий на признание инвалидности в результате дефекта оказания медицинской помощи может составить 170 тыс. чел. (Этот показатель обозначен как И). Далее рассчитывался размер выплаты, приходящийся на 1% страхового возмещения, а затем общий прогнозируемый размер выплат для 9 тыс. случаев в год по формуле:

$$\sum S_{в ин} = (\sum 1,5 \times 11,7\% + 1 \times 49,7\% + 0,5 \times 38,6) \times 9\,000 = 7,8 \text{ млрд. руб.}$$

Размер выплаты, приходящийся на 1% страхового возмещения, был равен 0,865 млн. руб.

Для финансирования расходов на медицинскую экспертизу по возникающим претензиям учитывалось суммарное количество возможных претензий в случае смерти пациента и в случае присвоения ему одной из групп инвалидности (формула 3).

$$C_{\text{деф}} + И = 150 + 170 = 320 \text{ (тыс. чел.)} \quad (3)$$

Однако методика расчета необходимых средств для проведения экспертиз 320 тыс. человек свелась к приближительному определению, исходя из установления количества экспертиз в неделю и стоимости одной экспертизы на каждый случай расследования. Авторы методики безо всяких обоснований предположили, что в неделю должно проводиться два комиссионных расследования страховых случаев. Следовательно, в год таких расследований должно быть 104 (52 × 2). Чтобы расследовать все 320 тыс. случаев необходима работа 3–3,5 тыс. комиссий

на районном и городском уровнях. Стоимость экспертизы по каждому страховому случаю, прогнозировалась на уровне 20 тыс. руб. Следовательно, размер средств, необходимых для проведения всех экспертиз, составил примерно 6,4 млрд. руб. в год.

Таким образом, базовая потребность финансовых ресурсов для обязательного страхования гражданской ответственности медицинских организаций перед пациентами была спланирована на уровне 23,2 млрд. руб. в год (16,8 млрд. руб. на выплату страховых возмещений плюс расходы на проведение экспертизы 6,4 млрд. руб.).

В качестве критического замечания к этому этапу методики отметим следующее. Расходы на проведение страховых экспертиз, которые осуществляются за счет страховой организации, должны включаться в так называемые Расходы на ведение дела. Они составляют ценовую, а не рисковую часть страхового тарифа. В статье 8 законопроекта отмечается, что «доля страховой премии, применяемая при расчете страховых тарифов и непосредственно предназначенная для осуществления страховых и компенсационных выплат потерпевшим, не может быть менее чем 80 процентов от страховой премии». Следовательно, в расходы на ведение дела невозможно направлять больше, чем 4,2 млрд. руб. для соблюдения пропорции, указанной в проекте закона.

На пятом этапе базовая потребность в финансовых ресурсах, по мнению разработчиков законопроекта, последовательно увеличивалась на:

- величину затрат, формируемых для создания резерва гарантий (на случай банкротства страховщика или отзыва у него лицензии);
- создание резерва текущих компенсационных выплат (на случай неисполнения страхователем обязанности по страхованию гражданской ответственности).

Отметим, что в случаях страхования других видов ответственности, например, ОСАГО, формирование этих резервов выходит за рамки нетто-ставки в структуре тарифа. В указанном виде страхования нетто-ставка составляет 77%, отчисления в резервы гарантий и компенсационных выплат составляют 3%, а расходы на ведение дела – 20%⁵. Иными словами, ценовая часть тарифа составляет 23%.

⁵ «Об утверждении страховых тарифов по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств, их структуры и порядка применения страховщиками при определении страховой премии» Постановление Правительства РФ от 8 декабря 2005 г. № 739 в ред. Постановлений Правительства РФ от 21.06.2007 N 390, от 29.02.2008 № 130, от 10.03.2009 N 225, от 13.07.2011 № 574). / <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=116915;dst=100016>

Авторы методики отметили, что отчисления на создание указанных резервов и формирование собственных средств осуществляются страховщиком за счет не более чем 15% сумм страховых взносов, т.е. $23,2 \times 15\% = 3,5$ млрд. руб. Таким образом, страховые взносы страхователей должны составить $23,2 + 3,5 = 26,7$ млрд. руб. в год.

С учетом критических замечаний по поводу распределения рисков и ценовой частей страхового тарифа, которые были сделаны для четвертого этапа анализируемой методики, 15% для создания указанных резервов должны браться не от 23,2 млрд. руб., а только от 21 млрд. руб. Следовательно, объем ресурсов для создания резерва гарантий должен составить не 3,5, а только 3,15 млрд. руб. Следовательно общая потребность в средствах должна быть не 26,7 млрд. руб., а 24,15 млрд. руб. в год.

На шестом этапе производилось два действия. Сначала определялась величина общего объема оказанной медицинской помощи за год всеми видами медицинских организаций. Для этого анализировались данные отчетности по форме № 62 «Сведения об оказании и финансировании медицинской помощи населению» за 2009 год. В соответствии с ней общий объем оказанной медицинской помощи в 2009 году составил 1178,3 млрд. руб. Эта величина корректировалась с помощью индекса-дефлятора на 2010 год, который был равен 110%. Таким образом, общая сумма расходов по прогнозу на 2010 год должна была составить 1296,1 млрд. руб.

Второе действие состояло в том, чтобы полученную прогнозную величину объема оказанной медицинской помощи на 2010 год (1296,1 млрд. руб.) разделить на прогнозную величину страховых взносов (26,7 млрд. руб.). По мнению разработчиков проекта закона, полученное значение в 2% соответствует показателю размера страхового тарифа. Если рассчитать величину страхового тарифа с учетом нашей собственной корректировки, то его значение составит 1,86% ($24,15 / 1296,1$).

Между тем, анализ показывает, что значение страхового тарифа, рассчитанное так, как это сделано в финансово-экономическом обосновании, нельзя рассматривать в качестве базовой ставки в связи со ст. 9 п. 2 проекта закона. В ней отмечается, что «базовые ставки страховых тарифов устанавливаются в зависимости от квалификации работников медицинской организации, видов оказываемой медицинской помощи, иных характеристик, существенно влияющих на вероятность причинения вреда при их использовании и на потенциальный размер причиненного вреда». Однако очевидно, что если в качестве базовой ставки рассматривать квалификацию работников медицинской организации, то при ее расчете необходимо использовать не базовый объем

оказываемой медицинской помощи, а показатель годового фонда оплаты труда специалистов определенного профиля, состоящего в штате медицинской организации, поскольку именно он может служить индикатором уровня профессиональной квалификации. Если же базовые ставки определять, исходя из *вида оказываемой медицинской помощи*, то необходимо рассчитывать их для каждого вида медицинской помощи (например, терапевтической, хирургической, офтальмологической, стоматологической и т.д.

В статье 9 проекта закона отмечается, что «страховые премии по договорам обязательного страхования рассчитываются как произведение базовых ставок и коэффициентов страховых тарифов». Полагаем, что в приведенной цитате пропущен еще один важный элемент — это исходный показатель, к которому необходимо применять указанные «базовые ставки и коэффициенты страховых тарифов». Например, если им будет объем медицинской помощи, оказанной медицинской организацией или частнопрактикующим врачом пациентам за период, предшествующий заключению договора страхования, то страховая премия (Сп), на наш взгляд, должна определяться как произведение объема оказанной медицинской помощи (Омп) на базовую ставку страхового тарифа (Тб) и на поправочные коэффициенты (см. формулу 4).

$$Сп = Омп \times Тб \times \prod K . \quad (4)$$

Если в качестве исходного показателя будет принят уровень квалификации медицинского персонала, то страховая премия будет определяться по формуле (5):

$$Сп = ФОТ \times Тб \times \prod K . \quad (5)$$

где ФОТ — годовой фонд оплаты труда всего медицинского персонала или исключительно врачебного персонала.

В пункте 3 статьи 9 проекта закона перечислены коэффициенты, которые должны учитываться при определении страховой премии, и которые устанавливаются в зависимости от:

- а) характеристик используемых медицинской организацией медицинских технологий;
- б) наличия или отсутствия страховых выплат, произведенных страховщиками в предшествующие периоды при осуществлении обязательного страхования гражданской ответственности данной медицинской организации перед пациентами;
- в) характеристик используемого медицинской организацией медицинского оборудования;

г) длительности периода осуществления медицинской организацией медицинской деятельности;

д) иных существенно влияющих на величину страхового риска обстоятельств.

Кроме них, предусматриваются коэффициенты, которые влияют на величину страховой премии при продлении договоров страхования. Они применяются, если будет установлено, что

- страхователь сообщил страховщику заведомо ложные сведения о запрошенных им обстоятельствах, влияющих на страховую премию по договору обязательного страхования, что повлекло за собой ее уплату в меньшей сумме по сравнению с той суммой, которая была бы уплачена при сообщении медицинской организацией достоверных сведений;
- страхователь причинил вред при обстоятельствах, явившихся основанием предъявления регрессного требования.

При этом отмечается, что максимальный размер страховой премии по договору обязательного страхования не может превышать трехкратный размер базовой ставки страховых тарифов, а при применении коэффициентов, установленных в соответствии с частью 3 статьи 9, — ее пятикратный размер.

Рассмотренный подход к установлению базового страхового тарифа завершается в финансово-экономическом обосновании прогнозом, суть которого сводится к следующему. «Риском для нового вида страхования, учитываемая, что информация о дефектах оказания медицинской помощи, приводящих к смерти и инвалидности пациента, в настоящее время отсутствует, является возможное приближение числа доказанных страховых случаев к экспертным оценкам. В этом случае базовый тариф на обязательное страхование гражданской ответственности медицинских организаций перед пациентами может возрасти до 15%, а предоставление скидок страхователям и введение новых видов страховых случаев отложены на долгосрочную перспективу»⁶. Напомним, что экспертными оценками страховых случаев являлись 45–50 тыс. смертей пациентов в результате дефектов оказанной медицинской помощи и 90–100 тыс. случаев инвалидизации пациентов.

Предложенный в настоящей статье критический анализ подхода к методическому обеспечению тарификации при страховании гражданс-

⁶ Пояснительная записка к проекту федерального закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности медицинских организаций перед пациентами»./ www.minzdravsoc.ru/health/modernization/3

кой ответственности медицинских организаций показывает его многочисленные спорные аспекты. Однако наиболее демонстративными они становятся при определении масштаба страховой премии, которую придется уплачивать медицинским организациям в случае принятия именно такого размера страхового тарифа. По данным Федеральной службы статистики РФ, на финансирование больничных учреждений в виде медицинских стационаров, например, в Москве в 2011 году было израсходовано 103 181 378,900 тыс. руб.⁷ Всего больничных учреждений такого типа здесь зарегистрировано 232 единицы. Следовательно, годовой оборот одного больничного учреждения в Москве в среднем колеблется в пределах 444 747, 32 тыс. руб. Два процента от годового оборота — это 8894,95 тыс. руб. То есть больше восьми миллионов рублей страховой премии в среднем ежегодно должны будут уплачивать больничные стационары, если предположить, что закон об обязательном страховании гражданской ответственности медицинских организаций перед пациентами будет принят. Такая большая страховая премия составляет примерно 180% стоимости всех страховых случаев, которые предусмотрены проектом закона (2 млн. руб. при смерти пациента, и 3 млн. руб. в случае определения пострадавшим пациентам всех трех групп инвалидности одновременно). Очевидно, что если страховая премия будет так высока, для крупных больничных учреждений страхование будет крайне невыгодно, если не сказать, что разорительно. Более привлекательным способом управления риском для них станет содержание годового депозита такого же размера в банке. Депозит будет служить финансовой гарантией выполнения больничным учреждением своих обязательств в случае допущения персоналом врачебных ошибок, вследствие которых пациент либо умрет, либо получит группу инвалидности. Помимо того, что банковский депозит такого объема никогда не замораживает финансовые средства лечебного учреждения, он еще и приносит годовой доход от своего размещения. В отличие от него страховая премия по обязательному виду страхования безвозвратна для страхователя. Если страховой случай, указанный в законе (договоре страхования), не наступает, деньги на счет медицинской организации не возвращаются.

Некоторые эксперты предлагают несколько более скромные прогнозы относительно размера страховой премии. По расчетам директора Института проблем общественного здравоохранения Ю. Крестинс-

⁷ Информация получена на основе анализа формы 62 «Сведения об оказании и финансировании медицинской помощи населению» за 2011 год. Платный заказ информации в коммерческом отделе Росстат РФ.

кого, крупные больницы будут платить ежегодно за страховку 2–3 млн. руб., мелкие – по 400 000 руб.⁸ Наши исследования показывают, что оценка эксперта относительно крупных больниц может быть подвергнута сомнению.

Например, клиническая больница им. Соколова (ранее – ЦМСЧ №122) в Санкт-Петербурге – федеральная структура, находящаяся на балансе Минздрава. Ее годовой оборот, по данным одного из ее руководителей, в 2010 году составил 1,8 млрд. руб.⁹ Около половины доходов клиники приходится на бюджетное финансирование, 20% – на добровольное медицинское страхование и 30% – на платные услуги. При тарифе в 2% страховая сумма по страхованию гражданской ответственности данного медицинского учреждения может составить 36 млн. руб. в год. В этой связи отметим, что в США аналогичные крупные производители медицинских услуг (например, Администрация по делам ветеранов, Больничная корпорация Йорка и др.) вообще не страхуют свою ответственность перед пациентами. Они находятся в режиме самострахования. Затраты по возмещению ущерба пострадавшим пациентам, в случае их возникновения, покрываются из бюджета Правительства, становясь частью общего объема годовых затрат больничного учреждения.

Очевидна необходимость в разработке альтернативной методики расчета страховой премии, которая могла бы применяться при тех же условиях страхования, какие предлагаются в анализируемом законопроекте.

Используемые источники

1. Пояснительная записка к проекту федерального закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности медицинских организаций перед пациентами»/ www.minzdravsoc.ru/health/modernization/3
2. Медико-демографические показатели Российской Федерации за 2009 год. / http://www.mzrd.ru/docs/Sbornik_demografiya_2010.pdf.
3. Архипов А.П., Хоминич И.П., Челухина Н.Ф. Развитие медицинского страхования в Российской Федерации. LAP LAMBERT Academic Publishing, Deutschland, 2013.
4. Иваницкая Н., Максимов Н. За ошибки врачей заплатит государство – если пациенту удастся убедить чиновников / http://ora.ffoms.ru/portal/page/portal/top/about/anons/obzor_smi/newsweek_05092010

⁸ Иваницкая Н., Максимов Н. За ошибки врачей заплатит государство – если пациенту удастся убедить чиновников./ http://ora.ffoms.ru/portal/page/portal/top/about/anons/obzor_smi/newsweek_05092010

⁹ Карчик Г. Neva 24. 09 августа 2011. / http://www.neva24.ru/a/2011/08/09/V_Peterburge_v_122-0j_MSCH/

Поляков В. Л.
аспирант,
Российская академия предпринимательства

Формирование алгоритма взаимодействия предпринимательских структур с использованием лизинга

В статье показана последовательность формирования алгоритма взаимодействия предпринимательских структур с использованием лизинга. Алгоритмизация взаимодействия предпринимательских структур изложена с позиции лизингополучателя.

Ключевые слова: лизинг, алгоритмизация, взаимодействие, предпринимательские структуры, основные производственные фонды, инфраструктурное обеспечение.

Formation algorithm for interaction with business organizations leasing

In article the sequence of formation of algorithm of interaction of enterprise structures with leasing use is shown. Algorithmization of interaction of enterprise structures is stated from a position lessee.

Keywords: leasing, algorithmization, interaction, enterprise structures, the basic production assets, infrastructural maintenance, lessee, lessor.

За последние годы популярность лизингового инструментария постоянно растет, тому прямое свидетельство и рост объемов лизингового рынка, и количество научно-практических публикаций, посвященных тематике лизинга. Кроме этого, в пользу выбора лизинга, по мнению Огнева Д.В., свидетельствуют следующие факты¹:

- во-первых, быстрый моральный и физический износ основных производственных фондов, что требует регулярного проведения их модернизации, а значит, постоянные дополнительные инвестиции, в результате чего стоимость фондов возрастает, а их эффективность не показывает столь же значительного прироста;
- во-вторых, для полноценного проведения ремонта и модернизации основных производственных фондов необходимо, чтобы предприятие обладало собственными ремонтными подразделениями, при этом содержание ремонтных подразделений может

¹ Огнев Д.В. Развитие лизинга в системе воспроизводства основных фондов: автореферат дисс. доктора экон. наук. М., 2010. С. 16.

в несколько раз превышать стоимость основных производственных фондов;

- в-третьих, содержание собственного ремонтного подразделения автоматически означает удорожание конечной продукции предприятия, и, соответственно, возможную утрату конкурентных преимуществ.

Кроме этого, среди стимулов и мотивов использования лизингового финансирования инфраструктурного обеспечения деятельности предприятия можно выделить один основной стимул – сохранение устойчивости социально-экономического роста. И в этом аспекте, по мнению Вакс И.В., лизинг является одной из основных стабилизирующих сил развития предпринимательской структуры наряду с собственными и иными долгосрочными заемными средствами. Напротив, приобретение объектов инфраструктурного обеспечения за счет собственных источников финансовых ресурсов, либо за счет коммерческого кредита можно рассматривать как дестабилизирующую силу².

При этом, как указывает И.В. Вакс, лизинговые обязательства необходимо рассматривать как обязательства более высокого качества, нежели кредиторская задолженность (коммерческий кредит) или кредит коммерческого банка. Более высокое качество лизинговых обязательств образует «лизинговую защиту»³.

Смысл лизинговой защиты состоит в том, что относительно высокий удельный вес лизинговых обязательств в общей сумме долгосрочных обязательств позволяет предпринимательской структуре (за счет гибкого и адаптивного механизма лизинговых схем) маневрировать иным капиталом предприятия (собственным и заемным). Это в свою очередь обеспечивает достаточную ликвидность активов, платежеспособность предприятия, его финансовую устойчивость, т.е. это характеризует высокое качество социально-экономического роста (его устойчивость). Поэтому для наиболее получения полного эффекта от использования лизинга представляется необходимым разработать специальный алгоритм взаимодействия предпринимательских структур.

Под алгоритмом лизинга мы будем понимать последовательное исполнение действий двух основных контрагентов: лизингодателя и лизингополучателя, которые направлены на достижение основной цели: финансирование объектов инфраструктурного обеспечения за счет

² Вакс И.В. Лизинговый механизм повышения экономической устойчивости холдинга: автореферат дисс... канд. экон. наук. М., 2007. С. 12.

³ Там же. С. 15.

использования различных схем финансовой аренды. Стоит отметить, что с точки зрения семантического происхождения термина «алгоритм» последовательное исполнение действий, т.е. шагов алгоритма, всегда конечно. Поэтому алгоритм в отличие от иных способов формализации можно рассматривать как оптимальный инструментарий, применимый к различным областям человеческой деятельности, в том числе и к управлению лизинговыми отношениями предпринимательских структур.

Мы считаем, что для лизингополучателя наиболее важно иметь алгоритмизированное представление о процессе лизинговых сделок, т.к. такие сделки для лизингополучателя могут носить однократный характер. В свою очередь лизингодатель, регулярно участвуя в указанных схемах финансирования объектов инфраструктурного обеспечения, в полной мере обладает представлением о сущности лизинговых сделок.

Поэтому нам представляется наиболее верным рассматривать алгоритмизацию взаимодействия предпринимательских структур на основе лизинга с позиции лизингополучателя. Такой подход обусловлен еще и тем, что лизингополучатель несет прямую и опосредованную основную материальную ответственность по договору лизинга, т.к. все денежные потоки у лизингодателя формируются именно за счет своевременного перечисления лизинговых платежей лизингополучателем.

Ниже на рисунке 1 представлен алгоритм взаимодействия предпринимательских структур на основе лизинга.

Данный алгоритм включает шесть последовательно выполняемых шагов. На первом шаге лизингополучатель формирует реестр первоначальных данных о потребностях в объектах инфраструктурного обеспечения. На данном шаге два действия выполняются параллельно: рассчитывается потребность в объектах инфраструктурного обеспечения и рассчитывается способность предпринимательской структуры их финансировать.

Кроме этого в рамках исследования способностей финансирования объектов инфраструктурного обеспечения рассматриваются и возможные риски, в первую очередь, связанные с заемным финансированием.

Следующий шаг — формирование основного реестра потенциальных лизингодателей. После того как сформирован основной реестр потенциальных лизингодателей лизингополучателю необходимо установить приоритет каждого лизингодателя на основании трех основных параметров:

1. Стоимость объектов инфраструктурного обеспечения (предмета лизинга).
2. Наличие технических гарантий по договору лизинга.
3. Наличие финансовых гарантий по договору лизинга.



Рисунок 1. Алгоритм взаимодействия предпринимательских структур на основе лизинга ⁴

Нам представляется, что наиболее верной формой определения приоритета в выборе лизингодателя является матричная форма, которая представлена ниже в таблице 1. Каждый потенциальный лизингодатель рассматривается лизингополучателем с точки зрения высокого,

⁴ Разработано автором.

**Матрица расстановки приоритетов в выборе лизингополучателем
потенциального лизингодателя ⁵**

Стоимость объекта инфраструктурного обеспечения в лизинге	Наличие технических гарантий	Наличие финансовых гарантий	Приоритет
Нормальная или оптимальная по сравнению с иными предложениями	Имеют место быть технические гарантии	Имеют место быть финансовые гарантии	ВЫСОКИЙ
Нормальная или оптимальная по сравнению с иными предложениями	Имеют место быть технические гарантии	Минимальные или отсутствуют финансовые гарантии	СРЕДНИЙ
Нормальная или оптимальная по сравнению с иными предложениями	Минимальные или отсутствуют технические гарантии	Имеют место быть финансовые гарантии	
Неоптимальная по сравнению с иными предложениями	Имеют место быть технические гарантии	Имеют место быть финансовые гарантии	НИЗКИЙ
Неоптимальная по сравнению с иными предложениями	Минимальные или отсутствуют технические гарантии	Имеют место быть финансовые гарантии	
Неоптимальная по сравнению с иными предложениями	Минимальные или отсутствуют технические гарантии	Минимальные или отсутствуют финансовые гарантии	

среднего и низкого приоритета. Высокий приоритет имеют лизингодатели, у которых стоимость приобретаемого предмета лизинга оптимальная (нормальная) по сравнению с иными лизингодателями, а также имеют место быть технические и финансовые гарантии. Средний приоритет имеют лизингодатели, у которых стоимость предмета лизинга рассматривается как нормальная или оптимальная, при этом отсутствуют либо дополнительные технические, либо дополнительные финансовые гарантии.

Очевидно, что стоимость предмета лизинга (объектов инфраструктурного обеспечения) в рамках лизинговой сделки, осуществляемой двумя предпринимательскими структурами, мы рассматриваем как ключевой показатель или как «... объективный критерий оценки лизинговой сделки...»⁶.

⁵ Разработано автором.

⁶ Рябчук П.Г. Особенности методик эффективности оценки лизинга // Вестник Омского университета. 2012. № 3. С. 364–367.

После того необходимо определить рейтинг каждого из потенциальных лизингодателей. Для этого можно воспользоваться методом парных сравнений с простой целочисленной шкалой оценок. Потенциальный лизингодатель, набравший наибольшее количество баллов (имеющий наивысший рейтинг) определяется как основной контрагент для заключения лизинговой сделки. В том случае, если потенциальный лизингодатель по каким-либо объективным причинам не может принять участие в лизинговой сделке, то лизингополучатель рассматривает следующих потенциальных лизингодателей – имеющих средний рейтинг.

Следует отметить, что лизингодатели, чей рейтинг оценивается ниже среднего или как минимальный, к дальнейшему рассмотрению в качестве контрагентов лизинговой сделки лизингополучателем не принимаются. В том случае если иные кандидатуры лизингодателей также не могут быть приняты к рассмотрению в качестве контрагентов сделки, лизингополучателю рекомендуется пересмотреть реестр потенциальных лизингодателей.

Последний шаг алгоритма – это создание программы взаимодействия между лизингодателем и лизингополучателем. Данная программа в своей основе содержит договор (лизинговый контракт). Лизинговый контракт в правовом аспекте основывается на Федеральном законе «О финансовой аренде (лизинге)»⁷, Экономический аспект лизингового договора представляет собой инвестиционный процесс, направленный на формирование инфраструктурного обеспечения лизингополучателя при непосредственном взаимодействии его с лизингодателем и опосредованном взаимодействии с поставщиком предмета лизинга (объекта инфраструктурного обеспечения).

Итак, алгоритм взаимодействия предпринимательских структур с использованием инструментария финансового лизинга представляет собой особую конструкцию частного случая инвестиционного процесса, предполагающее последовательное исполнение совокупности действий, направленных на решение задач межфирменной кооперации и достижение цели в виде получения трехсторонних экономических выгод. Каждая из сторон, участвующих в лизинговой сделке имеет собственные цели и собственные интересы, но при этом кооперирование дает возможность получить экономические (в отдельных случаях и неэкономические) эффекты, влияние которых заключается не в суммировании, но в умножении.

⁷ Федеральный закон от 29.10.1998 № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (в редакции от 08.05.2010 № 83-ФЗ).

Таким образом, мы можем говорить о том, лизинговый алгоритм, представляющий собой активное предпринимательское взаимодействие, как минимум, трех сторон (лизингодателя, лизингополучателя, поставщика предмета лизинга) характеризуется синергетической эффективностью.

Используемые источники

1. Федеральный закон от 29.10.1998 № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (в редакции от 08.05.2010 № 83-ФЗ).
2. Вакс И. В. Лизинговый механизм повышения экономической устойчивости холдинга: автореферат дисс... канд. экон. наук. М., 2007.
3. Горфинкель В. Я. Экономика предприятия. М.: Юнити-Дана, 2010.
4. Канцер Ю. А. Финансовая аренда — необходимое условие успешного внедрения экономических инноваций // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. № 1. С. 190—192.
5. Кирсанова Е. А. Методические основы эффективного развития химических предприятий с использованием лизинга: автореферат дисс... канд. экон. наук. М., 2011.
6. Огнев Д. В. Развитие лизинга в системе воспроизводства основных фондов: автореферат дисс. доктора экон. наук. М., 2010.
7. Рябчук П. Г. Особенности методик эффективности оценки лизинга / Вестник Омского университета. 2012. № 3. С. 364—367.

Сальникова К. Х.
аспирант,
Российская академия предпринимательства,
специалист операций на финансовых рынках,
ОАО «Дойче Банк»

Особенности торговли на срочном рынке опционами — одним из видов производных финансовых инструментов

В статье представлены главные особенности торговли одного из самых распространенных видов производных финансовых инструментов, а именно опционами. Подробно представлено понятие опциона, а также особенности покупки или продажи базового актива опциона. Рассмотрены основные стили опционов, их классификация, подчеркнуты особенности опционной торговли на срочном рынке России.

Ключевые слова: опцион, опцион «call», опцион «put», премия опциона, страйк, Европейский опцион, Американский опцион, цена исполнения опциона.

The main features of option trading on the futures market as type of derivative financial instruments

The article is considering the main characteristic of trading one the most popular types of derivative financial instruments, exactly options. The main conception of option trading, including features and difference between «call» and «put» options are considering in this article. There are describes the main options styles, it`s classification and different properties of option trading on the futures market.

Keywords: option, «call» option, «put» option, option premium, strike, European option, American option, exercise price.

Опционы в последнее время все более популярны среди профессиональных игроков и частных инвесторов. Кроме традиционных стратегий игры, на рынке опционы широко используются для страхования игроками своих позиций, а также для реализации арбитража, то есть игры на ценовых дисбалансах. Суть опциона заключается в том, что один из игроков продает опцион, а другой покупает его, тем самым, приобретая право в течение оговоренного срока либо купить, либо продать по фиксированной цене определенное количество базисного актива (например, акции или товар) продавцу опциона. Обязанностей совершать сделку у покупателя опциона не возникает.

Опцион (лат. *optio* – выбор, желание, усмотрение) – договор, согласно которому потенциальный покупатель или потенциальный продавец актива (товара, ценной бумаги) получает право, но не обязательство, совершить покупку или продажу данного актива по заранее оговоренной цене в определенный договором момент в будущем или на протяжении определенного отрезка времени. При этом продавец опциона несет обязательство совершить ответную продажу или покупку актива в соответствии с условиями проданного опциона ¹.

Биржевая торговля опционными контрактами берет свое начало лишь с 1973 года. С того момента, когда Чикагская Торговая палата запустила торговлю опционами в рамках специально созданного своего нового подразделения – Чикагской Биржи опционов. Однако внебиржевая торговля опционами существовала и раньше. Первым упоминанием об опционной сделке является история древнегреческого философа Фалеса, поведенная Аристотелем. Прогнозируя богатый урожай оливок Фалес купил права на использование давилин у их владельцев, которые были рады переложить на чужие плечи весь риск, связанный с будущими ценами на оливки. И в последствии, при увеличении спроса, переуступил права на услуги давилин, заработав на этом прибыль. Таким образом, Фалес реализовал первый в истории опцион «call». Его потенциальные риски в этой сделке ограничивались лишь авансовым платежом.

Опцион – это разновидность производных финансовых инструментов. Обычно выделяют 2 типа опционов: опционы купли или «call» опционы, которые дают право купить базовый актив, и опционы продажи или «put» опционы ². Покупатель «call» опциона имеет право потребовать в оговоренную дату продажи определенное количество акций или другого актива по той цене, которая была обусловлена в момент заключения договора, называемая премией опциона или ценой опциона. Она включает в себя 2 основных момента: внутреннюю стоимость и временную стоимость. Временная стоимость со временем убывает, достигая 0 к дате исполнения. Соответственно, премия учитывает только внутреннюю стоимость. Покупатель «put» опциона наоборот, имеет право продать актив по заданной цене в заданный момент времени. В любом случае получается, что продавец несет бесконечно большой риск, ведь цена может

¹ Вебинар: «Опционы: фундаментальные понятия» – 29.05.2013.

² Инвестиции, финансы, трейдинг – <http://rutrading.com>: URL: <http://rutrading.com/stati/natchinayuschim/optiony-na-fyuchersy-tchast-3.html> (дата обращения 21.05.2013).

как бесконечно увеличиться, так и резко снизиться. Покупатель в этом случае имеет возможность значительно выиграть, а его риск равняется той сумме денег, которая уплачивается продавцу за опцион. Цены на опционы зависят от множества факторов, их анализ и составляет суть деятельности для портфельного менеджера. Сегодня базисными активами по опционам могут быть биржевые акции и фондовые индексы, иностранные валюты, казначейские векселя, государственные облигации и даже фьючерсные контракты.

Наиболее распространены опционы двух стилей — американские и европейские. Европейские опционы отличаются заранее установленной датой исполнения. Американские опционы могут быть предъявлены к исполнению в любой момент времени до фиксированной крайней даты истечения контракта. Вместе с тем, издержки сделок закрытия часто ниже, чем издержки, связанные с исполнением опционов.

В зависимости от обстановки на рынке, инвестор может открыть длинную позицию по опциону «call» — купив опцион «call», и открыть короткую позицию — продать опцион. В случае покупки, инвестор приобретает право купить инструмент в основе опциона, по определенной цене исполнения до дня, в который истекает срок опциона. Премия, уплаченная при открытии длинной позиции по опциону «call» — это максимальный риск, которому подвергается владелец опциона. В то же время, максимальная прибыль теоретически не ограничена, и зависит от того, насколько вырастет цена инструмента в основе опциона по отношению к цене исполнения, в случае, если цена этого инструмента в основе опциона растет, то ценность длинной позиции по данному опциону, соответственно, увеличивается, поскольку его владелец имеет право купить этот инструмент по цене исполнения более низкой, чем текущая. Если инвестор решает продать опцион «call» он продает право купить инструмент в основе опциона по определенной цене исполнения до окончания торгового дня, в который истекает срок опциона. Максимальные потери в этом случае не ограничены и зависят от того, насколько цена инструмента в основе опциона превысит цену исполнения. Если же цена инструмента в основе опциона «call» поднимается выше цены исполнения, то возникает риск того, что покупатель опциона захочет реализовать свое право на покупку соответствующих бумаг. С опционом «put» ситуация прямо противоположная.

Если инвестор покупает опцион «put», то он считает, что через определенное время цена базового актива окажется ниже, чем цена исполнения опциона, называемая страйк (strike). При подобном раскладе инвестор исполнит опцион и получит прибыль в размере разницы

между ценой исполнения опциона и ценой базового актива в момент исполнения. Но при этом, в расходы следует отнести стоимость самого опциона и премию, то есть цену опциона, заплаченную при его покупке. В случае же, если воплотиться иной сценарий развития ситуации и цена базового актива окажется выше страйка, инвестор имеет право не исполнять опцион, в таком случае он терпит только убытки по премии.

В случае, если инвестор покупает опцион «call» или «put», он изначально рискует только стоимостью, заплаченной за данный опцион премией, если ситуация сложится не так, как рассчитывал инвестор открывая позицию. В случае же, если инвестор продает опцион «call» или «put», он принимает на себя больший риск, поскольку в такой ситуации решение об исполнении и неисполнении опциона принимает другая сторона – покупатель. В этом случае, все возможные риски теоретически могут быть неограниченными.

Продажа опциона «call» часто используется в сложных инвестиционных стратегиях в качестве страхующей составляющей. Продавая опцион «call» инвестор рассчитывает на снижение цены и базового актива, а также на то, что базис не вырастет выше страйка, проданного опциона «call». Доход от данной операции ограничивается премией опциона, но риски могут быть не ограничены, в том случае, если цена базового актива будет расти выше страйка³.

Начинающим участникам рынка лучше формировать позиции на основе «call» опционов, ведь в этом случае, хотя и есть риск потерять сумму уплаченной премии, все же этот риск ограничен этой суммой. Продавец же опциона обязан продать покупателю базовый актив, лежащий в основе опциона по фиксированной цене исполнения, при этом ему остается лишь премия. Бесконечный риск может обойтись продавцу опциона очень дорого и поэтому, многие эксперты не рекомендуют неквалифицированным инвесторам продавать опционы без покрытия. Если купить под проданный опцион существующую акцию на рынке, то риски заметно снизятся.

Наблюдая за объемами торгов опционными контрактами на мировых срочных рынках напрашивается вывод, что опционы весьма востребованный финансовый инструмент. В отличие от прочих производных инструментов, опцион представляет собой не обязательство, а возможность реализации тех или иных прав. Кроме того, при совершении сделки с опционом, достаточно располагать лишь средствами, не-

³ Коллективный блог трейдеров – <http://smart-lab.ru>: URL: <http://smart-lab.ru/blog/124999.php> (дата обращения 02.06.2013).

обходимыми для уплаты премии по контракту, которая, как правило, составляет лишь небольшую часть его полной стоимости, что, конечно же, очень широко используется инвесторами. Так как по сути, позволяет использовать финансовый рычаг. Таким образом, опцион является инструментом, с помощью которого можно построить стратегию с неограниченным размером потенциальной прибыли и фиксированным, заранее известным, размером потенциальных убытков.

Вопрос исполнения опционного контракта также очень важен для инвестора. Есть два типа опциона: с физической поставкой базисного актива и с расчетом за наличные. Единица торговли опционом с физической поставкой — это то количество актива, которое является объектом приобретений или продажи после исполнения опционного контракта. Расчетный опцион дает его держателю право получить платеж наличными, основанный на разнице между значением базисного актива в момент исполнения опциона, или расчетной ценой исполнения и ценой исполнения опциона. Цена исполнения расчетного опциона — это и есть основа для определения суммы, которую держатель опциона имеет право получить при исполнении опциона, если это событие произойдет ⁴.

Опционы — очень интересный инструмент для всех игроков срочного рынка: для спекулянтов, хеджеров и для арбитражеров. Спекулянты, с помощью опционов имеют возможность получить очень высокую прибыль и очень высокую доходность на большом движении цены базового актива. С точки зрения хеджеров, опцион является одним из наиболее интересных и наиболее удобных инструментов для страхования своих рисков, потому что эти инструменты более гибкие, чем например фьючерсные контракты. Арбитражеры с помощью опционов или комбинации портфеля из опционов и фьючерсов могут строить всевозможные синтетические позиции и синтетические портфели, и за счет этих портфелей получать арбитражную прибыль.

Основной рынок опционов в России — это срочный рынок ФОРТС, срочный рынок РТС. Здесь сосредоточены основные игроки, которые совершают операции с живыми инструментами в России, но также существует и внебиржевой рынок этих инструментов, который в свою очередь намного менее прозрачен, поэтому о нем судить довольно-таки

⁴ Coattail Investor/Investopedia — <http://www.coattailinvestor.com>: URL: http://www.coattailinvestor.com/?utm_source=Investopedia&utm_medium=Banner&utm_content=WelcomesAd&utm_campaign=StocksWarrenOwns

тяжело. Рынок опционов, на данном этапе его развития в России, в РТС сравнивают с рынком акций второго эшелона, так как количество инструментов, которые торгуются в торговой системе очень велико, то есть оно может колебаться в зависимости от периода времени – от 400 до 600 инструментов, поэтому очень часто на рынке опционов приходится ждать удобных цен и удобных котировок.

Можно сказать, что на текущий момент рынок опционов не настолько ликвиден, как рынок фьючерсов или рынок акций, но тем не менее – это наиболее растущий сегмент, пожалуй, из всего биржевого финансового рынка в России и тренды его роста впечатляют.

Терехова Т. А.
кандидат экономических наук,
ЧОУ ВПО «Институт социальных
и гуманитарных знаний»

Учет финансовой аренды в соответствии с МСФО

В статье рассматриваются особенности учета финансовой аренды с точки зрения МСФО 17 «Аренда».

Ключевые слова: лизинг, финансовая аренда, МСФО, основные средства.

Accounting for Finance Lease in accordance with IFRS

The article considers the peculiarities of the account of financial lease in terms of IAS 17 «Leases».

Keywords: Lease, Finance Lease, IFRS, Fixed Assets.

Необходимость сделать финансовую отчетность понятной в разных странах, в разных правовых системах стала предпосылкой создания системы МСФО, и сегодня они приняты в качестве основного инструмента реформирования российского бухгалтерского учета [4]. Наряду с преимуществами международные стандарты имеют ряд недостатков. Так, по одному и тому же объекту учета системой МСФО может предусматриваться множество альтернативных решений, то есть отчетность нескольких компаний, составленная по ним, может оказаться несопоставимой [7]. Поэтому вопрос совершенствования МСФО 17 «Аренда» остается открытым, о чем говорят материалы сайта Комитета по МСФО [8].

Стандарт МСФО 17 «Аренда» рассматривает аренду в рамках двух типов: аренды, которая создает внеоборотные активы и долгосрочную задолженность, и аренды, которая не создает их. МСФО 17 определяет учетную политику и раскрывает требования по отношению к арендатору и арендодателю в отношении операционной и финансовой аренды. В России стандарт, регулирующий учет аренды и лизинга, пока еще не утвержден [9], однако текст МСФО на русском языке представлен на сайте Минфина РФ в виде документов МСФО [9].

Формирование информации об имуществе, находящемся в организации по договору лизинга, в рыночных условиях развития экономики приобретает стратегически важный характер как для экономического субъекта, так и для его контрагентов, государства и других заинтересованных пользователей отчетности. Лизинг представляет собой постепен-

ное превращение определенной доли активов (финансовых средств) в средства производства, используемые в предпринимательских целях.

Бухгалтер при учете операций по договору аренды должен четко определить, имеет ли место финансовая аренда или операционная. Одним из таких основных критериев по МСФО 17 «Аренда» является общая сумма (минимальная общая сумма), выплачиваемая по договору аренды. В связи с этим рассчитываются минимальные арендные платежи – платежи на протяжении срока аренды, которые требуются или могут быть затребованы от арендатора, за исключением условной арендой платы, оплаты услуг и налогов, выплачиваемых арендодателем и возмещаемых ему, вместе с любыми суммами, гарантированными арендатором или стороной, связанной с арендатором (для арендатора) или любой остаточной стоимостью, гарантированной арендодателю кем-либо (для арендодателя).

Параграфы 10 и 11 МСФО 17 содержат примерные ситуации, в которых аренда считается финансовой либо может считаться таковой:

- по окончании срока договора актив переходит в собственность арендатора; арендатор имеет право купить актив по цене, значительно меньшей, чем ожидается на дату возникновения права на такую покупку, а на дату начала срока аренды достаточно очевидно, что покупка состоится;
- срок аренды покрывает большую часть срока экономической службы актива, при этом право собственности на актив может не переходить арендатору;
- на начало срока аренды стоимость минимальных арендных платежей как минимум почти равна справедливой стоимости арендуемого актива; и некоторые другие [5].

Из вышеперечисленных признаков российской практика отвечает далеко не всем приведенным условиям.

Важное место в международных стандартах занимает понятие срока экономической службы, т.е. периода, на протяжении которого ожидается, что актив будет экономически использоваться одним или несколькими пользователями; или количество товара или аналогичных изделий, которое продолжительно будет получено от актива одним или несколькими пользователями. В этом отношении отечественные правила совпадают с МСФО.

Срок полезной службы (полезного использования) – это расчетный оставшийся срок от начала аренды, не ограниченный ее окончанием, в течение которого предприятие, использующее актив в настоящее время, ожидает получения заключенных в активе экономических

выгод. Срок полезного использования относится к ситуации, ожидаемой арендатором. Срок экономической службы относится к активу, несмотря на то, что арендатор может быть лишь подразумеваемым пользователем. Поэтому срок полезного использования может быть больше срока аренды, но не превышать срок экономической службы.

Арендатор должен отражать финансовую аренду в качестве актива и обязательства в бухгалтерском балансе по суммам, равным на начало срока аренды справедливой стоимости арендуемого имущества, или, если она ниже, то по дисконтированной стоимости минимальных арендных платежей. При расчете текущей стоимости минимальных арендных платежей коэффициентом дисконтирования является процентная ставка, заложенная в аренду, если ее возможно измерить. Если процентную ставку измерить нельзя, то следует использовать приростную ставку процента на заемный капитал, т. е. ставку процента, которую арендатору пришлось бы платить по аналогичной аренде или ставку на начало срока аренды, которую арендатор должен был бы платить за заемные средства, полученные на такой же срок и при том же обеспечении, в объеме, необходимом для покупки актива.

Финансовая аренда вызывает амортизационные расходы для актива и финансовые расходы для каждого учетного периода. Амортизационная политика для арендованных активов должна соответствовать той, которая используется для собственных активов. Если нет объективной уверенности, что арендатор получит право собственности к концу срока аренды, актив должен быть полностью амортизирован на протяжении самого короткого из двух сроков: аренды или полезной службы. В российской практике данная ситуация разрешается иначе: если нет определенности о переходе права собственности, то имущество просто остается на балансе лизингодателя, то есть расходы по амортизации роли не играют.

В течение финансовой аренды начисляется амортизация арендованного имущества в соответствии с МСФО 16 «Основные средства», которое предусматривает использование любого из четырех возможных способов, но аналогично собственным активам. Со временем стоимость основного средства снижается, происходит его физический и моральный износ. В МСФО амортизация трактуется как распределение стоимости актива, подлежащего амортизации, между учетными периодами в течение срока его полезной службы. Для расчета расходов по годовой амортизации требуется наличие следующих составляющих: первоначальная стоимость (стоимость, заменяющая ее в результате переоценки), ликвидационная стоимость и срок полезного использования.

МСФО 16 предлагает методы начисления амортизации: равномерное начисление (прямолинейное списание); метод уменьшаемого остатка; метод списания стоимости пропорционально какому-либо критерию (объем выполненных работ, объем произведенной продукции); метод суммы чисел лет срока полезного использования.

Основное отличие международных стандартов от российской практики состоит в способе оценки имущества и обязательств, который необходимо применить в процессе учета. Основная цель формирования отчетной информации сегодня – не столько выражение достоверности прошлых событий, сколько представление информации, характеризующей финансовое состояние предприятия в любой момент, то есть реальную стоимость его активов и пассивов. Согласно этой цели проводки по учету финансовой аренды у лизингополучателя в соответствии с МСФО 17 «Аренда» будут сформированы в следующем порядке.

Учет финансовой аренды на балансе лизингополучателя. В скобках указаны соответствующие российские счета бухгалтерского учета:

1. Принятие арендованного оборудования к учету в начале года по текущей справедливой стоимости: Дт «Арендованное имущество» (Дт 08, субсчет «Поступление основных средств по договору лизинга») – Кт «Обязательства по финансовой аренде» (Кт 67) (затем по правилам ПБУ 6/01 стоимость объекта переносится в Дт 01).

Для формирования такой информации требуется не только знание методологии и принципов учета, но и развитая информационная система, которая могла бы в любой момент предоставить бухгалтеру организации данные о текущей справедливой (рыночной) стоимости лизингового объекта. Такая услуга в настоящее время в условиях российского хозяйствования неразвита, что является еще одним препятствием в применении «неисторической» стоимости. Возникает также вопрос в связи с тем, что текущая справедливая стоимость объекта на территории России может существенно различаться. Какая стоимость будет принята к учету в лизинговой компании? Если филиалы компании работают в разных регионах страны, то, видимо, консолидированная отчетность будет состоять из суммы текущей справедливой стоимости лизинговых активов этих компаний.

2. Первый лизинговый платеж (аванс, часть основного долга в начале года): Дт «Расходы по аренде (страхование)» (Дт 76 субсчет «Страхование арендованного имущества»), Дт «Обязательства по финансовой аренде» (Дт 67 субсчет «Обязательства по договору лизинга») – Кт «Расчетный счет» (Кт 51).

3. Начисление амортизации происходит в порядке, установленном учетной политикой организации по требованиям МСФО 16 «Основные средства». Раньше это был МСФО 4 «Учет амортизации», распределенный позднее между МСФО 16 и МСФО 38 «Учет нематериальных активов»): Дт «Расходы по амортизации арендованного имущества» (Дт 20) Кт «Накопленная амортизация арендованного имущества» (Кт 02).

4. Отражение очередного арендного платежа (последним числом декабря): Дт «Расходы по аренде (страхование)» (76 субсчет «Страхование арендованного имущества»), Дт «Обязательства по финансовой аренде» (Дт67 субсчет «Обязательства по договору лизинга»), Дт «Расходы по процентам» (Дт 91 «Проценты по инвестициям лизингодателя») — Кт «Расчетный счет» (Кт 51).

В конце года в балансе лизингополучателя по итогам первого периода лизинга в активах баланса будет находиться остаточная стоимость лизингового имущества (разность текущей справедливой стоимости в момент постановки объекта на баланс и накопленной суммой амортизации). В пассиве лизингополучателя отразятся текущие краткосрочные обязательства (платежи, начисленные к уплате в ближайшие 12 месяцев — проводка 4) и долгосрочные обязательства — по аренде, равные разности между общей суммой задолженности по договору и суммой платежей, произведенных в прошлый год.

Таким образом, финансовая аренда отражается в учете и финансовой отчетности арендатора аналогично сделкам по приобретению активов в кредит (получению долгосрочного кредита). Такой порядок отражения финансовой аренды основан на принципе приоритета экономического содержания хозяйственной операции над ее юридической формой. Арендатор получает экономические выгоды от использования арендованного актива на протяжении большей части срока его экономической службы взамен на обязательство выплатить за это право в течение срока аренды сумму, приблизительно равную справедливой стоимости актива, увеличенную на определенный доход арендодателя (аналогично ставке процента по кредиту).

В активе международного баланса лизингополучателя оборудование принято по текущей справедливой (т.е. рыночной) стоимости, а не по цене, за которую оно обходится в договоре лизинга. Рыночная стоимость всегда отличается от стоимости, указанной в договоре лизинга, так как она автоматически увеличивается на расходы лизингодателя по страховке, возмещению банковских процентов и др. Поэтому в учете лизингополучателя расходы по договору лизинга разделены на сумму страховых взносов, задолженность лизингодателю и расходы по про-

центрам. Такой принцип разделения расходов позволит дифференцированно решать вопросы начисления налога на добавленную стоимость. Баланс организации должен показывать одновременно реальную стоимость основного средства, а не цену его приобретения. В пассиве отражается задолженность по всей сумме договора лизинга, которую необходимо погасить в течение следующих лет, предварительно разделив на краткосрочную и долгосрочную.

Из вышесказанного следует: международные стандарты имеют такие требования, чтобы составленная по ним отчетность могла бы в полной мере показать реальное имущественное и финансовое положение экономического субъекта. Такая отчетность составляется для инвесторов, а не для налоговых органов. Кроме того, основные направления развития МСФО включают использование справедливой оценки арендуемых активов и капитализацию оперативной аренды. Российские же положения по бухгалтерскому учету и законодательство по лизингу дают лишь право сторонам договора финансовой аренды выбирать балансодержателя предмета лизинга в зависимости от налоговых и иных выгод, вне зависимости от того, будет ли объект выкуплен лизингополучателем или нет.

Среди различий остается оценка по исторической стоимости и существенная дифференциация между оперативной и финансовой арендой. В настоящее время в российском законодательстве акцент делается на преимуществе финансовой аренды, имеющей статус инвестиционного инструмента. Экономическая сущность финансовой аренды поставлена во главу угла лишь в готовящемся проекте нового положения по учету аренды. Так, рабочей группой Подкомитета по лизингу Комитета по финансовым рынкам и кредитным организациям Торгово-промышленной палаты РФ выделены особенности применения данного стандарта для лизинговой отрасли [11]:

1. Необходимо согласование положений ПБУ «Аренда» с Гражданским Кодексом Российской Федерации (глава 34 «Аренда»), Федеральным законом от 29.10.1998 года № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)», Налоговым кодексом Российской Федерации, ПБУ 6/01 «Учет основных средств» (речь идет о терминологии).

2. Существуют налоговые риски лизинговых компаний, связанные с применением положений ПБУ «Аренда»: налог на имущество уплачивает сторона-балансодержатель; в части НДС и налога на прибыль присутствуют риски, связанные с различным порядком признания выручки и расходов для целей бухгалтерского и налогового учета. Различный порядок учета налога на добавленную и налога на прибыль в мо-

мент «продажи предмета аренды в рассрочку» также является источником налоговых рисков в случаях: при «увеличении дебиторской задолженности на величину начисленных процентов по эффективной процентной ставке»; при расторжении договора аренды.

Непроработанными остаются вопросы:

- раскрытие терминологии и терминов, применяемых в стандарте (например, «условие немедленной оплаты», «переход экономических выгод и рисков» и т.д.);
- раскрытие порядка учета досрочного расторжения договоров лизинга, проблемных сделок (в т.ч. изъятия имущества), порядка учета при изменении графика платежей (продлонгация, сезонность);
- раскрытие порядка отражения в учете передачи права собственности на сумму выкупного платежа;
- порядок учета возвратного лизинга; учета договоров лизинга, выраженных в условных денежных единицах (валюте); специфики учета некоторых объектов, передаваемых в аренду (земля и т.д.);
- раскрытие порядка разделения дебиторской и кредиторской задолженности по ликвидности для отражения в балансе;
- соотношение и корректность показателей Бухгалтерского баланса и Отчета о прибылях и убытках в учете лизингополучателя, в случае если договор лизинга выражен в условных единицах, а также у дилеров и производителей в начале аренды.

К трудностям практического применения, относятся:

- неясность порядка оценки активов и обязательств (приведенная стоимость арендных платежей, эффективная процентная ставка) расчетным методом, либо на основании информации на рынке (а не на основании первичных бухгалтерских документов);
- неясность порядка применения понятий, которые носят оценочный характер (например, «остаточный актив в аренде», «дебиторская задолженность по арендным платежам», «приведенная стоимость арендных платежей»);

Переход на стандарт ПБУ «Аренда» может привести к отклонениям между показателями деятельности лизинговой компании по действующему лизинговому портфелю в соответствии с действующими правилами учета и отраженными в соответствии с ПБУ «Аренда», так как условием значительной части договоров лизинга является учет имущества на балансе лизингодателя. Данный фактор может отрицательно сказаться в привлечении заемного финансирования (кредитов банков), особенно в переходный период.

Нерешенными остаются вопросы:

- порядок перехода на новые правила учета в общем порядке по п.15 ПБУ 1/08 «Учетная политика организации» ретроспективно или специальные переходные положения по п.14 ПБУ 1/08;
- включение в стандарт специфических положений (изменение условий договоров, налог на добавленную стоимость по арендным платежам, условные арендные платежи, программы лояльности клиентов, обратная аренда);
- опцион на выкуп предмета аренды в конце срока аренды по цене значительно ниже рыночной;
- принятие эффективной процентной ставки аренды в исключительных случаях, когда она не может быть надёжно определена на основе доступной рыночной информации, кратной ставке рефинансирования, устанавливаемой Банком России (например, 1,5 для арендатора и 1,2 для арендодателя).
- классификация связанных с арендой денежных потоков арендодателем и арендатором.

Используемые источники

1. Конвенция УНИДРУА по международному финансовому лизингу. Заключена в Оттаве 28 мая 1988 г.
2. Закон «О присоединении Российской Федерации к конвенции УНИДРУА “О международном финансовом лизинге”» от 08 февраля 1998 г. №16-ФЗ.
3. Закон «О финансовой аренде (лизинге)» от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ.
4. Концепция развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу. Одобрена Приказом Минфина Российской Федерации от 1 июля 2004 г. № 180.
5. Приказ Минфина РФ от 30 марта 2001 г. № 26н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету “Учет основных средств” ПБУ 6/01».
6. Международные стандарты финансовой отчетности/Русское издание. М.: Аскери, 1999.
7. Соколов В.Я. Нестандартный взгляд на стандарты //Расчет. 2004. № 5.
8. <http://www.ifrs.org/Updates/IASB+Updates/IASB+Updates.htm>
9. http://www1.minfin.ru/ru/accounting/mej_standart_fo/docs/
10. http://www.minfin.ru/ru/accounting/accounting/projects/projects_norm_acts/
11. Официальный сайт Торгово-промышленной палаты Российской Федерации: <http://www.tpprf-leasing.ru/news/0/528/>

Опыт российских банковских организаций по работе с платежными картами в период финансового кризиса 2008–2010 гг.

За последние годы в платежной системе Российской Федерации и инфраструктурных организациях, функционирующих на финансовом рынке, произошли существенные изменения, обусловленные активным развитием российской экономики, технологическими инновациями и реализацией государственных инициатив. В современных условиях дальнейшее развитие рынка платежных карт требует адекватного правового обеспечения и сохранения доверия между участниками. В работе приводится подробный анализ влияния мирового финансового кризиса на рынок банковских карт в Российской Федерации. В заключительной части определяются основные выводы, полученные автором в ходе исследования.

Ключевые слова: национальная платежная система, платежная карта, финансовый кризис.

Experience the russian banking institutions in a payment card during the financial crisis of 2008-2010

In recent years, the payment system of the Russian Federation and infrastructure enterprises that operate in the financial markets, there have been significant changes due to the active development of the Russian economy, technological innovation and the implementation of government initiatives. In modern conditions the further development of the payment card market requires adequate legal support and maintain trust among the participants. This paper provides a detailed analysis of the impact of the global financial crisis on the market of bank cards in the Russian Federation. In the final section identifies the main conclusions drawn by the author in the study.

Key words: national payment system, payment card, the financial crisis.

В 2008–2010 годах российская банковская система в полной мере испытала на себе воздействие мирового финансового кризиса. Устойчивый рост основных характеристик российских банков сменился стагнацией и последующим затяжным периодом застоя. Выход из кризиса сопровождался резким снижением темпов инфляции, а конкуренция за добросовестных заемщиков на фоне падения спроса на кредиты привела к понижению кредитных ставок. При этом депозитные ставки остались на сравнительно высоком уровне (одна из основных причин — опасение паники вкладчиков). Несмотря на кризис, банкам удалось сохранить доверие со стороны населения, что выразилось в значительном приросте

депозитов физических лиц в части банковских пассивов. Ключевые изменения системы произошли в части количества финансовых институтов, предоставляющих услуги населению (многие игроки ушли с рынка) и предпочтений клиентов. Если раньше на первом месте стояла доходность финансового инструмента, то в настоящее время потребители уделяют большее внимание надежности и сервисным возможностям банка.

Несмотря на финансовый кризис, банковские пластиковые карты остались одним из элементов банковской системы, демонстрирующим устойчивый рост. За последние 5 лет количество карт в обращении на территории Российской Федерации выросло более чем в 2 раза (с 119 242 тыс. шт. в 2008 году до 239 545 тыс. шт. по состоянию на 1 января 2013 года)¹. В первую очередь это обусловлено расширением клиентской базы за счет реализации проектов по выдаче заработной платы (в связи с сокращением рабочих мест и в ряде случаев целых компаний рост эмиссии пластиковых карт в конце 2008-го — начале 2009 года заметно упал, однако положительная тенденция сохранилась), а так же достаточно резким ростом эмиссии предоплаченных карт, который наблюдался последние два года.

Объективные показатели по безналичным расчетам за товары и услуги говорят о динамичном развитии рынка. По данным Центрального Банка РФ за 2012 год, при общем росте числа эмитированных банками пластиковых карт на 20–30% общий объем операций увеличился в среднем на 40–50%, а объемы денег, переведенных гражданами за товары и услуги, минуя наличную форму, — в среднем в два раза (рис. 1).



Источник: Составлено автором по данным ЦБ РФ

Рис. 1. Количество и объем операций, совершенных с использованием платежных карт

¹ Статистическая база данных Центрального Банка Российской Федерации URL <http://www.cbr.ru/statistics/>

Пластиковые карты остаются важным инструментом вовлечения денежных средств населения в экономический оборот, позволяющим снизить дефицит инвестиционных ресурсов в стране, активизировать деятельность ряда отраслей (прежде всего торговли, сферы услуг), а для предприятий – эффективным средством оптимизации своей деятельности, снижения некоторых статей расходов и привлечения новых клиентов. Банки получают дополнительные возможности пополнения своей ресурсной базы, расширения круга клиентов, что увеличивает их возможности по кредитованию населения и реального сектора экономики, способствует снижению стоимости кредитов. Масштабы и характер использования платежных карт обоснованно рассматриваются в качестве одного из важнейших индикаторов уровня развития ритейлового банковского бизнеса, поэтому изучение проблем использования пластиковых карт в России представляется особенно актуальным в настоящее время, а изучение мировой практики и перспектив развития рынка пластиковых карт в России приобретают конкретную значимость.

Активность потребителей в использовании карт при проведении расчетов характеризуется показателем активности. Согласно статистическим данным Банка России, по состоянию на середину 2010 г. более половины всех эмитированных банковских карт в обращении оказались «спящими». К данной категории относятся те карты, по которым в отчетный квартал не было проведено ни одной транзакции. Следует, однако, отметить, что показатель активности карт у российских платежных систем является одним из самых высоких, и составляет 60–70%. Для сравнения: у международной платежной системы Visa – 55%, а у MasterCard – 33,4%. Такой отрыв связан, в первую очередь, с широким распространением зарплатных проектов на территории Российской Федерации, благодаря которому выпущенная карта используется как минимум два раза в месяц (для зачисления заработной платы).

Первые проявления кризиса почувствовали держатели банковских карт некоторых кредитных организаций, когда ряд торгово-сервисных предприятий перестал принимать к оплате их карты. В части магазинов появились таблички «Банковские карточки временно не принимаются», или же был ограничен прием карт (например, в торговых точках могли приниматься к оплате только карты определенных банков, таких как Сбербанк, ВТБ и Альфа-Банк). В магазинах это объяснялось просто: временные и технические проблемы. На самом деле организации просто не получали вовремя денежные средства за совершенные покупки от недобросовестных покупателей, и прекращение обслуживания карт стало вынужденной мерой перестраховки от возможных неплате-

жей. В условиях финансового кризиса руководство торговых точек задумалось о рисках, связанных с безналичными платежами. Во-первых, нет гарантии, что банк, выпустивший карту, перечислит деньги за покупку или услугу. Во-вторых, когда торговым сетям стало труднее получать кредиты, заинтересованность в «быстрых» наличных деньгах возросла. На этом этапе кризиса подключились сами карточные платежные системы, предоставив дополнительные гарантии осуществления платежей: например, MasterCard гарантирует осуществление расчетов по принятым операциям, проведенным по картам платежной системы, независимо от финансового состояния банка, выпустившего карту.

В настоящее время не наблюдается серьезного роста уровня отказа торговых точек от приема банковских карт, чтобы появились основания говорить об этом как о явлении, оказывающем влияние на рынок. Сложившаяся в кризисные годы ситуация говорит не о наметившейся тенденции, а скорее о единичных случаях, которые стали реакцией на быстрое изменение ситуации на рынке. Речь не идет о массовом изменении подхода к расчетам по пластиковым картам со стороны ритейлеров. Это опять же связано с ноябрьским ажиотажем, когда у финансовых институтов были задержки платежей, — торговые точки (и тем более крупные, с большим оборотом) боялись, что не получат от банков возмещение по операциям вовремя или не получат вообще. Причиной всему было множество слухов, списки «черных банков» и информационный голод.

По мнению аналитиков, ситуация в дальнейшем может измениться и кредитные организации сами начнут отказываться от предоставления эквайринговых услуг. В ближайшей перспективе ожидается ужесточение требований к торговым точкам в части их рода деятельности и минимальных денежных оборотов, необходимых для установки оборудования, что может привести к тому, что неэффективные с точки зрения банков торговые точки не смогут принимать к оплате карты. Ощутимого влияния на рынок это не окажет. Однако, по мнению автора настоящей статьи, данная тенденция маловероятна, учитывая проводимую политику государства в части повышения финансовой грамотности населения и развития технологий проведения безналичных расчетов.

Российский рынок кредитных карт продолжает развиваться в отличие от рынков многих европейских стран, уже достигших насыщения и также испытывающих негативное влияние мировой финансовой конъюнктуры. Положительным последствием кризиса можно выделить тот факт, что банки стали делать акцент не на количество выпущенных кредитных карт или привлечение новых клиентов, а в большей степени

на эффективность управления рисками и повышение качества кредитных портфелей.

Сегодня для рынка характерна тенденция ужесточения требований к клиентам. Те группы заемщиков, которые еще недавно без проблем проходили процедуру одобрения на выдачу кредитной карты, сегодня относятся к категории повышенного риска, что может влиять как на решение о выпуске карты, так и на размер кредитного лимита. Если говорить про ставки, то многие банки не просто ввели увеличенные проценты по карточным продуктам для новых клиентов, а задним числом подняли их по уже выпущенным картам.

По мнению банковских аналитиков, рынок станет ровнее. Те банки, которые будут представлять кредитные карты как ссудный продукт, будут отличаться следующими характеристиками:

- высокие ограничения по кредитным лимитам;
- ужесточение процедуры проверки заемщика;
- гармонизация размеров процентных ставок;
- усиление неценовых методов в конкурентной борьбе.

Сам мировой кризис повлиял на российский рынок незначительно, поскольку основной объем банковских карт в России выпущены в рамках зарплатных проектов и являются не кредитным, а транзакционным инструментом (наличие или отсутствие транзакций по картам серьезно влияют на рынок в разрезе продуктов или эмиссии карт не оказывает). Можно отметить, что нездоровый ажиотаж населения, повлекший за собой отток денег из российских банков, заставил некоторые банки изменить условия по кредитным банковским картам и ограничить лимит выдачи наличных по дебетовым картам. И если повышение ставок по кредитным картам — вынужденное долгосрочное решение, то ограничение лимитов на выдачу наличных — исключительно временная мера.

В настоящее время все операции на внутреннем карточном рынке вполне могут и должны обслуживаться в соответствии с правилами, процедурами и тарифами, определяемыми национальными организациями в полном соответствии с действующим государственным законодательством и с учетом интересов национальных участников рынка. Сегодня участники рынка осознают важность решения поставленных под воздействием кризисных явлений задач, по-разному их понимая и по-разному расставляя приоритеты, предлагая новые решения и подходы.

Участники карточного рынка накопили достаточный опыт разработки карточных продуктов, внедрения самых современных технологий для построения платежных систем. Решения могут приниматься более обоснованно, чем это делалось на начальной стадии развития

рынка. В качестве приоритетных сегодня ставятся вопросы экономической эффективности, прозрачности, предсказуемости и более полного соответствия запросам участников рынка, национальным интересам и национальному законодательству.

Выводы

В настоящее время более 200 стран мира используют пластиковые карты в платежном обороте, являясь важнейшим элементом так называемой «технологической революции» в банковском деле. Именно пластиковые карты в ряде случаев выступают ключевым элементом электронных банковских (и других) систем. Они вышли на передовые позиции в организации денежного оборота индустриально развитых стран Запада, постепенно вытесняя чеки и чековые книжки.

Кризис заметно повлиял как на само развитие объема операций по пластиковым картам, так и на его перспективы. Возврат к повсеместной оплате наличными денежными средствами маловероятен, если принимать во внимание удобство пластиковых карт как расчетного инструмента и прекращение волнений на рынке. Весь мир движется в сторону безналичных расчетов и удаленных операций; в связи со стремительным темпом жизни и нехваткой времени во многих случаях карта является единственным способом получить те или иные услуги, не отходя от рабочего места или домашнего компьютера.

Российский рынок кредитных карт продолжит развиваться (пусть и медленнее, чем в последние годы) в отличие от рынков многих европейских стран, уже достигших насыщения и ощущающих негативное влияние мировой финансовой конъюнктуры более остро. Финансовый кризис помог осознать слабые стороны и в целом оздоровил рынок, убрав с него ненужные клиентам продукты и недобросовестных игроков. Изменилось поведение финансовых организаций – акцент сдвинулся в сторону эффективного управления рисками, связанными с индустрией и повышения качества обслуживания.

Используемые источники

1. Ахмедова А. Кредит недоверия подходит к концу // Коммерсант. – 2009. № 28. С.15–17.
2. Балабанов А.И., Боровкова В.А., Боровкова В.А., Гончарук О.В., Крамарев А.М., Мурашова С.В., Пирогова О.Е. Банки и банковское дело: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2008.
3. Беллис С. Деньги не пластик // Эксперт. 2010. № 4. С. 8.
4. Быстров Л.В., Воронин А.С., Гамольский А.Ю. и др. Пластиковые карты. М.: «БДЦ-пресс», 2008.

5. Воронцова Е. Назад, к конвертам // Новые известия. 2009. № 21. С. 6.
6. Дементьева К. Рынок карт живет на одну зарплату. Рост эмиссии обеспечили зарплатные проекты // «Коммерсантъ». 2010. № 10. С. 23–27.
7. Зубкова С. Центробанк насчитал в России почти 9 миллионов «кредиток» // Деньги. 2009. № 5. С. 26.
8. Ковалева Е. Процесс вытеснения кредитными картами обычных потребительских кредитов набирает обороты // Деньги. 2010. № 22(677). С. 23.
9. Лаштун Е. Пластиковые карты на пути к россиянам // Деньги. 2009. № 2. С. 16.
10. Лебедев С. Владельцы пластиковых карт – кто они? // Деньги и кредит. 2010. № 2. С. 19.
11. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru>
12. Паника на российском рынке банковских карт закончилась // Финансовые известия. 2009. № 10. С. 4.
13. Сайт «Рейтинг РБК». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbk.ru>
14. Рынок кредитных карт – перспективы развития // Банковское дело в Москве. 2011. № 3. С. 23.
15. Смирнов Е. Расчеты и операционная работа в коммерческом банке. // Банковское дело. 2009. № 3. С. 32–33.
16. Суранов С. Карты, деньги, два пути // Экономика и жизнь. 2008. № 34 (9248). С. 32.
17. Трушина Н. Кредитные карты в 2009 году: выгодно или нет? – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.klerk.ru>.

Цыганов А. А.
доктор экономических наук, профессор,
Финансовый университет при Правительстве РФ

Сахирова Н. П.
кандидат экономических наук, доцент,
Государственный университет управления

Институциональное развитие страхового рынка: теоретические и методологические аспекты

В статье освещены вопросы теории функционирования страхового рынка с позиций расширения его категориальной сущности и методологии обеспечения институционального развития рыночных отношений, его основных составляющих и направлений.

Ключевые слова: *страховая услуга, институты, страховщики, инфраструктура, подсистемы страхового рынка, институциональное развитие, управление.*

Institutional development of the insurance market: theoretical and methodological aspects

The article highlights the problems of the theory of operation of the insurance market from the standpoint of expanding its categorical nature and methodology of institutional development of market relations, its main components and directions.

Keywords: *insurance service, institutions, insurers, infrastructure subsystem of the insurance market, institutional development, management.*

В современных условиях одной из организационно-управленческих проблем развития страхового рынка России и его основных подсистем является недостаточное внимание к формированию целостной институциональной структуры рынка, слабая проработанность отдельных ее элементов, иерархичности связей и взаимообусловленности. Научные публикации практически не затрагивают теоретические и методологические основы структуризации страхового рынка, созданию его институтов, соответствующей институциональной среды и инфраструктуры рынка.

С позиций теории страхования само понятие «страховой рынок» в экономической литературе большинством авторов обходится вниманием, исходя из предположения, что оно является само собой разумеющимся и не требующим научного определения, обоснования и содержательного осмысления. В основном используются довольно простые (хотя и верные) определения рынка, данные еще в XIX веке учеными —

экономистами. В тоже время страховой рынок, несомненно, имеет ряд особенностей по сравнению с другими видами рынков и вызывает необходимость формирования отдельной экономической категории «страховой рынок», что наиболее актуально при разработке концепций и стратегий развития национальной системы страхования и собственно страхового рынка и его ключевых направлений, приоритетов.

Специфика страхового рынка по отношению к иным финансовым рынкам проявляется в сущности страховой услуги как предмета купли-продажи и характере транзакционных издержек, возникающих вследствие социально-экономических особенностей страховых отношений. При этом механизм ценообразования на страховые услуги принципиально отличается в сравнении с другими видами услуг и производственной, технической и организационно-экономической сферами деятельности.

В экономической литературе научные определения страхового рынка даются авторами в основном применительно к решению собственных научных и практических задач. Так, по мнению проф. Р.Т. Юлдашева, «страховой рынок — система экономических отношений, возникающих по поводу купли-продажи страхового покрытия в процессе удовлетворения общественных потребностей в страховой защите. Складывается в условиях множественности страховщиков и независимости страхователей»¹.

Т.А. Федорова дает следующее определение: «Страховой рынок охватывает сферу индивидуального (частного) страхования и представляет собой совокупность экономических отношений между страховыми компаниями и их клиентами. Специфическим товаром страхового рынка является страховая защита — услуга, предоставляемая страховыми организациями»².

А.К. Шихов трактует страховой рынок следующим образом: «Страховой рынок — это сфера формирования, реализации и развития специфических экономических отношений, складывающихся между страхователями (застрахованными лицами, выгодоприобретателями), нуждающимися в страховой защите их имущественных и социальных интересов при наступлении страховых случаев, и страховщиками с участием иных хозяйствующих субъектов, связанных своей деятельностью со страхованием, при использовании определенных организационных, правовых и методических механизмов, технических (технологических)

¹ Юлдашев Р.Т. Страховой бизнес. Словарь-справочник. М.: АНК ИЛ, 2005. С. 685–686.

² Основы страховой деятельности: Учебник / Отв. ред. Т.А. Федорова. М.: БЕК, 2002. С. 93.

средств в системе взаимодействия названных субъектов и их деятельности в условиях государственного регулирования и контроля»³.

Существуют определения страхового рынка как сферы денежных или общественных отношений, где объектом купли-продажи является специфический товар – страховая услуга. Так, по мнению А.А. Гвозденко, «страховой рынок – это совокупность экономических отношений по купле-продаже страховой услуги, выражающейся в защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении страховых случаев за счет денежных средств (взносов, премий) страхователей»⁴.

Л.Г. Скамай и Т.Ю. Мазурина определяют страховой рынок как: «экономическое пространство, в котором действуют страхователи, формирующие спрос на страховые услуги, страховщики, удовлетворяющие этот спрос, страховые посредники и организации страховой инфраструктуры»⁵.

По мнению В.В. Шахова, «страховой рынок – это особая социально-экономическая среда, определенная сфера экономических отношений, где объектом купли-продажи выступает страховая защита, формируются спрос и предложение на нее»⁶.

На основе классического определения рынка Макконнелла и Брю⁷ М.С. Жилкина указывает, что «страховой рынок – это экономический механизм, соединяющий интересы страхователей и страховщиков в отношении страховых услуг»⁸.

Все вышеперечисленные трактовки в своей совокупности раскрывают базовые признаки и социально-экономические свойства страхового рынка.

Среди специалистов встречаются и другие вполне обоснованные мнения о страховом рынке, исходя из системности экономических отношений, их сложности, обусловленности и соподчиненности в сфере страхования. Их суть выражается в необходимости включения страхо-

³ Шихов А.К. Страхование: организация, экономика, правовые аспекты. М.: ИНФРА-М, 2012. С. 90.

⁴ Гвозденко А.А. Страхование. М.: Финансы и статистика, 2006. С. 67.

⁵ Скамай Л.Г., Мазурина Т.Ю. Страхование. Учебное пособие. М.:ИНФРА-М. 2006. С. 15–16.

⁶ Шахов В.В. Страхование. М.:ЮНИТИ, 1997. С. 48.

⁷ Макконнелл К., Брю С. Экономикс. Таллин, 1995. С. 114.

⁸ Жилкина М.С. Государственное регулирование страхового рынка. М.: Спутник-плюс. 2002. С. 21.

вого рынка в более общие социально-экономические категории и понятия. Так, К.Е. Турбина и Л.Н. Ключенко считают, что понятие «страховой рынок» является подкатегорией более общего понятия «страховое хозяйство», под которым понимаются общественные отношения, связанные с учреждением, организационным устройством, деятельностью, управлением страховыми организациями, а также отношения по государственному регулированию деятельности страховых компаний, иных субъектов страхового рынка по поводу страхования, определения условий и предпосылок использования страхования в экономических отношениях⁹.

А.А. Зернов и А.Н. Зубец определяют «страховой рынок» как подсистему третьего уровня, последовательно входящую в национальную финансовую и национальную экономическую системы¹⁰.

С позиций системного анализа И.Ю. Юргенс считает страховой рынок «рыночным компонентом национальной системы страхования России»¹¹. Относительно последнего термина интересно отметить, что, несмотря на наличие правительственного документа, посвященного развитию национальной системы страхования России, четкого определения данной системы там не указано¹².

Представляется наиболее обоснованной научная трактовка Л.А. Орланюк-Малицкой, в которой отмечается, что «страховой рынок это не только «рынок продавцов страховой услуги», но более сложная адаптивная система, способная к самоорганизации и состоящая из нескольких подсистем и сама входящая в более крупные системы»¹³.

Система (от греч. *systema* — целое, составленное из частей) — множество находящихся в отношениях и связях элементов (предметов, явлений, взглядов, знаний), представляющее собой определенное целостное образование. Итак, под *системой* понимается любой объект, обладающий определенными свойствами в заданном их соотношении, или это множество связанных между собой по определенному призна-

⁹ Теория и практика страхования / Под ред. К.Е. Турбиной. М.: АНК ИЛ, 2003. С. 120.

¹⁰ Зернов А.А., Зубец А.Н. Системные исследования страхового регулирования. М., 1997. С. 53–54.

¹¹ Юргенс И.Ю. Организация и регулирование страховой деятельности в Российской Федерации. Дисс. на соиск. ученой степени к.э.н. М., 2000. С. 47–48.

¹² Основные направления развития национальной системы страхования в 1998–2000 гг., утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 01.10.98 № 1139.

¹³ Орланюк-Малицкая Л.А. Методологические аспекты исследования страхового рынка России // Финансы. 2004. № 11. С. 22–23.

ку элементов. В качестве элемента системы подразумевается компонент сложных явлений, процессов.

Следует заметить, что национальная система страхования может базироваться как на рыночных основах, так иметь в своей основе плановую экономику и государственную монополию на страхование. Система страхования в СССР базировалась именно на последних принципах. Национальная система страхования может быть ориентированной на саморегулирование или на значительное государственное участие, в рамках которого государство является игроком страхового рынка, создавая государственные страховые или перестраховочные компании.

Структура системы представляет собой относительно устойчивую фиксацию связей между элементами системы, отражающую их упорядоченность. Структуры часто имеют иерархический характер, т.е. состоят из упорядоченных уровней и их соотношений, что позволяет обеспечить глубину и качество исследований. Многие элементы системы могут изучаться как подсистемы, которые в свою очередь состоят из подсистем более низкого уровня.

Экономические теории основываются на принципе целостности системы, ее относительной независимости от среды и других аналогичных систем, а также на принципе несводимости свойств подсистемы к свойствам элементов системы, т.е. ее качественные характеристики и параметры обязательно отличаются от свойств составляющих ее элементов.

Подсистемы могут иметь собственные цели, не всегда и не во всем совпадающие с целями самой системы. Это характерно в основном для сложных систем, когда между разнообразными элементами устанавливаются многочисленные взаимосвязи. Данные системы эволюционируют, т.е. со временем претерпевают существенные изменения.

Хозяйственной системой признается состоящий из взаимосвязанных функциональных элементов подсектор (сектор) экономики, функционирующий во взаимодействии с другими производственно-техническими и организационно-экономическими системами.

Сектор экономики — крупная значительная часть экономики ¹⁴.

Сектор представляется как часть экономики, область производственно-экономической деятельности, в которую входят объекты, обладающие единством выполняемых функций, видов и назначения выпускаемой продукции, применяемых технологических процессов.

¹⁴ Борисов А.Б. Большой экономический словарь. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Книжный мир. 2007. С. 649.

Наличие трех разных признаков (целевая функция, вид продукции, технология) не позволяет выделить сектор и входящие в него предприятия однозначным образом, поэтому состав объектов и видов деятельности, включаемых в определенный сектор, достаточно условен и может изменяться¹⁵.

В соответствии с представленными методологическими подходами к исследованию организационных аспектов управления экономикой и структурными единицами частного разделения труда, можно сформулировать определение отрасли (сектора) экономики следующим образом.

Отрасль (сектор) экономики – совокупность однородных организаций (предприятий), характеризующихся единством экономического назначения производимой продукции (товара, работы, услуги), общностью технологических процессов, методов ведения хозяйственной деятельности, материально-технической базы и профессионального состава кадров. Представляет собой обособленную крупную часть национальной экономики, которая может подразделяться на отдельные подсектора и подсистемы.

Страховой сектор, как обособленная и значимая часть экономики, обеспечивающая эффективную нейтрализацию негативных последствий страховых рисков, включает в себя отдельные подсистемы, ориентированные непосредственно на создание страхового продукта (страховое дело), его продвижение до потребителя (страховой рынок) и удовлетворение общественной потребности в страховой защите (сфера обязательного и социального страхования, а также особо регулируемые страховые институты по страхованию вкладов граждан, страхованию инвестиций или экспортно-импортных операций), которые в свою очередь представляют собой системы иерархического построения.

Следовательно, страховой рынок как целостная система состоит из относительно независимых подсистем, являющихся одновременно элементами других экономических, правовых и организационно-технических систем. При этом качественные характеристики и параметры страхового рынка всегда отличаются от свойств составляющих его элементов и звеньев.

Национальный страховой сектор экономики формируется из единичных страховых компаний различных организационно-правовых форм, наделенными соответствующими полномочиями, с одной стороны, и потребителей страховых услуг в лице предприятий, организа-

¹⁵ Райзберг Б.А. Курс экономики. Учебник. Изд. 4-е перераб.и допол. М.: ИНФРА-М. 2006. С. 30.

ций и граждан, с другой стороны. В рыночных условиях каждый из этих участников страхования формирует свою экономическую стратегию, тактику управления, исходя из собственных целей и интересов. Вместе с тем они находятся в рамках экономической политики и институтов, формируемых на уровне государства. Мера влияния государства на страховую деятельность различна в разные периоды истории и зависит от традиций страны, устойчивых институциональных условий.

Институты, согласно определениям классиков институционализма (Д. Норта и др.), — это «правила игры» в обществе, т.е. созданные человеком ограничительные рамки, на базе которых организуются взаимоотношения между людьми. Различают институты *формальные*, существующие в устойчивых формах, таких как органы и организации, законы, иные установленные правила. Существуют и *неформальные* институты. Это неписанные правила, традиции и принципы. Совершенствование или преобразования институтов отражаются в правительственных программах, которые трактуются как экономические реформы, проводимые в стране.

Раскрывая содержание понятия страхового рынка, необходимо дать интерпретацию основных экономических институтов применительно к страхованию. Так, при рассмотрении экономики в целом страхование представляет собой инфраструктурный институт, направленный на защиту прав собственности — базового экономического института. При решении же проблем экономической безопасности производственных отраслей страхование выступает в качестве финансового института по компенсации ущербов и снижения бюджетной нагрузки государства.

Кроме того, в сфере правовых отношений система контрактов применительно к страхованию породила специфическую форму контракта — договор страхования, который имеет ряд существенных свойств, отличающих его от иных типов контрактов. Правила и нормы представлены в отношении страхования страховым законодательством, традициями делового оборота в страховании и перестраховании, а также, еще раз подчеркнем, специфическим институтом — «страховой культурой».

Существует также ряд институтов, ориентированных на снижение трансакционных издержек: организации по обеспечению прав страхователей и иных лиц, страховой надзор, органы государственного регулирования и саморегулирования, институт страхового посредничества (брокеры, агенты и неспециализированные посредники). Снижение трансакционных издержек, связанных с получением информации о страховых услугах, должно обеспечиваться в рамках информационно-аналитического обеспечения (рейтинговые агентства, независимые актуарные центры и т.п.).

Поэтому исследование страхового рынка не может осуществляться в отрыве от социально-экономических, политических и правовых структур, играющих значительную роль в его функционировании, что служит основным методологическим положением, которое в настоящее время не принимается во внимание многими специалистами и в том числе при трактовке понятия «страховой рынок», его сущности, содержания. Вследствие этого подобные исследования можно охарактеризовать, как не вполне состоятельные и не имеющие в будущем перспектив. Например, институты страхового рынка, формирующие порядок упорядочивания цен и установления консенсуса по поводу цен, будут испытывать существенное влияние присущих именно страхованию системы государственного регулирования – страхового надзора, а также механизмов сострахования и перестрахования и др.

В результате важным методологическим принципом определения экономической категории «страховой рынок» является учет специфики страховых отношений с позиций институциональной теории.

Страховой рынок, по мнению авторов настоящего исследования, представляет собой совокупность различных институтов, соответствующих механизмов снижения трансакционных издержек и экономических субъектов по поводу создания, купли-продажи и потребления страховых услуг. При этом под экономическими субъектами понимаются страхователи, страховщики, представители инфраструктуры страхового рынка, саморегулируемые организации и другие субъекты.

Важно отметить, что в рамках договорных отношений страховщиков со страхователями могут формироваться новые страховые услуги, базирующиеся на уже имеющихся в распоряжении страховщика. Этот факт отличает страховой рынок от многих иных, т.к. сама страховая услуга и ее содержание могут формироваться и видоизменяться в процессе заключения договора страхования и выработки его условий. В случае участия страхового брокера в процессе определения эффективной страховой защиты от совокупности наиболее значимых для страхователя рисков может быть сформировано страховое покрытие из страховых продуктов нескольких страховщиков, что подчеркивает необходимость снижения трансакционных издержек именно при создании, а не только купли-продаже и потреблении страховых услуг.

Организационно страховой рынок состоит из страховых компаний, специализированных перестраховочных организаций, обществ взаимного страхования, саморегулируемых организаций, страховых посредников и других субъектов. Их деятельность на страховом рынке осуществляется в рамках государственного регулирования экономики и

национального страхового законодательства, контроль за исполнением которого возложен на орган страхового надзора в лице ФСФР и другие государственные органы.

По отраслевому признаку различают рынок личного страхования, рынок страхования имущества, рынок страхования ответственности и рынок страхования предпринимательских и финансовых рисков. В свою очередь, каждый из этих рынков состоит из отдельных сегментов. Так, рынок страхования имущества включает в себя подсекторы страхования имущества юридических лиц и физических лиц; рынок личного страхования – рынок долгосрочного страхования жизни и рынок медицинского страхования и т.д.

Категорию продавцов составляют страховые компании. В качестве покупателей выступают страхователи – физические и юридические лица, заключившие договора страхования с тем или иным продавцом. Товаром на рынке является страховая услуга, как предмет купли-продажи.

Страховая услуга (в авторской трактовке) – специфический товар, предлагаемый на страховом рынке, который не является материальным продуктом и отражает результат взаимоотношений страховщика со страхователями по удовлетворению их запросов. Потребительная ее стоимость характеризуется обеспечением страховой защиты в форме страховой выплаты.

По терминологии международной торговли конечный продукт в страховании квалифицируется как невидимая, неосязаемая деятельность страховщика с отсрочкой во времени. Поэтому предоставление страховой защиты заинтересованным лицам характеризуется как услуга, оказываемая им в будущем времени страховщиком и на данный момент существующая в форме его обещания, оформленного договором.

Термин «страховая защита» применяется в теории и практике страхования как синоним понятия «страхование» и имеет при этом два смысловых значения – в широком и узком смысле.

Страховая защита (в широком смысле) – это экономическая категория, отражающая совокупность специфических распределительных и перераспределительных отношений, связанных с преодолением или возмещением потерь, наносимых материальному производству и жизненному уровню населения стихийными бедствиями и другими чрезвычайными событиями ¹⁶.

¹⁶ Шахов В.В. Страхование: Учебник. М.: ЮНИТИ, 1997. С. 25.

В результате страховая защита характеризуется, по мнению авторов исследования, как страховые отношения на государственном уровне с позиций решения социально-экономических проблем общества и реализации экономической политики государства. На макроуровне она выражается в формировании системы государственного страхования, которая включает резервирование средств федерального бюджета на покрытие крупномасштабных ущербов чрезвычайного характера, социальное страхование, обязательное страхование и личное страхование отдельных категорий граждан.

Страховая защита (в узком смысле) – совокупность перераспределительных отношений по поводу преодоления (превенция) или возмещения ущерба (страховые выплаты), наносимого конкретным объектам страхования (товарно-материальным ценностям, имуществу, жизни и здоровью людей)¹⁷.

Данная трактовка отражает страховые отношения на микроуровне и более точно отражает смысловую нагрузку и суть самого понятия, что может быть одним из аргументов обоснования его применения только в таком виде. При этом отпадает необходимость использования понятия «страховая защита» (в широком смысле), олицетворяющего страховые отношения на макроуровне, которое по своей сущности полностью дублирует понятие «страхование». Практика страхования также свидетельствует о восприятии термина страховой защиты с позиций проведения определенных видов страхования и обеспечения возмещения ущерба конкретным лицам.

С учетом критериев экономической безопасности и общности ее родовых признаков и понятия страхования трактовка страховой защиты может быть представлена в следующем виде.

Страховая защита (в авторской трактовке) – система мер, проводимых страховыми компаниями, по предупреждению и возмещению ущербов случайного характера в жизнедеятельности организаций (предприятий) и населения. Представляет собой механизм превенции опасностей и возмещения убытков, потерь страхователей в определенном временном и организационном пространстве.

Страховая защита опосредуется через заключение конкретного договора страхования, в котором устанавливаются вид и объем предоставляемой защиты. В договоре осуществляется правовое описание страховых рисков и страховых интересов, видов и размеров предполагаемых ущербов и, соответственно, выводимых страховых сумм и размеров воз-

¹⁷ Шахов В.В. Страхование: Учебник. М.: ЮНИТИ, 1997. С. 25.

мещения вреда, а также расходов по спасению объектов и минимизации наступивших ущербов.

Теоретическое обоснование сущностного содержания страхового рынка с позиций его объектных, субъектных характеристик и назначения в общественно-экономической системе позволяет определить методологические подходы к выявлению факторов его функционирования и развития. В первую очередь, это относится к формированию его институциональной среды и структуры, объединяющей как общие, так и специфические для страхового рынка институты.

Во-вторых, необходимо обеспечить включение страхования в совокупность правил и норм, вытекающих из обычаев и традиций, принятых в обществе. При этом под нормами и правилами понимаются модели или образцы поведения, неформально регламентирующие поведение индивидуума в определенных ситуациях. В данном контексте функционирование страхового рынка предполагает введение в научный оборот и учет специфичного правила, которое широко применяется в мировой практике под термином «страховая культура».

Понятие культура (от латин. *cultura* — воспитание, образование, развитие) употребляется во многих значениях, в том числе для характеристики специфических сфер деятельности (культура труда, производства, быта и т.д.). В общественно-политической литературе указывается, что страховая культура — это воспитание, образование населения в области страхования, а ее уровень определяется развитием страховых операций среди граждан.

Наиболее точное определение данного термина представляется авторами исследования следующим образом: **страховая культура** — модель поведения страхователей (индивидуумов или предприятий), предполагающая в условиях доверия к страховым компаниям стремление заключить договор страхования при выявлении и оценке конкретных страховых рисков в их жизнедеятельности.

Необходимыми условиями развития страхования являются как создание адекватной современности правовой системы, поддерживающей систему контрактов (договоров) и систему прав собственности, так и формирование неформальных правил и норм, стимулирующих экономические субъекты к потреблению страховых услуг. Совокупность данных условий представляет собой, на взгляд авторов, **институциональную среду страхового рынка**. Заметим, что существуют страны с высоким уровнем развития экономики, в которых страхование не развито ввиду отсутствия в обществе соответствующих традиций, например, ОАЭ или Кувейт. Становится понятным, что институциональная среда будет спо-

способствовать развитию страхового рынка только в случае полного набора соответствующих институтов. Это является необходимым условием устойчивого интенсивного развития страхования, в случае роста платежеспособности населения и хозяйствующих субъектов. В тоже время рост платежеспособности в условиях недостаточной и неадекватной развитию экономики и финансов институциональной среды страхового рынка может привести лишь к экстенсивному его росту за счет увеличения объемов страховых взносов, обеспеченного инфляцией, и введением новых видов обязательного страхования, что и наблюдается в современной России.

Следующим методологическим положением настоящего исследования является установление базовых условий и факторов развития страхового рынка как сложной социально-экономической системы.

В расширенной авторской трактовке экономического понятия «страховой рынок» отражается одна из главных сторон процесса развития – снижение транзакционных издержек, связанных с созданием, куплей-продажей и потреблением страховых услуг. Исходя из того, что общественная категория «развитие» представляет собой процесс качественных изменений в производственно-технических, социально-экономических, политических и институциональных отношениях в обществе, можно утверждать о необходимости снижения затрат и издержек в указанных отношениях (подсистемах), как одного из направлений их развития (качественных изменений).

В страховых отношениях под транзакционными издержками понимаются расходы и затраты по:

- сбору информации по страховым рискам,
- доведению информации до потребителей (потенциальных страхователей и заинтересованных лиц – выгодоприобретателей и застрахованных лиц),
- убеждению потребителей в полезности страховых услуг,
- заключению и исполнению договоров страхования (оценка имущества и рисков, превенция и т.п.),
- контролю и защите выполнения условий договоров страхования и т.п.

Кроме того, к транзакционным издержкам относятся и такие, которые можно интерпретировать как издержки, связанные с дефицитом информации¹⁸.

¹⁸ См., например, Dahlman C.J. The problem of Externality // Journal of Law and Economics. 1979. № 1(22).

Необходимость снижения издержек, связанных с заключением договора страхования и его последующим исполнением, породила специфику функционирования организаций, занимающихся оценочной деятельностью по заказу страховых компаний и страхователей (сюрвейеров, аварийных комиссаров, аджастеров и т. д.).

Страховой рынок может устойчиво и интенсивно развиваться в случае снижении всех издержек, а не только каких-либо отдельных. Например, снижение издержек по купле-продаже страховых услуг путем введения института обязательного страхования, может привести к негативным последствиям в случае непринятия мер по снижению иных транзакционных издержек. В частности, следует обратить внимание на возможный рост издержек по убеждению общества или его определенной части в полезности законодательно навязываемых услуг обязательного страхования, которые в отдельных случаях могут быть экономически не целесообразными.

В связи с этим, введение новых видов обязательного страхования не всегда может способствовать развитию страхового рынка, хотя и обуславливает экстенсивный рост страховых взносов.

Страховой рынок характеризуется как сложная многофакторная динамическая система, состоящая из регулярно взаимодействующих и взаимозависящих групп отдельных частей и элементов. К составным частям, взаимодействующим в рыночной системе страховых услуг, относятся: классические страховые продукты, система тарифов и льгот, тарифная политика лидеров рынка, инфраструктура страховщиков по взаимодействию с клиентурой и др.

Институциональная структура страхового рынка большинством исследователей воспринимается как данность и редко является самостоятельным предметом научного обсуждения. В то же время представляется практически трудным и достаточно сложным достижение устойчивого развития страхования в России и осуществления им соответствующих экономических задач и функций без обоснования и определения приоритетов в развитии основных институтов страхового рынка.

Структура страхового рынка (в авторской трактовке) — это возникающие и воспроизводящиеся соотношения и пропорции между различными институтами, субъектами (страховыми компаниями и страхователями) и объектами (видами и технологиями страхования) страхового рынка в соответствии с установленными критериями. Соответственно, под **институциональной структурой страхового рынка** следует понимать социально-политические, организационно-экономические и правовые нормы, являющиеся базой для создания, продвижения

и потребления страховых услуг на основе контрактов – договоров страхования (институциональная среда), а также совокупность организаций, профессионально занимающиеся страховой деятельностью и ее регулированием (организационная структура). Схематично институциональная структура страхового рынка России в ее развитии представлена на рис. 1.

В связи с таким соотношением различных институтов на рынке и их иерархической зависимостью можно сформулировать один из методологических принципов управления институциональным развитием страхового рынка следующим образом: институциональная среда через институциональное устройство страхового рынка программирует формирование определенной его организационной структуры. Другими словами, это принцип прямой зависимости организационной структуры страхового рынка от институционального его устройства.

В то же время верно и обратное утверждение, так как по сути организации ради достижения поставленных учредителями целей являются главными агентами институциональных изменений.

В данном постулате можно увидеть обоснование и пояснение эффективности саморегулирования рынка, но отдавая должное при этом объективной необходимости общественного контроля и, в конечном итоге, государственного регулирования в целях соблюдения баланса интересов потребителей и производителей товаров, работ и услуг, в том числе и страховых услуг (рис. 1).

Институциональная среда, создавая ограничения, образует пространство, в рамках которого действуют организации (предприятия). Важно отметить, что если организации направляют свои усилия на непродуктивную с точки зрения общества деятельность, то это можно интерпретировать, что система ограничений сформировала неверные стимулы для их развития.

Для того, чтобы организации стали функционировать в интересах общества, необходимо изменение институциональной структуры рынка (эволюция или революция). При этом эволюционный путь развития предполагает модернизацию институциональной среды – институциональные изменения.

Следовательно, под **институциональным развитием страхового рынка** необходимо понимать совокупность институциональных изменений, способствующих трансформации институциональной структуры страхового рынка, снижению транзакционных издержек договора страхования, повышению социально-экономической эффективности страхования в стране.

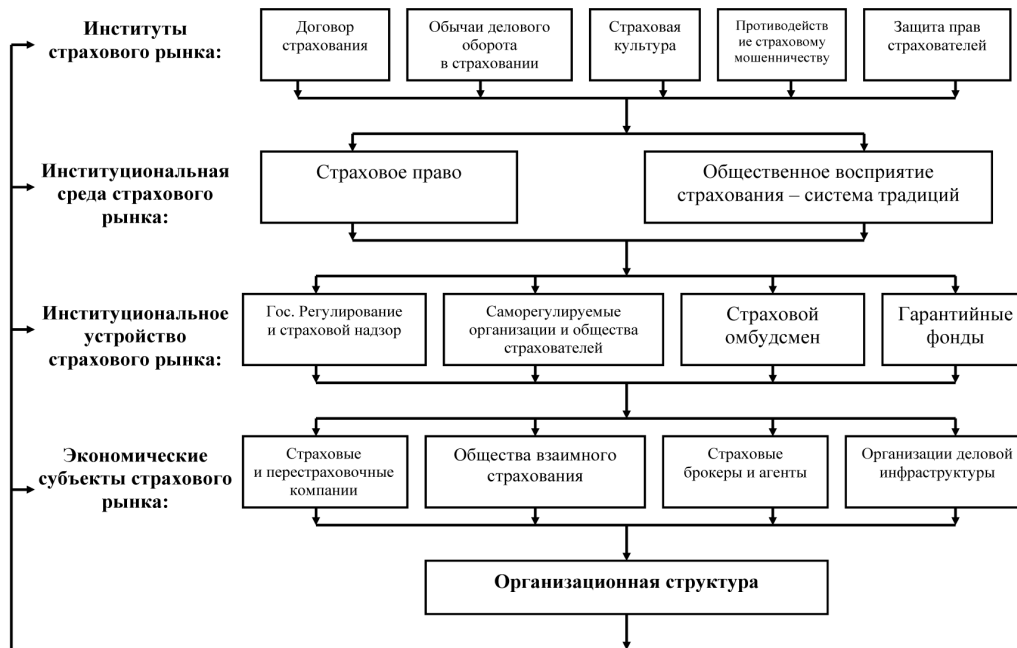


Рисунок 1. Развитие институциональной структуры страхового рынка России¹⁹

¹⁹ Цыганов А.А. Экономическое содержание понятий, характеризующих страховой рынок и его структуру// Финансы и кредит. 2008. № 12 (300).

Трансформация институциональной структуры страхового рынка предполагает активное вовлечение в страховые процессы субъектов инфраструктуры, которые занимают особое место на рынке и обеспечивают условия благоприятствования и эффективного продвижения страховых продуктов до потребителей. К инфраструктуре страхового рынка относятся организации, способствующие страховой деятельности и обеспечивающие повышение ее эффективности, но не занимающиеся собственно страхованием и, соответственно, не создающие страховых фондов. В соответствии с этим предлагается следующее определение данного понятия. **Инфраструктура страхового рынка** представляет собой систему институтов содействия купле-продаже и потреблению страховых услуг и соответствующих этим институтам различных регулирующих механизмов, обеспечивающих экономически выгодные условия для эффективного взаимодействия между страхователями и страховщиками на рынке.

К функциям инфраструктуры страхового рынка следует отнести:

- создание внешних условий для более эффективной работы страховых компаний, в том числе выполнение своих задач институциональной инфраструктурой — страховой надзор, антимонопольное регулирование, саморегулирование рынка и т.д.,
- обеспечение сбалансированности спроса и предложения на страховом рынке,
- формирование условий для создания страхового бизнеса (образовательные услуги, независимый аудит, актуарное оценивание бизнеса и т.д.),
- обеспечение информационно-посреднических услуг для основных субъектов рынка — страхователей и страховщиков и др.

Необходимо отметить, что инфраструктура страхового рынка довольно разнородна по видам деятельности и функциям различных организаций, субъектов страховых отношений, а отдельные ее элементы развиты в различной степени.

Важным методологическим положением институционального развития является установление и четкое разграничение следующих разновидностей инфраструктуры страхового рынка: посреднической, деловой и институциональной.

К *посреднической инфраструктуре страхового рынка* относятся сбытовые структуры: агенты, брокеры, организации, представляющие собой новые каналы продвижения страховых услуг.

Субъектами *деловой инфраструктуры страхового рынка* являются организации, занимающиеся деятельностью по предупреждению случаев страхового мошенничества и ведению соответствующих баз дан-

ных, аутсорсингом некоторых функций деятельности страховщиков; инвестиционные компании, организации по оценке имущества, рисков и ущербов; организации, специализирующиеся на оказании консалтинговых и рекламных услуг страховщикам, научные и образовательные учреждения, а также информационные агентства.

Среди субъектов *институциональной инфраструктуры страхового рынка*, чье предназначение состоит в обеспечении функций общественного и государственного регулирования страхового рынка, следует особо выделить общества по защите прав и интересов страхователей, выгодоприобретателей и застрахованных лиц. Отнесение гарантийных фондов, защищающих права и интересы страхователей и застрахованных лиц, к организациям институциональной инфраструктуры страхового рынка вызвано тем, что данные фонды играют на страховом рынке весьма важную роль по повышению доверия страхователей к самому инструменту страхования, внедрению обсуждавшего ранее института страховой культуры.

Важную роль в развитии инфраструктуры страхового рынка играют не только государственные органы, ответственные за состояние российской экономики и страхового рынка, но и объединения страховщиков, брокеров, исследователей страхового рынка, которые относятся к институциональной инфраструктуре наряду с органами государственного управления и судебной системой²⁰.

Таким образом, исследование теории и методологии институционального развития страхового рынка России позволит значительно расширить терминологически-понятийный аппарат, содержательные компоненты отдельных звеньев, элементов институциональной структуры рынка и обосновать методологические положения по формированию условий, среды, субъектов по обеспечению эффективного функционирования многочисленных и разнородных институтов в национальной страховой системе. Интенсивное развитие страховых отношений возможно только при разработке комплексных мер, направленных не только на создание новых видов классического добровольного и обязательного страхования, но и на формирование полноценной институциональной среды российского страхового рынка, экономическую поддержку страховых компаний, страховых посредников и других субъектов страхования.

²⁰ См. подробнее: Цыганов А.А. Обеспечение гарантий прав и интересов страхователей и застрахованных лиц // Финансы и кредит. 2005. №18(186). С.24–29.

Шайхутдинова Е. С.
аспирант,
ЧОУ ВПО «Институт социальных
и гуманитарных знаний»

Система дистанционного банковского обслуживания физических лиц как фактор конкурентного преимущества на рынке банковских услуг

Распространение и популяризация банковских услуг является важнейшей задачей экономического развития России. В статье выявляются предпосылки для внедрения систем дистанционного банковского обслуживания физических лиц в российских банках. Также рассматривается степень влияния технологических инноваций на уровень конкурентоспособности на рынке розничных банковских услуг, определяются основные задачи, требующие решения при внедрении систем дистанционного банковского обслуживания.

Ключевые слова: ДБО, банковские услуги, инновации, розничные банковские услуги.

Remote banking services to individuals as a factor of competitive advantage in the banking services market

Banking services distribution and promotion is a key task of economic development of Russia. The article identifies the pre-conditions for the implementation of remote banking services to individuals in Russian banks. The article also considers the extent of the impact of technological innovation on the level of competitiveness in the retail banking market, identifies the main challenges to be addressed when implementing the remote banking systems.

Keywords: RBS, banking, innovation, retail banking services.

Сегодня российский рынок банковских услуг активно развивается. По причине того, что Россия не так давно встала на рыночный путь развития экономики, российский рынок банковских услуг также находится на начальном этапе развития. Основной причиной высоких темпов развития российского банковского сектора, за довольно короткий период времени, обусловлен тем, что «молодой» банковский бизнес России, будучи интегрированным в глобальной финансовую систему, конкурируя с опытными иностранными банками, открывшими свои представительства в России, вынужден был сохранять конкурентоспособность и завоевывать рынок. На начальном этапе, отсутствие опыта работы в условиях рыночной экономики, недостаток квалифицированных управленцев, отсутствие законодательной базы, привел к откры-

тию огромного количества кредитных организаций, деятельность которых не отличалась абсолютной прозрачностью.

В начале 90-х годов, отечественные банки в первую очередь развивали корпоративный сегмент, так как основу банковского бизнеса в тот период составляли крупные корпоративные клиенты. Но в последнее десятилетие, с целью диверсификации рисков, банковский бизнес обратил внимание на потенциал рынка розничных услуг. На это указывает увеличение филиальной сети, при общем снижении количества кредитных организаций. Так если с 2005 по 2012 г. количество кредитных организаций снизилось на 24%, то количество филиалов всего на 13%¹, что говорит о развитии филиальной сети. Необходимо также учесть, что в настоящее время, помимо филиалов действует большое количество дополнительных офисов, операционных офисов, передвижных пунктов кассовых операций, которые также способствуют популяризации розничных банковских услуг.

Сегодня развитые экономики мира перешли к новому этапу развития – инновационному. Это в значительной степени изменило привычное представление о конкуренции как в экономике в целом, так и в банковском секторе, в частности. Развитые технологии стали едва ли не главным условием обеспечивающим конкурентоспособность на банковском рынке.

В сфере банковских услуг в последние годы идет активное внедрение систем Дистанционного банковского обслуживания (далее ДБО), которые изменили привычный взгляд на процесс оказания банковских услуг.

Крупные игроки банковского рынка, такие как Сбербанк, ВТБ-24, Альфа-Банк, Банк Русский Стандарт имеют очень развитую систему ДБО, включающую интернет-банкинг, мобильный банкинг, управление счетами с помощью различных устройств самообслуживания. Остальные банки частично ограничиваются использованием SMS-сервисов и возможностью отправить заявку на кредит или открытие депозита с использованием сети Интернет, что нельзя считать системой полноценной ДБО.

Так внедрять или не внедрять систему ДБО физических лиц в банке? При желании сохранить конкурентоспособность на рынке банковских услуг, руководство не должно задаваться таким вопросом. Банковские технологии обязательно должны использоваться в процессе обслуживания клиентов. Наверное, не вызывает сомнений, что банк будущего – это банк с набором уникальных технологий, позволяющих клиенту со-

¹ По данным официального сайта ЦБ РФ URL:www.cbr.ru

вершать финансовые операции из любой точки мира, в любое время суток и любой день недели, оперативно, эффективно и безопасно. Неудивительно, что уже сейчас российский рынок дистанционного банковского обслуживания развивается стремительными темпами. Эксперты утверждают, что за последние несколько лет в этой области произошел качественный сдвиг: наиболее дальновидные банки стали применять интернет-банкинг, мобильный банкинг и другие виды ДБО во всех аспектах своего бизнеса. Параллельным курсом идет и развитие ИТ-сопровождения систем ДБО ².

При внедрении полноценной системы ДБО, руководство кредитной организации сталкивается со следующими задачами:

1. Обоснование необходимости внедрения ДБО. В одном случае от внедрения системы ДБО ожидают быстрой окупаемости и прибыли в дальнейшем. В другом случае, руководство внедряет систему ДБО с целью расширения клиентской базы, сокращения издержек на содержание полноценных дополнительных офисов и точек продаж, повышение пропускной способности, отсутствие очередей в банковских отделениях.

Разумеется, система ДБО не приносит мгновенной прибыли сразу же после внедрения. Обоснованием внедрения системы ДБО физических лиц должно являться не желание в короткие сроки окупить затраты на внедрение, а желание руководства строить современный банковский бизнес, идущий в ногу с западными технологиями и современными стандартами обслуживания.

2. Выбор системы ДБО физических лиц. По данным исследования CNews Analytics ³ в 2012 году отмечено перераспределение рынка в сторону профессиональных разработчиков ДБО, так как до 2012 г. в данном сегменте лидировали системы ДБО, разработанные самими банками. По данным на 01.01.2012 г. по данным банков, входящих в ТОП-100 лидирующую позицию в структуре рынка систем ДБО физических лиц занимает компания BSS — ее доля составляет 31,7%. На втором месте системы собственной разработки банков с показателем 25,8%. Третье место принадлежит компании «Бифит» (12,8%). Тенденция к внедрению систем ДБО, разработанных профессиональными разработчиками связана с их универсальностью и многофункциональностью. Недостатком систем ДБО, разработанных банками является риск плагиата, в случае увольне-

² Оксана Дьяченко. Российский рынок ДБО уверенно растет// Национальный банковский журнал № 9 (88) 2011 г. С. 78–82.

³ Исследование CNews Analytics «Исследование рынка систем дистанционного банковского обслуживания». 2012 г. URL: http://www.cnews.ru/downloads/CNews_DBO_Report_2012.pdf

ния разработчика и перехода на другое место работы и, как правило, более низкий профессиональный уровень разработчиков.

3. Подбор и обучение персонала. Внедрение систем ДБО позволяет банкам значительно сократить численность персонала, занимающихся непосредственно обслуживанием клиентов. Но нельзя забывать о том, что система ДБО не может функционировать отдельно от основного банковского персонала, работающего с клиентами. Поэтому к обучению персонала необходимо подходить очень ответственно, ведь именно персонал выступает в роли посредника между «неодушевленной» системой и клиентом. Зачастую, только грамотно обученный персонал способен продать банковскую услугу сомневающемуся клиенту. Сотрудники call-центров, сотрудники, обслуживающие клиентов в банковских отделениях, менеджеры, а также специалисты по информационной безопасности — должны владеть подробной информацией о возможностях удаленного доступа, о системе безопасности и возможностях страхования рисков, при использовании системы ДБО. На сегодняшний день, особенно востребован ИТ-персонал. «Интерес банковского сектора к ИТ-специалистам растет на протяжении последних трех лет на 11—12% ежегодно. Востребованы разные специальности: системные администраторы, сетевые инженеры, разработчики, тестировщики, системные аналитики, специалисты по информационной безопасности. В последние год-полтора значительно растет интерес банков к разработчикам, в том числе и для мобильных платформ iOS, Android, WM...» — заявил Глеб Лебедев, директор по исследованиям рекрутингового агентства HeadHunter⁴.

Важность этого этапа внедрения систем ДБО невозможно переоценить. Ведь если клиент видит, что менеджер или специалист банка не уверен в безопасности продукта, не владеет полной информацией о системе — это, скорее всего, отпугнет потенциального клиента, который вряд ли обратится в этот банк снова.

5. Система безопасности. Этому вопросу уделяется максимальное внимание, при выборе и внедрении системы ДБО. Надежность системы безопасности — это, пожалуй, одно из главных препятствий к популяризации ДБО среди населения.

По данным ЦБ, в 2011 г. потери от мошенничества по безналичным расчетам выросли на 40%. Первое место занимают хищения через удаленные терминалы, на их долю приходится 58% объема всех потерь, 40%

⁴ Смирнов Е. «Банки стремительно наращивают ИТ-персонал». СNews 2012 г. URL: http://hh.cnews.ru/top/2012/10/24/banki_stremitelno_narashhivayut_itpersonal_507439

средств мошенники украли с помощью банкоматов, в оставшихся 2% — теперь большая часть приходится на расчеты через электронные деньги ⁵.

Мошеннические действия третьих лиц, как правило, производятся в отношении юридических лиц. Для мошенников, привлекательность данного вида клиентов обусловлена объемами денежных средств, участвующих в финансовых операциях. Мошеннические действия с частными средствами, чаще всего, происходят из-за неосторожности самого клиента, его излишней доверчивости, то есть когда человек сам передает третьему лицу данные для входа в интернет-банк, пин-коды пластиковых карт и другую секретную информацию.

6. Популяризация удаленного доступа к банковским услугам среди имеющих клиентов банка, привлечение новых клиентов;

Невысокая популярность системы ДБО в России, по сравнению со странами с развитой экономикой, обусловлена следующими причинами (Таб. 1).

Таблица 1

Основные проблемы, препятствующие активному развитию систем ДБО ⁶

Проблемы	Пути решения
невысокие темпы проникновения технологических инноваций в повседневную жизнь населения страны в целом;	<ul style="list-style-type: none"> - внедрение инноваций не точно, а стихийно. - необходимость в выработке государственной политики в отношении инновационного развития экономики в целом.
консерватизм некоторой части населения;	<ul style="list-style-type: none"> - возможность оказания «традиционных» банковских услуг той части клиентов, которые предпочитают исключительно «живое» общение с работником банка
низкая степень информированности клиентов, порождающая страх перед новыми технологиями;	<ul style="list-style-type: none"> - распространение рекламной продукции, содержащей информацию о возможностях системы, а также короткие разъяснения и алгоритм использования системы ДБО - сопровождение клиента при первом использовании системы. - консультация клиента, акцент на преимуществах использования удаленного доступа к банковским услугам
неумение пользоваться системой ДБО;	<ul style="list-style-type: none"> - на начальном этапе, обязательно присутствие сотрудников банка рядом с платежными терминалами, информационными киосками, с целью оказания помощи.

⁵ Платонова О. «ЦБ предложил банкам показывать мошеннические операции по картам в отчетности». Ведомости финансы. URL: http://www.vedomosti.ru/finance/news/6802171/cb_pre

⁶ Составлено автором.

	<ul style="list-style-type: none"> - наличие круглосуточного доступа к call-центру - возможность получение справки или технической поддержки в меню системы. - распространение рекламной продукции, содержащей короткие разъяснения и алгоритм использования системы ДБО
страх потерять личные денежные средства, в случае ошибки или неисправности системы;	<ul style="list-style-type: none"> - набор квалифицированного персонала, обеспечивающего техническое сопровождение и обслуживание системы. - обеспечение возможности клиента оперативно связаться с сотрудниками банка, в случае сбоя системы
боязнь мошенничества, утечки информации;	<ul style="list-style-type: none"> - максимальное упрощение интерфейса, без ущерба для безопасности системы. - минимизировать использования технических терминов в общении с клиентами.
отсутствие возможности уточнить информацию, задать вопрос лично сотруднику банка;	<ul style="list-style-type: none"> - создание call-центров, с круглосуточным доступом к информации о счетах. Возможность поговорить лично с оператором - SMS-информирование, информирование по эл. почте, об операциях по счетам

Абсолютно точно можно сказать, что банки, придерживающиеся исключительно «традиционного» обслуживания физических лиц, в ближайшее время, не смогут сохранить конкурентоспособность на рынке ритейла, независимо от их ценовой политики. Количество платежей физических лиц демонстрирует ежегодный рост, получают все большее распространение безналичные расчеты, стремительно развивается розничная интернет-торговля. То есть сама природа банковских услуг и банковских продуктов не меняется, меняется сам процесс оказания услуги, технология продаж.

По данным исследования проведенного в 2012 г. CNews Analytics ⁷, систему ДБО физических лиц используют в 82,8% банков, входящих в сотню крупнейших банков России (по активам). Самой распространенной, среди банков Топ-100, является система типа «интернет-банк», ее используют 79,8% банков, что на 4 п.п. больше, чем в 2011 г. На втором месте находятся решения для мобильного банкинга, уровень проникновения которых, за период 2011–2012 гг., вырос на 20,1 п.п и к началу 2012 г. составил 54,1%.

⁷ Исследование CNews Analytics «Исследование рынка систем дистанционного банковского обслуживания». 2012 г. URL: http://www.cnews.ru/downloads/CNews_DBO_Report_2012.pdf

По данным ЦБ РФ, ежегодно растет количество счетов, открываемых физическим лицам. На рис. 1 представлены данные о счетах физических лиц с дистанционным доступом за период с 2008 г. по 2013 г.

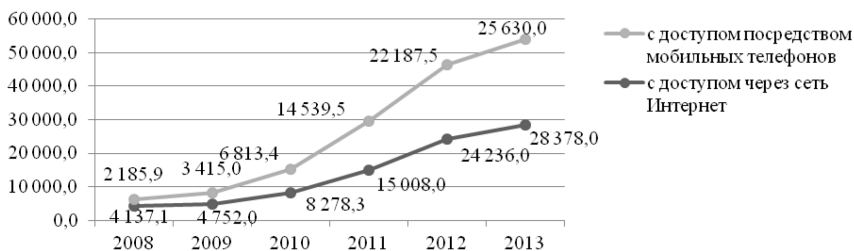


Рис. 1. Количество счетов с дистанционным доступом, открытых физическим лицам в кредитных организациях (на начало года, в тыс. ед.)⁸

Согласно рис. 1, в период 2008–2013 гг. количество счетов физических лиц с доступом посредством мобильных телефонов увеличилось на 23 444,1 тыс. ед., а количество счетов с доступом через сеть Интернет, за этот же период, выросло 24 240,9 тыс. ед.

На рост данных показателей, безусловно, оказывает влияние общее распространение Интернета и мобильной связи в РФ. Задачей банковского бизнеса является своевременная реакция на запросы общества, которые активно развиваются в направлении современных технологий.

Развитие отдельных элементов ДБО юридических лиц началось задолго до развития ДБО физических лиц. По данным ЦБ РФ в 2008 г. более 60% платежных поручений юридических лиц поступало в кредитные организации электронным способом. На конец 2012 г., количество платежных поручений юридических лиц, полученных электронным способом составило уже 80%. На рис. 2 содержатся данные о количестве платежей физических лиц (с использованием платежных поручений).

Согласно рис. 2, в 2008 г. 37,2 млн. ед. платежных поручений было отправлено электронным способом, что составляет 20% от общего числа платежных поручений физических лиц. В 2009 г. не наблюдалось каких-либо серьезных изменений. Но начиная с конца 2010 г. электронный способ поступления платежных поручений физических лиц начинает расти. В 2012 г. уже более 43% платежных поручений поступило в кредитные организации по электронным каналам.

⁸ Составлено автором по данным www.cbr.ru.

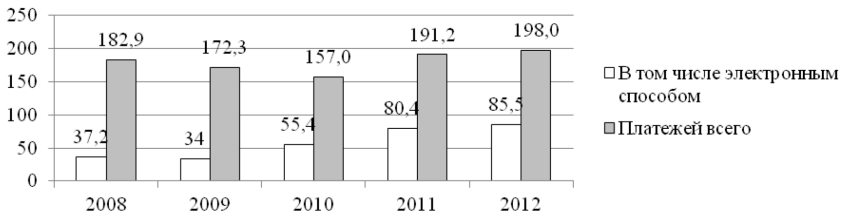


Рис. 2. Количество платежей физ. лиц, поступивших в кредитные организации, с использованием платежных поручений (в млн. руб.)⁹

В отличие корпоративного сектора банковского обслуживания, где в большинстве случаев используют дистанционные каналы обслуживания во взаимоотношениях с кредитными организациями, на рынке розничного банковского обслуживания имеется определенный резерв для развития.

Согласно теории инновационного развития, участник рынка, первым внедряющий какое-либо новшество, имеет определенное преимущество на рынке, в силу своего временного монопольного положения на данном рынке. Этот факт обостряет конкуренцию на рынке розничного банковского обслуживания, благотворно влияет на его развитие, способствует совершенствованию рынка финансовых услуг в целом.

Так появились предпосылки не только для перераспределения сил между традиционными и дистанционными способами оказания банковских услуг физическим лицам, но и для создания банков, работающих исключительно в плоскости ДБО. Первым дистанционным российским банком стал ТКС-Банк, который на сегодняшний день имеет более 3 млн. клиентов, не имея при этом ни одного банковского отделения. В 2012 году, по версии англоязычного ежемесячного журнала Global Finance, ТКС Банк был признан лучшим розничным интернет-банком России, имеющим, в том числе, лучший интернет-сайт¹⁰. Созданию удобных в использовании интернет-сайтов часто не уделяется должного внимания, хотя, согласно результатам опроса, проведенного Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ) в 2012 г., на просьбу охарактеризовать идеальный банк, 25% опрошенных ответили, что идеальный

⁹ Составлено автором по данным www.cbr.ru.

¹⁰ Официальный сайт журнала Global Finance URL: <http://www.gfmag.com/tools/best-banks/11873-worlds-best-consumer-internet-banks-in-central-a-eastern-europe-2012.html#axzz2U0869jvR>

банк должен быть современным и технологичным, а 19%, что это банк, обладающий удобным сайтом и онлайн-обслуживанием ¹¹.

Разумеется, нельзя сказать, что платежи посредством сети Интернет являются инновацией. Однако инновациями, в данном случае, можно считать предложения по планированию бюджета и возможность максимального контроля за расходами. Лишь несколько банков, на данный момент, предоставляют такие услуги в рамках ДБО. Для преодоления страха перед инновациями, когда клиенты испытывают естественные опасения за безопасность платежей, при использовании дистанционных каналов, необходимо создавать простую и максимально детализированную систему отчетности в рамках ДБО. Основным заблуждением, при внедрении систем ДБО физических лиц в российских банках, является ориентация на «опытного пользователя». Действительно, как показывают многочисленные опросы, основными потребителями удаленных банковских услуг являются относительно молодые люди, которые легче принимают технологические новшества (рис. 3).

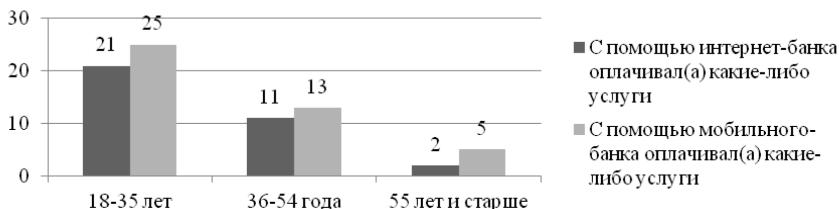


Рис. 3. Данные о возрасте потребителей удаленных банковских услуг (в % от группы) ¹²

Как показано на рис. 3, из возрастной группы 18–35 лет, интернет-банком и мобильным банком пользовались 21% и 25% опрошенных, соответственно. 11% опрошенных, входящих в возрастную группу 36–54 года, пользовались интернет-банком и 13% мобильным-банком. В возрастной группе 55 лет и старше только 2% опрошенных хоть раз пользовались интернет-банком и 5% мобильным банком.

Но даже клиенты, относящиеся к возрастной группе до 35 лет, предпочитают получать подробные и систематизированные отчеты о собственных средствах, а не просто список транзакций за определенный пери-

¹¹ Инициативный всероссийский опрос НАФИ в 2012 г. URL: <http://www.banki.ru/news/research/?id=4323275>

¹² Составлено автором по данным сайта ФОМ URL: www.fom.ru.

од. Клиент должен иметь возможность получать не просто выписку по счету, а иметь возможность просматривать отчеты, где операции классифицируются по определенным признакам. В системе интернет-банк клиент должен иметь возможность сформировать отчет как о структуре расходов, так и о структуре доходов, а также должен иметь возможность оценить собственные расходы и доходы в динамике. Признаки классификации могут быть различными:

- категории расходов/доходов (продукты питания, развлечения, одежда и т.д);
- сезонность расходов/доходов и так далее.

На рис. 4 представлен пример отчета о расходах клиента в разрезе категорий затрат.

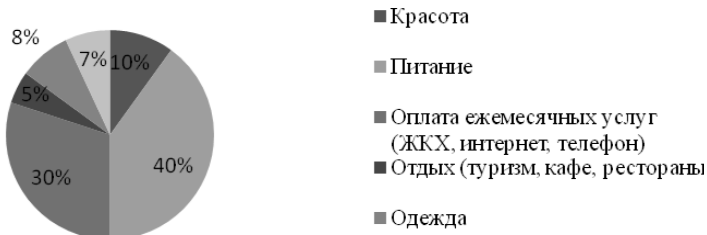


Рис. 4. Пример отчета о затратах клиента интернет-банка (по категориям затрат)¹³

На рис. 4 выделены лишь некоторые категории затрат, количество их может варьироваться.

Еще одной новацией являются условно программируемые платежи через интернет-банк, когда клиент может установить список поставщиков услуг и лимиты, в пределах которых оплата будет производиться автоматически. «Клиенту не нужно тратить время на поход в отделение для регулярных платежей, а также следить за своевременностью их совершения, — говорит начальник отдела перспективных проектов дирекции развития электронных услуг Альфа-банка Михаил Батуев. — У получателя платежа при этом не возникает дебиторской задолженности и издержек по ее снижению»¹⁴.

¹³ Составлено автором.

¹⁴ Интернет, телефон, терминал и другие инновации в области розничного финансового бизнеса // Ксения Деметьева, Евгений Хвостик, «КоммерсантЪ», №99/П (4884), 04 июня 2012 года URL: <http://bankir.ru/tehnologii/s/vklad-v-vysokie-tehnologii-10001825/#ixzz2U1C4Eywe>.

То есть просто необходимо понимать, что внедрение системы ДБО уже не является конкурентным преимуществом на рынке розничных банковских услуг. Конкурентным преимуществом является внедрение эффективной, надежной, простой в использовании, безопасной системы ДБО, которая действительно способна отвечать запросам широкого круга клиентов. Система ДБО должна стать полноценной заменой традиционного банковского обслуживания, а не дополнением к личным визитам в отделение банка.

Используемые источники

1. Официальный сайт ЦБ РФ URL: www.cbr.ru
2. Оксана Дьяченко Российский рынок ДБО уверенно растет // Национальный банковский журнал № 9 (88), 2011 г. С. 78–82.
3. Исследование CNews Analytics «Исследование рынка систем дистанционного банковского обслуживания». 2012 г. URL: http://www.cnews.ru/downloads/CNews_DBO_Report_2012.pdf
4. Е. Смирнов «Банки стремительно наращивают ИТ-персонал». CNews 2012 г. URL: http://hh.cnews.ru/top/2012/10/24/banki_stremitelno_narashhivayut_itpersonal_507439
5. О. Платонова «ЦБ предложил банкам показывать мошеннические операции по картам в отчетности». Ведомости-финансы. URL: http://www.vedomosti.ru/finance/news/6802171/cb_pre
6. Официальный сайт журнала Global Finance <http://www.gfmag.com/tools/best-banks/11873-worlds-best-consumer-internet-banks-in-central-a-eastern-europe-2012.html#axzz2U0869jvR>
7. Инициативный всероссийский опрос НАФИ в 2012 г. URL: <http://www.banki.ru/news/research/?id=4323275>
8. Интернет, телефон, терминал и другие инновации в области розничного финансового бизнеса. // Ксения Дементьева, Евгений Хвостик, «Коммерсантъ», №99/П (4884), 04 июня 2012 года URL: <http://bankir.ru/tehnologii/s/vklad-v-vysokie-tekhnologii-10001825/#ixzz2U1C4Euwe>
9. Фонд общественное мнение URL: www.fom.ru

Юсубов Р. С.
соискатель,
Российская академия предпринимательства

Проблемы совершенствования российского рынка страхования и перестрахования

В статье рассматриваются некоторые вопросы и проблемы страхования и перестрахования в последние два десятилетия в России. Значительное внимание уделяется проведению операций по страхованию и перестрахованию, финансированию, созданию и развитию страховых и перестраховочных компаний.

Ключевые слова: *страхование, перестрахование, рынок, операции, себестоимость, прибыль, компании, капитал, банк, организация, риск, группа, мировой, услуги, экономический кризис, десятилетие, пул, совершенствование, финансы, развитие.*

Problems of improvement of Russian insurance and reinsurance market

In article some questions and insurance and reinsurance problems in the last two decades in Russia are considered. The considerable attention is paid to carrying out operations on insurance and reinsurance, financing, creation and development of the insurance and reinsurance companies.

Keywords: *insurance, reinsurance, market, operations, prime cost, profit, companies, capital, bank, organization, risk, group, world, services, economic crisis, decade, pool, improvement, finance, development.*

В раннем периоде развитие российского рынка страхования тормозило нежелание российских властей способствовать страхованию имущества промышленных предприятий. Отечественные предприятия не страховали принадлежащее им имущество, потому что это было невыгодно, так как расходы на страхование не включались в себестоимость, а выплачивались из прибыли после налогообложения¹. Такая финансовая незаинтересованность и невысокая культура страхования приводило к тому, что предприниматели не торопились страховаться сами и страховать имущество и бизнес, стараясь сэкономить на страховании.

Ситуация стала меняться после принятия постановления «О внесении изменений в Положение о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг) и о порядке формирования финан-

¹ Журавин С.Г. Краткий курс истории страхования. М.: Анкил, 2005, с. 95.

совых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли», в соответствии с которым затраты на страхование стали включаться в себестоимость продукции в пределах суммы, не превышающей 1% от объема реализуемой продукции.

Однако, несмотря на то, что это постановление, хотя и способствовало оживлению страховых операций в имущественном страховании, не могло серьезно удовлетворить интересы предпринимателей.

Только в последнее десятилетие государство начало принимать меры по снятию ограничений по отнесению расходов на страхование на себестоимость. В начале 2002 г. была введена в действие глава 25 нового Налогового кодекса, которая позволяет включать затраты на страхование имущества полностью в себестоимость продукции. Это создаст хорошие предпосылки для дальнейшего развития имущественного страхования,

Большое распространение на российском рынке страхования получили отраслевые компании, которые обслуживают интересы банковских и промышленных групп. Как правило, они обслуживают целиком или преимущественно корпоративные страховые интересы учредителей, а также самостоятельных хозяйствующих субъектов, входящих в структуру многопрофильных концернов или крупных финансово-промышленных групп.

Деятельность отраслевых страховых компаний непосредственно связана с коммерческими банками, пенсионными и инвестиционными фондами, другими финансово-кредитными институтами, действующими в системе многопрофильных концернов или крупных финансово-промышленных групп. Эти структуры обычно выступают учредителями таких страховых организаций². Посредством обмена акциями происходит взаимное проникновение и оказывается взаимное влияние на проводимую финансовую политику, тактику и деловую стратегию. Отраслевые страховые компании позволяют экономить на затратах на страхование, в частности, на брокерских комиссиях. Если большая часть страхования не проводится за пределами материнской организации, то отраслевые страховые компании подменяют самострахование, становясь тем самым непрофильным активом.

С самого начала возникновения рынка целый ряд компаний создавался как придаток к тому или иному банку и под уже имеющуюся банковскую клиентуру.

² Абрамов В.Ю. Страхование: теория и практика. М.: Волгерс Клувер, 2007, с. 56.

Отраслевые страховые компании создавались при министерствах, получивших от государства в наследство часть страхового пирога. Все они имеют дело с проводимым из госбюджета обязательным страхованием, которое представляет собой не что иное, как перераспределение государственных средств через частные структуры. К отраслевым страховым компаниям, которые фактически выступали монополистами в страховании той или иной отрасли хозяйства, можно отнести СОГАЗ (страхование предприятий газового комплекса), «Капитал Страхование» (страхование предприятий нефтяной промышленности, входящих в группу «ЛУКОЙЛ»), «Геополис» (страхование предприятий горнорудного комплекса), «Энергогарант» (страхование энергетического комплекса), «Москва» (страхование авиации). Они занимали лидирующие позиции на рынке страхования и не испытывали серьезной конкуренции со стороны других участников рынка. Одним из видов монополистических организаций являются страховые пулы, которые получили некоторое развитие в России. Действовали пулы: по страхованию топливно-энергетического комплекса, по страхованию атомных предприятий, по страхованию гражданской ответственности предприятий, имеющих опасные производства³.

В начале 2002 г. шесть крупных российских страховых компаний (Согласие, Ингосстрах, Военно-страховая компания, РОСНО, Ростгосстрах, РЕСО-Гарантия) создали первый в стране пул страхования рисков терроризма (РАТСП).

Основная задача пула — обеспечить страхование и перестрахование террористических рисков. В планах пула — взять под контроль 50% отечественного рынка перестрахования терактов. Западным компаниям принадлежало 70–80% этого рынка. Другие российские компании также могут вступить в пул, если будут финансово устойчивыми, способными отвечать стандартам страхового надзора⁴.

В начальный период возрождения страхового рынка в России молодые страховые компании столкнулись с необходимостью обезопасить себя при принятии крупных рисков и прибегнуть к системе перестрахования. Поскольку в то время емкость рынка была очень незначительной, а большинство компаний не имело ни квалифицированных кадров, ни опыта в этом деле, многие из страховых компаний обратились к иностранным коллегам по страховому бизнесу. Естественно, создавая

³ Журавин С.Г. Краткий курс истории страхования. М.: Анкил, 2005, с. 97.

⁴ Комплева Н.А. Неудобный «мягкий» рынок. Эксперт. — 2012, №20, с. 32.

свои перестраховочные договоры, эти компании пытались их разместить в этих иностранных перестраховщиках: западные фирмы не только надежнее и профессиональнее, но и имеют несравненно большие финансовые ресурсы. В связи с чем, большая часть премии уходила за границу, а только небольшая часть рисков размещается внутри РФ.

В конце 90-х годов перестраховочные операции — в основном исходящие — риски по договорам страхования и страховые премии, переданные в перестрахование. Хотя рублевым перестрахованием обменивается значительное число компаний, в результате имеют место и входящие рублевые операции, проводимые примерно 300 российскими страховыми компаниями.

По оценке Всероссийского союза страховщиков, примерно 70-80% страховой премии, собираемой в России по имущественным видам, уходит за рубеж. При этом используется порочная система, при которой оформление страхового полиса происходит компанией, передающей риск другому страховщику, так называемый франтинг, к которой прибегают финансово слабые компании, в результате чего за границу передается до 100% риска⁵.

В докризисный период принимались шаги в направлении ограничения оттока денежных средств за границу: меры по созданию государственной всероссийской перестраховочной компании, которая удерживала бы большую часть премий в России и ограничение передачи страховой премии за границу величиной в 40%, планы по образованию частной транснациональной перестраховочной корпорации, проекты по созданию российского перестраховочного пула. К сожалению эти планы так и не сбылись, так и остались лишь хорошими намерениями.

Одной из первых профессиональных перестраховочных компаний в России была компания «Русское перестраховочное общество», созданное в 1992 г. в союзе с Alter Leipziger (Германия) и AIG (США) и Marsh&MacLennan (США).

Среди прямых перестраховщиков одной из наиболее опытной и профессиональной страховой компанией, учитывая более чем 20-летний опыт работы в перестраховании, является ОАО «САК «Энергогарант», которое будучи одной из немногих российских страховых компаний не только передает риски за границу, но и активно принимает риски от зарубежных компаний.

⁵ Журавин С.Г. Краткий курс истории страхования . М.: Анкил, 2005, с. 99.

Необходимо отметить, что многие российские страховщики передают в перестрахование на пропорциональной базе и потому за границу уходит большая часть премии. Российские страховщики недостаточно используют возможности и емкости ОАО «САК «Энергогарант», которое через систему своих договоров может принимать значительные суммы.

Российские перестраховщики предпринимают попытки координировать свои действия и выработать программу развития страхования и перестрахования. Во Всероссийском союзе страховщиков активно работает комитет по перестрахованию. По проблемам страхования и перестрахования ежегодно проводятся всероссийские конференции.

История российского страхового и перестраховочного рынка приводит большое количество примеров неэффективности ведения дел в тех страховых компаниях, которые в отсутствие квалификации и опыта сотрудников стремились получить в ускоренном режиме большую прибыль, привлекая максимальное количество клиентов путем снижения тарифов и прибегая к различным сомнительным схемам.

В конце XX – начале XXI вв. многие российские страховые компании поняли, что в условиях жесткой российской конкуренции и в преддверии прихода иностранцев на отечественный рынок страхования следует либо объединяться в страховые группы из нескольких компаний, либо использовать западную модель так называемого «финансового супермаркета». Примером первого варианта служит Ингосстрах, создавший Транснациональную страховую группу из многих компаний не только в России, но и за рубежом, а также Национальный страховой альянс, компании Лукойл, Коместра, РОСНО, заключившие соглашение с финансовой группой АФК «Система», страховая группа «Прогресс» (Прогресс-Гарант плюс Прогресс), а также ОАО «САК «Энергогарант».

По примеру второго пути, для реализации которого необходимо слияние страховых, инвестиционных и банковских компаний, что позволяет клиенту приобретать в одном «окне» все необходимые финансовые продукты; застраховаться, инвестировать, перевести деньги, открыть банковский счет, пошла Альфа-Групп, которое приобрела 100% акций Восточно-Европейского страхового агентства (ВЕСТА), после чего компания стала называться «Альфа Страхование».

Мировой экономический кризис 2008–2009 гг., который оказал значительное влияние на российскую экономику, привел к обострению проблем развивающегося российского рынка страхования. Главной проблемой является ориентированность ряда страховых компаний на увеличение объема продаж без обеспечения должного контроля за финансовой устойчивостью компании. К серьезному ухудшению положе-

ния страховщиков привело сокращение объема собираемых премий при уменьшении страховых резервов, обеспеченных высоколиквидными активами. Организации, оказывающие услуги в сфере страхования и перестрахования, а также выполняющие задачи стабилизирующего элемента рыночной экономики, сами должны быть надежными в финансовом отношении и являться гарантом принятых на себя финансовых обязательств по возмещению ущерба. Однако приходится констатировать, что неустойчивое состояние российской экономики пока не позволяет страховщикам достичь позитивного финансового состояния и стать гарантом финансовой стабильности. Поэтому в этих условиях естественен уход многих страховых компаний с рынка или балансирование их на грани банкротства ⁶.

Основными проблемами российского рынка страхования является:

- состояние уровня платежеспособности и спроса физических и юридических лиц на предлагаемы страховые услуги;
- слабое развитие страховых операций, зависящее от налогообложения, общего состояния экономики, пенсионного и взаимного страхования;
- необходимость развития долгосрочного страхования жизни ;
- совершенствование законодательства в части упорядочения обязательных видов страхования;
- накопление страховых резервов у страховых компаний и увеличение собственных средств.

Перестрахование в Российской Федерации в настоящее время не способно покрывать большую часть застрахованных в нашей стране рисков в связи с тем, что перестраховочная емкость относительно невелика.

По страхованию имущества и ответственности она составляет порядка 2–2,5 млрд. рублей.

Серьезное негативное влияние на состояние дел на рынке перестрахования и отношении государства к перестраховочной деятельности оказывает наличие всякого рода схем в перестраховании (использование института перестрахования для оптимизации налогообложения, обналичивания денежных средств, незаконного вывоза капитала и т. д.).

Недостаточная емкость российского перестраховочного рынка приводит к необходимости перестрахования значительной части рисков за рубежом. Оттоку перестраховочной премии за границу способствует и то обстоятельство, что крупные корпоративные страхователи, как пра-

⁶ Комплева Н.А. Неудобный «мягкий» рынок. Эксперт. 2012. № 20, с. 91.

вило, требуют перестраховывать свои риски у крупнейших международных перестраховщиков, обладающих наивысшими международными рейтингами.

В связи с изложенным одними из главных задач являются повышение ролей страхования и перестрахования, как факторов финансовой стабилизации экономики при наступлении непредвиденных случайных обстоятельств, наносящих урон государству, бизнесу, предпринимателям и населению.

Существующий уровень развития страхования и перестрахования в России находится не на должном уровне и безусловно требует своего совершенствования и повышения эффективности.

Яковлев В. М.
доктор экономических наук, профессор,
ФГБОУ ВПО «РАНХиГС» при Президенте РФ

Бубенок Е. А.
кандидат экономических наук,
Генеральный директор ООО БТК «60 канал»

Мобилизация потенциала интрапренерства и брендинга как способ повышения конкурентоспособности компаний

Трансформация концепций конкурентоспособности требует поиска методических решений по выявлению и развитию новых эффективных технологий создания устойчивых конкурентных преимуществ компаний. Среди них наиболее востребованными оказываются технологии развития интрапренерства и брендинга.

Ключевые слова: конкурентоспособность, интрапренерство, брендинг, производственная и социальная системы, система управления компанией.

Potential mobilization intrapreneuring and branding as way of increase of competitiveness companies

Transformation of concepts of competitiveness demands search of methodical decisions in identification and development of new effective technologies of creation of steady competitive advantages of the companies. Among them the most demanded there are technologies of development of an intrapreneuring and branding.

Keywords: competitiveness, intrapreneuring, branding, production and social systems, control system of the company.

По мере развития науки, техники, технологий, коммуникаций все сильнее нарастают тенденции глобализации общественной и хозяйственной жизни. В мире осталось немного стран, не включенных или частично изолированных от системы мирохозяйственных связей в силу причин политического характера. На протяжении двух последних десятилетий преодолевает свою изоляцию от мировой экономики и национальное хозяйство России. Однако, его интеграция в систему международного разделения труда происходит весьма драматично.

Во-первых, одним из важнейших отрицательных последствий состоявшегося вхождения страны в мировой рынок стала ее подверженность периодически возникающим экономическим кризисам, которые время от времени переживает большинство стран. Во-вторых, технологически развитые государства пока, в основном, продолжают оценивать нашу страну

как источник углеводородного сырья и рынок сбыта продукции, зачастую посредственного качества, в ряде случаев запрещенной к продаже в стране-производителе. В-третьих, с позиции трансфера технологий возможности России рассматриваются как приоритетные для размещения экологически вредных производств и утилизации отходов. В-четвертых, одной из распространенных целей иностранных инвестиций, направляемых на приобретение акций отечественных предприятий, является подавление возможных конкурентов. В-пятых, пока немногочисленные известные успешные примеры международной кооперации сводятся к продаже нашим предприятиям отработанных устаревающих технологий, а также к получению доступа зарубежных ТНК к не возобновляемым природным ресурсам. Как отметил в этой связи В.В. Путин: «...корпорации – разработчицы и владелицы передовых технологий стремятся не допускать потребителей этих технологий к тому, что можно назвать технологическим ядром. А это не только опытные разработки – это и полный цикл обслуживания технологий. Мы это увидели на своем примере, когда в условиях кризиса наши российские компании пытались купить ряд активов за рубежом. Как только речь заходила о технологических комплексах полного цикла – пусть даже в автомобильной промышленности, – наши западные партнеры немедленно включали красный свет.

Продавая новейшие технологические разработки, фирма-поставщик, как правило, стремится оставить за собой все сколько-нибудь сложные элементы обслуживания оборудования и технологических процессов. Покупатель, таким образом, попадает не только в технологическую, но и в экономическую зависимость от поставщика. Если какая-то страна оказывается аутсайдером в передовых технологических решениях, она несет постоянные экономические потери. Даже если на ее территории расположены сборочные производства – львиная доля прибыли уходит туда, где расположены головные офисы, лаборатории и конструкторские бюро. Поэтому развитые страны работают на принципах технологической кооперации. Их взаимная зависимость укрепляет экономическую и политическую стабильность» [1]. На этом обстоятельстве основывается современная международная конкуренция.

Что необходимо сделать, в каком направлении двигаться, с тем, чтобы наша страна могла занять достойное ее потенциалу место в международном разделении труда, какие конкурентные позиции необходимо развивать – вопросы, требующие поиска теоретически разработанных и методически выверенных решений.

С развитием производительных сил, нарастанием международного соперничества меняется характер и движущие силы конкурентной

борьбы, состав факторов, обеспечивающих устойчивые конкурентные преимущества компаний. Источники формирования конкурентных преимуществ компании в современной экономике можно рассматривать с позиций трех концепций: институциональной, рыночной и ресурсной. Каждая из них дает свой ответ на вопрос, в чем причина стратегического успеха компании в долгосрочной перспективе.

В рамках институционального подхода источником конкурентного преимущества является интеграция компании в окружающую ее бизнес-среду, ее информационное поле и систему отраслевых и рыночных связей, которые избавляют компанию от изоляции в социуме [2].

Рыночная концепция строится на том, что успешность компании в конкурентной борьбе зависит от специфики отрасли, вида и масштаба конкуренции, а так же от поведения самой компании на рынке [3]. В качестве источника конкурентных преимуществ данный подход рассматривает эффективную отраслевую и рыночную позицию компании, выбранную с учетом ее специфики.

Ресурсная концепция основывается на утверждении, что рыночное положение предприятия основывается на не имеющем аналогов сочетании материальных и нематериальных ресурсов компании и управлении ими, поэтому в качестве источника конкурентных преимуществ выступает уникальная комбинация ее оригинальных и трудно копируемых специфических видов ресурсов. Данная концепция наиболее соответствует возрастающей тенденции к приоритету компании, а не отрасли как основной единицы экономического и управленческого анализа. В последнее десятилетие ресурсная концепция становится доминирующей парадигмой в экономической теории [4]. Возникновение данной концепции обычно связывается с целесообразностью отказа в новых условиях конкуренции от методов традиционного стратегического планирования. Вместо них предлагается философия «стратегических намерений» и «стратегической архитектуры», означающая дистанцирование, «разведение» стратегических целей и ресурсов компании, имея в виду, что сегодня, в условиях высокой динамики изменений, «прояснение контуров» будущей отрасли возможно лишь по мере ее создания. В сознании руководителей компаний, нацеленных на успех, должен произойти переворот: им необходимо направлять усилия не на подавление соперника любой ценой в рыночной конкуренции, а на создание собственных, трудно имитируемых другими компетенций как залога лидерства.

Согласно отечественным исследованиям рост бизнеса и конкурентоспособности российских компаний также все меньше зависит от конъюнктуры, внешней среды и все больше — от эффективности использования

внутренних ресурсов, главным из которых является интеллектуальный капитал [5]. Исследователи понятия «интеллектуальный капитал» в основном сходятся во мнении, что данная категория состоит из трех главных частей: организационной (структурной), человеческой и клиентской (отношенческой). К структурному капиталу, как правило, относятся собственные системы программного обеспечения, организация дистрибутивно-сетевой работы, каналы сбыта и снабжения, оригинальные системы мотивации и организации внутренних процессов на предприятии — то есть организационные знания. Человеческий капитал образуют человеческие ресурсы внутри организации с их знаниями, умениями, навыками, опытом, мотивацией (то есть интеллектуальные ресурсы персонала). Под клиентским (отношенческим) капиталом понимают ресурсы организации, представленные сложившимися отношениями с покупателями, поставщиками, органами власти; бренд и другие деловые ресурсы, определяющие статус компании во внешнем окружении.

Исследование проблем формирования, развития и использования интеллектуального капитала является весьма актуальной задачей и в связи с формирующейся в нашей стране «экономикой знаний» [см. 6], которая в ближайшей перспективе должна будет обеспечить адекватное соответствие состояния национального хозяйства новому, шестому технологическому укладу в развитии производительных сил.

Наиболее полно сегодня в трудах ученых исследована лишь одна из составных частей интеллектуального капитала — человеческий капитал. Роль и влияние на обеспечение конкурентоспособности компаний двух других категорий — структурного и отношенческого капитала — изучена пока, как представляется, недостаточно. Поэтому представляется целесообразным обратить внимание на два фактора, имеющих важнейшее значение для обеспечения эффективного формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний на основе использования ресурсной концепции: развитие интрапренерства — внутреннего предпринимательства в компании (составляющей части структурного капитала) и брендинга (элемента отношенческого капитала).

Несмотря на некоторый рост промышленного производства в последние годы, производительность труда в России остается в пять раз ниже, чем в развитых странах¹. Инновационного развития на промыш-

¹ Из подготовленного компанией «Финэкспертиза» доклада следует, что каждый миллион долларов в копилку ВВП России зарабатывают 57 человек. Для сравнения в абсолютных цифрах — в Бразилии для этого требуются 62 человека, в Китае 152, а в Индии — 340. Таким образом, Россия является на сегодняшний день лидером по эффективности труда

ленных предприятиях практически нет. Модернизация коснулась лишь единичных компаний. Поэтому необходим поиск путей изменения ситуации. Это хорошо понимают и руководители предприятий.

В этой связи возникает трудно решаемая задача доведения до руководителей отечественных компаний теоретически выверенных и методически обеспеченных решений отмеченных проблем. Как показывают исследования и практический опыт, это возможно через раскрытие такого понятия, как предпринимательство. Более того, чтобы сузить проблему, речь следует вести об интрапренерстве (внутреннем предпринимательстве).

Значимость предпринимательского начала и его роль в обществе подчеркивалось большинством основоположников авторитетных экономических теорий и исследователей. Р. Кантильон, А. Смит, Ж.-Б. Сэй, В. Зомбарт, К. Маркс, Й. Шумпетер, П. Друкер, И. Адизес – вот далеко не полный перечень исследователей, внесших весомый вклад в развитие теории предпринимательства. Важность данной категории, раскрываемой нами, как процесс поиска изменений в спросе потребителей на продукцию (услуги) и удовлетворения этой потребности путем организации производства, сбыта, маркетинга, логистики, менеджмента, основанной на инновациях, обеспечивающих максимум производительности в каждой из стадий воспроизводства, была существенно снижена во времена административной экономики. Однако, как показывают исследования, и со сменой парадигмы общественного развития, несмотря на меры по активизации инициативы и предприимчивости в экономике, развитию малого бизнеса, поиску лучших решений по организации производства, преодолеть инерцию административной системы удается далеко не всем. Как это ни парадоксально, но даже вновь создаваемые отечественные компании быстро начинают приобретать признаки бюрократизма: формируют раздутые не гибкие организационные структуры, устанавливают строгую внутреннюю иерархию, всесторонне излишне мелочно регламентируют работу, пренебрегают мотивацией персонала, что в совокупности сдерживает инициативу работающих и снижает конкурентоспособность компаний.

Вместе с тем, существуют отдельные блестящие примеры устойчивого поступательного развития компаний, сумевших организовать свою

среди стран БРИК. Однако если сравнить Россию со странами Европы и США, то оптимизм улетучивается. Так, в Германии, ВВП которой по данным на 2010 г. составлял 3,347 трлн. долларов и где проживает около 34 млн. экономически активных граждан, каждый миллион ВВП зарабатывает всего 13 человек, а в США (14,256 трлн. долларов при 154,9 млн. трудоспособного населения) – 11. В среднем по странам G7 данный показатель варьируется в пределах от 11 до 14 человек [7].

деятельность, опираясь на раскрытие потенциала интрапренерства, гармонического взаимодействия персонала при достижении долгосрочных целей компаний, учитывающих требования рынка, внутренние возможности компаний и специфику конкурентной борьбы в отрасли. Однако, научных исследований подобного прогрессивного опыта недостаточно. Крайне ограниченно раскрываются предпринимательские технологии в средствах массовой информации. Учебные дисциплины в ВУЗах ориентированы на понимание предпринимательства лишь, как частной инициативы, свойственной индивидуальным предпринимателям и малым предприятиям. Сложно воспользоваться и зарубежным практическим опытом.

Вот почему необходимы теоретическое исследование и тщательная методическая разработка проблем мобилизации потенциала интрапренерства для целей повышения конкурентоспособности отечественных компаний, что и составляет один из главных вопросов настоящей статьи.

Другой аспект проблемы. Маркетинговые исследования свидетельствуют, что, создавая ценность для покупателей, сильные бренды увеличивают конкурентоспособность компании и ее акционерную стоимость. Например, исследование, проведенное по заказу Ситибанка, охватившее 15-летнюю практику американского фондового рынка, показало, что стоимость акций предприятий, выпускающих известные марочные товары, превышала среднерыночную на 15–20%. Другим доказательством финансовой весомости брендов является то, что у компаний, владеющих сильными брендами, отношение рыночной стоимости к балансовой выше среднерыночного, а в процессе поглощений за них выплачиваются суммы, превышающие балансовую стоимость в 5–6 раз. Подсчитано, что на сегодняшний день для 500 крупнейших мировых корпораций соотношение рыночной и балансовой стоимости составляет 8:1. То есть материальные активы обеспечивают лишь около 12% от их цены, а остальное приходится на активы нематериальные [9].

Как правило, авторитетные зарубежные компании своей практической деятельностью оправдывают те позитивные отличительные особенности, которые декларируются в ходе брендинга их продукции. Это обеспечивается огромной работой по выстраиванию производственной системы, системы управления, взаимодействия с поставщиками, контроля качества и т.д. В наших же условиях подобная практика компаний, на деле фактически не гарантирующих заявленных преимуществ продукции, а использующих брендинг исключительно в качестве текущего инструмента поддержания потребительского спроса (примеры с отечественными производителями пива, табака и т.д. и т.п., продукция

которых не имеет ничего общего со своими зарубежными прототипами и аналогами), является прямым обманом потребителя. С таким подходом вступление страны в ВТО обернется масштабным крахом многих и многих отечественных производителей, о чем, кстати, свидетельствует недавний опыт прибалтийских стран.

Согласно одному из наиболее общих определений, брендинг — это деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару, основанная на совместном усиленном действии на потребителя товарного знака, упаковки, рекламных обращений, материалов, стимулирующих продажи, и других элементов рекламы, объединенных определенной идеей и однотипным оформлением, выделяющих товар среди конкурентов и создающих его позитивный образ.

Роль брендинга в усилении рыночных позиций компаний действительно высока. Однако, проблема состоит в том, чтобы использование этого мощного рычага повышения конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей не являлось очередной маркетинговой уловкой, рассчитанной на простодушного неизощренного в тонкостях рекламной казуистики потребителя, а гарантировало действительно высокие потребительские свойства продукции и услуг каждого конкретного хозяйствующего субъекта. Но, как показывают проведенные исследования, производственная деятельность отечественных предприятий подчас не только не готова к восприятию многих маркетинговых идей и технологий, но и не позволяет обеспечивать выпуск качественной продукции, избегать кризисных явлений, связанных с неудовлетворительной организацией производства и управления.

Если обратиться к имиджевой стороне брендинга в нашей стране, то можно с уверенностью утверждать, что максимум усилий рекламных агентств, средств массовой информации, в особенности телевидения, направлены на продвижение товарных брендов. Вместе с тем, возможности СМИ, как мощнейшего средства воздействия на человека и формирования общественного мнения, практически не востребованы для целей брендинга компаний, действительно заслуживающих высокой оценки и признания в силу такой организации своей деятельности, которая гарантирует высокие потребительские и разумные ценовые характеристики выпускаемой ими продукции. Отсутствует популяризация позитивного опыта таких компаний, возможности СМИ недостаточно используются для создания соответствующего «информационного поля», которое могло бы более эффективно содействовать, в том числе, и эффективному взаимодействию компаний с органами местной администрации.

Касаясь вопроса соотношения понятий «интрапренерство» и «брендинг», следует заметить, что формирование бренда продукта или компании, полностью отвечающего современным представлениям о данной категории, представляет собой квинтэссенцию технологий маркетинга. Кроме того, это дорогостоящий и сложный процесс, требующий соответствующих знаний и адекватных ресурсов. Опыт показывает, что далеко не каждая компания способна организовать подобную работу с ожидаемой высокой результативностью. Для этого необходимо наличие у компании таких качеств, как: инновационность, креативность, умение убеждать людей и завоевывать их доверие, взвешенная рискованность хозяйственных решений и других аналогичных отличительных свойств. Как показано в работе, подобными качествами обладают компании, эффективно использующие потенциал интрапренерства.

Приведенная аргументация позволяет убедительно показать необходимость решения важной научной проблемы – методологически обосновать и разработать пути повышения конкурентоспособности компаний на основе развития комплекса взаимоувязанных технологий мобилизации потенциала интрапренерства и брендинга. В частности, необходимо:

- теоретически исследовать движущие силы трансформации характера конкуренции в условиях формирования глобальной экономики и обосновать лидирующую значимость нематериальных ресурсов компании в обеспечении устойчивых конкурентных преимуществ;
- методологически обосновать ведущую роль таких элементов интеллектуального капитала, как интрапренерство и бренд в обеспечении конкурентоспособности компаний;
- разработать методологический подход к модернизации системы и технологий управления конкурентоспособной компании, позволяющий реализовать качества интрапренерства;
- исследовать существующие концепции брендинга и на этой основе методологически разработать теоретические подходы к оптимизации существующих технологий бренд-менеджмента в качестве средства, обеспечивающего конкурентоспособность компании;
- предложить рекомендации в отношении методов формирования организационной структуры управления компанией, обеспечивающей мобилизацию потенциала интрапренерства для достижения конкурентоспособности компании;

- предложить методические рекомендации по развитию технологий активизации человеческих ресурсов — ключевого направления интрапренерства для обеспечения операционной эффективности компании;
- разработать технологии мобилизации потенциала региональных контрагентов-поставщиков на решение задачи обеспечения стратегического позиционирования компании;
- предложить методические решения по формированию оптимального состава производственной и социальной структуры компании, обеспечивающие создание долгосрочных конкурентных преимуществ на рынке;
- разработать методические рекомендации по созданию привлекательного бренд-имиджа компании на основе применения дружественных «технологий вовлечения» покупателей, а также использования возможностей региональных СМИ.

Исследования показали, что решение задачи модернизации экономики для обеспечения ее конкурентоспособности не может ограничиться простым обновлением основных факторов производства в их классическом понимании. Недостаточно произвести реновацию основных фондов промышленности, энергетики, транспорта, сельского хозяйства и непромышленной сферы. Не принесет ощутимых результатов и простое омоложение персонала компаний. Тем более для этого в настоящее время у страны нет достаточных финансовых ресурсов и необходимых демографических возможностей. Проблема заключается в том, что необходимо придать этим процессам новое качество роста, связанное с мобилизацией значительного сохранившегося интеллектуального потенциала отечественной экономики на повышение производительности труда. Эта проблема имеет первоочередное значение не только потому, что об этом говорят руководители государства. Объективные данные вынуждают признать, что с течением времени наша страна все больше отстает по этому ключевому показателю от развитых стран.

Сегодня производительность труда в нашей стране составляет 26% от производительности в США Поэтому, как заявил в выступлении перед Государственной Думой (19.04.11) В.В. Путин: «За предстоящее десятилетие надо увеличить производительность труда минимум в 2 раза. А в ключевых отраслях российской экономики — в 3–4 раза» [14]. Что может обеспечить достижение подобной цели? Ответов на данный вопрос может быть множество. Но есть такие интересные результаты исследований: «За последние 100 лет США имели среднегодовой прирост производительности в размере 2,5%. Этот прирост достигался, в основ-

ном, за счет трех факторов: труд, обеспечивавший 0,5% прироста производительности; капитал, вклад которого составлял 0,4%; организация и управление, обеспечивавшие 1,6% прироста» [15]. То есть, две трети прироста повышения производительности труда в современных условиях обеспечивается не материальными факторами, не за счет интенсификации использования трудовых ресурсов, а средствами, имеющими нематериальную природу – совершенствованием деятельности в области экономики, организации и управления.

Однако, – это чересчур общая категория для того, чтобы анализировать ее непосредственное влияние на рост производительности труда и конкурентоспособность. Свою детализацию, применительно к исследуемым проблемам, она получает в рамках двух теоретических концепций: ресурсной концепции формирования устойчивых конкурентных преимуществ компании и концепции «интеллектуального капитала», как важного фактора общественного воспроизводства. Первая – в англоязычной литературе, обычно называемая «resource-based view», как указывалось выше, – основана на предположении о стратегической зависимости внешнего положения компании в рыночном пространстве (конкурентной позиции) от внутреннего состояния компании (описываемого, прежде всего, показателями имеющихся или контролируемых ресурсов, в том числе – организационного и клиентского капитала).

Декомпозиция понятия конкурентоспособности компании, как обобщающей характеристики ее целенаправленной деятельности, отражающей уровень эффективности использования компанией своих ресурсов относительно конкурентов, позволяет представить взаимосвязь исследуемых понятий в виде схемы, приведенной на рисунке 1. Уровень конкурентоспособности компании зависит от множества факторов, которые условно можно сгруппировать в два блока: «факторы конкурентной среды» и «базовые факторы». Сущность и характер влияния факторов конкурентной среды, как правило, обоснованно представляются в виде «модели пяти сил конкуренции» М. Портера [18]. Результатом воздействия указанного блока факторов является соответствующее стратегическое позиционирование компании, степень адекватности которого сложившемуся конкурентному балансу находится в непосредственной связи с уровнем конкурентоспособности предприятия.

Однако, помимо факторов конкурентной среды уровень конкурентоспособности предприятия, как гласит ресурсная теория, также зависит и от базовых факторов, то есть от ресурсных возможностей компании. В их числе предлагается выделить следующие компоненты: традиционные и новые факторы производства; характеристики спро-



Рис. 1. Взаимосвязь основных понятий исследования

са, в условиях которого работает компания; потенциал смежных предприятий; выбранная стратегия развития компании, ее производственная структура и структура управления; система обеспечения качества продукции; стиль и методы управления; организация производства.

Как показало исследование, в соответствии с выше приведенными обоснованиями, сегодня наиболее адекватным средством, обеспечивающим эффективное использование выделенных групп факторов конкурентоспособности является применение методов и решений, входящих в арсенал технологий управления элементами интеллектуального капитала компании. Одной из важнейших составных частей организационного (структурного) капитала, оказывающих непосредственное влияние на базовые факторы, является формирование внутреннего предпринимательства (интрапренерства) в компании. Под интрапренерством для целей настоящего исследования предлагается понимать совокупность предпринимательских качеств, присущих персоналу, подразделениям и компании в целом. В части обеспечения эффективного стратегического позиционирования наиболее целесообразно исполь-

зование инновационных технологий мобилизации возможностей брендинга — процесса формирования, поддержания и развития бренда — составной части клиентских (отношенческих) активов компании.

Анализ деятельности успешных компаний показал, что предпринимательский характер деятельности свойственен не только индивидуальным хозяйствам и малым предприятиям, но и компаниям, относимым к среднему бизнесу. В этом случае речь идет о наличии и/или развитии интрапренерства, как о решающем направлении модернизации системы и технологий управления, позволяющем придать деятельности компании основные качества предпринимательства. Большинство научных работ, посвященных анализу конкурентных преимуществ компаний, основывается на изучении опыта крупных международных корпораций именно в силу того, что последние смогли добиться впечатляющих результатов, выражаемых показателями объема реализованной продукции, прибыли, капитализации, охвата рынка. Вместе с тем, существует множество свидетельств тому, что крупные компании по причине чрезмерной сложности своего организационного строения проигрывают в разработке, освоении и выпуске принципиально новой наукоемкой продукции более мобильным компаниям, относимым к среднему и малому бизнесу, что лишает их конкурентных преимуществ, связанных с научно-технической компонентой конкурентоспособности².

Схему возможной неудачи крупных внешне благополучных компаний автор аргументировано строит на трех основных идеях. Согласно первой существует стратегически важное различие между т.н. «поддерживающими» и «подрывными» технологиями. Это различие принципиально иное, чем между последовательными и радикальными технологиями. Крупным компаниям в силу огромной инерции движения эту грань оказывается трудно уловить. Идея вторая: скорость технологического прогресса может опережать — и часто так и происходит — потребности рынка. Это означает, что конкурентоспособность разных технологических подходов может со временем изменяться в разных секторах рынка. И третья идея: в процветающих компаниях, в отличие от средних компаний-новичков, решения об инвестициях определяются текущими предпочтениями потребителей и финансовыми структурами самих компаний [20]. Последние обычно имеют более динамичный характер, менее связаны условностями корпоративного управления, находятся ближе к потребителю и реализуют «предпринимательскую стратегию» [21].

² Существуют оценки, что 90% всех радикальных инноваций в XX веке реализованы компаниями, в которых работало менее 20 человек [19].

Исследование теорий жизненного цикла организаций [см. 22] позволяет обосновать роль обеспечения интрапренерства в системе приоритетов руководителя при управлении компанией, включающей кроме внутреннего предпринимательства сочетание приоритетов достижения результата, администрирования и интеграции. Как показал анализ, успешное развитие предпринимательских качеств в компании является залогом ее долговременных конкурентных преимуществ. Структурированная проекция компонентов интрапренерства на систему управления компании приведена на рисунке 2. На этой основе становится возможной разработка совокупности требований к элементам системы управления компании, реализация которых позволяет придать ее деятельности предпринимательский характер. Так, стремление к развитию в компании качеств новаторства, проактивности, креативности, инициативности требует изменений в организационной структуре компании, сокращения уровней иерархии и числа руководителей, наделения подразделений определенной свободой в принятии решений и особых технологий организации и управления. Воспитание ответственности за результаты работы, ориентации на нововведения, организаторских способностей достигается применением комплекса специальных методов и технологий управления, адекватной деятельностью по развитию и активизации человеческих ресурсов. Способность к предвидению, взвешенная рискованность хозяйственных решений обеспечивается изменением характера выполнения основных процессов управления, переносом центра внимания с текущих на стратегические задачи.

Создание, поддержание и развитие бренда товара (услуги), компании, региона или даже страны в целом представляет собой квинтэссенцию применения технологий маркетинга и способно обеспечить существенное повышение конкурентоспособности носителя бренда. В научной литературе представлено множество эффективных технологий и решений по формированию устойчивого бренда. В своем подавляющем большинстве инструменты брендинга ориентированы на создание и закрепление в восприятии потребителя положительного образа товара или компании-производителя. Этой задачей определяются и методы, используемые для создания искомого образа. Как правило, они апеллируют к чувствам человека, эксплуатируют его привычки, ценности, увлечения, установки³.

³ Некоторые исследователи, далекие от производства, прямо заявляют, что «...физические параметры вещей... важны лишь в той степени, в какой они влияют на восприятие потребителей» [23].

Одним из основных подходов брендинга последнего времени становится применение инструментов нейролингвистического программирования — спорной гуманитарной технологии из сферы прикладной психологии, одной из задач которой, по мнению ее сторонников, является «формализация успешного креативного опыта для обучения ему людей» [24]. И это можно было бы только приветствовать, как свидетельство поиска новых способов продвижения продукции компаний. Однако, как показывают исследования, за многочисленными обещаниями каких-то исключительных потребительских свойств продукции, надежности компаний в качестве партнеров (вспомним отечественные коммерческие банки), лозунгами «поддержим отечественного производителя», позиционированием компаний в качестве спонсоров культурных и благотворительных мероприятий и другими внешними проявлениями брендинга, часто скрывается обман или, мягче сказать, недостоверная информация.

В результате — казавшиеся могучими банки — «Менатеп», «Империл», «Банк Москвы» — исчезли из списка кредитных организаций со всеми вытекающими последствиями для их вкладчиков. Аналогичная история произошла с такими «раскрученными» брендами, как «Хопер-Инвест», «Фаворит», «МММ», «Властелина». Бренд «АвтоВАЗа», несмотря на беспрецедентную поддержку руководства страны, у большинства автолюбителей (за исключением совсем малоимущих, вынужденных покупать один продукт, хотя мечтают приобрести другой) вызывает лишь раздражение.

Как показал анализ, подобная ситуация становится возможной в случае, когда эффективные технологии брендинга теряют (или не приобретают) жесткую связь с фактическим состоянием дел в сфере, непосредственно определяющей потребительские свойства предмета брендинга (товара, компании, региона). Поэтому, для превращения брендинга в реальный инструмент обеспечения долговременных конкурентных преимуществ компаний, необходимо разработать требования к системе управления, основным факторам производства, составу и структуре их производственных и социальных систем, реализация которых позволит наполнить понятие бренда реальным содержанием и, тем самым, обеспечить долговременную конкурентоспособность компаний. В их числе:

- соответствие заявленных в бренде характеристик продукции компании ее фактическим потребительским свойствам должно обеспечиваться адекватным состоянием производственного аппарата, системой управления качеством, квалификацией персонала. «Сила бренда» определяется «силой капитала бренда». Те блага, ради которых приобретает товар или услуга, должны быть гарантированы потребительскими характеристиками продукта;

- глубокий бренд основывается не только на атрибутах самого товара, но и подразумевает целый шлейф смыслов, эмоций, ассоциаций. Одним из этих глубинных смыслов является отражение системы ценностей производителя. Истинный бренд выступает уже не просто как товар, и даже не как средство решения проблем потребителя, а как сообщение компании-производителя о своих принципах и обещание эти принципы соблюдать;
- бренд должен олицетворять культуру (от культуры компании до национальной культуры), что требует формирования организационной культуры компании, отвечающей интересам целевых потребителей ее продукции.

Как показали исследования, организационные структуры управления компаниями строятся исходя из принципа обеспечения эффективной работы производственной структуры по всей технологической цепочке (НИОКР, снабжение, заготовки, первичная переработка, производство комплектующих, сборка, испытания, сбыт) и необходимости выполнения функциональных задач (маркетинг, планирование, контроль, набор и работа с персоналом, бухгалтерский учет, экономическое сопровождение). В зависимости от применяемых типа производственных процессов, характера выпускаемой продукции и иных обстоятельств применяется ограниченный спектр решений в отношении организационной структуры: от создания линейно-функциональных структур — наименее сложных, до проектных и матричных, свойственных отдельным областям деятельности, и дивизиональных — применяемых в крупных диверсифицированных корпорациях. Правильно организованная структура системы управления предполагает четкое распределение задач, прав и ответственности между уровнями иерархии, описываемое в соответствующих регламентах; наличие должностных инструкций с указанием задач, полномочий, профессиональных требований к должностному лицу и его взаимоотношений с руководителями смежных подразделений, а также иные атрибуты, которые позволяют без существенных потерь транслировать управленческие команды «сверху вниз», производить их согласование «по горизонтали» и получать ответную реакцию «снизу-вверх».

Для решения задачи развития потенциала интрапренерства необходим новый методический подход к построению организационной структуры системы управления предпринимательского типа, основными элементами которого являются:

- методические решения по созданию новых бизнесов для реализации инновационных проектов (корпоративный венчур);

- методы трансформации бизнес-модели (развития новых комплиментарных направлений деятельности на единой технико-технологической базе, но на принципах высокой степени хозяйственной самостоятельности подразделений и производств);
- решения по принципиальному сокращению уровней управленческой иерархии, перераспределению задач и ответственности между центром и подразделениями в пользу последних;
- внедрение процедуры согласования кандидатуры руководителя с коллективом;
- рекомендации по изменению статуса руководителя с администратора — на консультанта-организатора;
- построение экономики подразделений аналогично экономике компании в целом (выручка, себестоимость, прибыль, инвестиции, налоги, отчисления...);
- способы расширения полномочий и ответственности работников путем замены должностных инструкций описанием бизнес-процесса подразделения с указанием частично пересекающихся зон ответственности персонала;
- внедрение других организационных решений, позволяющих раскрыть предпринимательский потенциал компании и работников.

Изменения, которые рекомендуется внести в организационную структуру системы управления, требуют разработки адекватных технологий применения экономических методов развития интрапренерства.

В их числе:

- методы построения внутрифирменной системы контрактов на оказание отдельных работ и услуг в рамках новой организационной структуры (внутрифирменный сорсинг, хозрасчет);
- технологии поиска таких комбинаций активов компании, которые создают дополнительную стоимость (приобретение, аренда, лизинг материальных и нематериальных активов, франчайзинг, совместная деятельность...);
- способы создания специального фонда ресурсов, выделяемых для использования в предпринимательских проектах (интракапитал), определения его источников, размеров, порядка формирования;
- методы финансового контроля влияния рекомендованных технологий на производительность труда и конкурентоспособность компании.

В то же время, одних лишь структурных преобразований недостаточно для развития внутреннего предпринимательства в компании. По-новому организованные работники без соблюдения ряда дополнительных условий не смогут реализовать свой предпринимательский потенциал для повышения конкурентоспособности компании⁴. В этой связи необходимо применение комплекса технологий, обеспечивающих решение данной задачи:

- новый методический подход к обучению и собственно учебная программа по разъяснению работникам сущности бизнеса компании, его целей, роли каждого из подразделений в их достижениях, взаимосвязи финансовых результатов деятельности с оплатой труда и премированием;
- комплекс приемов, позволяющих решить задачу пресечения неверного восприятия и/или истолкования работниками процессов, происходящих в компании. Оптимальный круг сведений и способы раскрытия информации, не составляющей коммерческой тайны, но делающей работу компании «прозрачной» для ее работников, устраняющей возможность нарастания социальной напряженности в коллективе и активизирующей развитие предпринимательских способностей персонала;
- решения, направленные на обеспечение непосредственного участия работников в решении важнейших вопросов работы подразделения и компании (распределение оплаты труда в пределах заработанных средств исходя из правил, самостоятельно установленных в подразделении; самостоятельное установление графика работы в пределах, определенных технологическим процессом; решение иных вопросов текущей деятельности);
- методические рекомендации по построению системы материальной и нематериальной мотивации труда, основанные на необходимости учета стратегической ориентации работы компании, а также региональных особенностей формирования предпочтений работников (дополнительное время для проведения сезонных сельхозработ на приусадебных участках, удобный режим питания, организация служебного транспорта, отдыха и досуга детей и т.д.);
- способы формирования организационной культуры, стимулирующей предпринимательский характер деятельности компании;

⁴ Следует учитывать также, что самостоятельными предпринимателями, согласно статистике, способны быть лишь 3–5% населения [25].

- специфические технологии организации труда, в том числе, предусматривающие предоставление свободного времени для занятия сотрудников предпринимательскими проектами;
- методы создания обстановки коллективной заинтересованности и ответственности за результаты деятельности компании;
- технологии, обеспечивающие перенос акцентов с тотального контроля деятельности работников на мониторинг промежуточных и конечных результатов их работы.

Одной из ключевых проблем низкой конкурентоспособности отечественной продукции, а, соответственно, и компаний в целом является низкое качество и/или потребительские свойства сырья, материалов, комплектующих, поставляемых контрагентами по производственной цепочке. Примеров тому множество. По этой причине даже экстраординарные усилия, прилагаемые на завершающих стадиях технологического цикла изготовления изделий, не могут обеспечить их конкурентоспособности. Для решения данной проблемы, как правило, рекомендуется применять такие способы, как:

- сплошной или выборочный входной контроль сырья, материалов, комплектующих. Это — дорогостоящий способ, использование которого ограничено, как техническими и финансовыми возможностями компании-конечного производителя, так и временными рамками;
- использование жестких экономических санкций за поставку материалов и комплектации ненадлежащего качества — действенный способ компенсировать понесенные потери, но в ущерб ритмичности производства;
- развитие собственной сырьевой, ресурсной базы, собственного производства комплектующих — дорогостоящий способ, применение которого часто технически затруднено или экономически нецелесообразно.

В качестве решения данной проблемы целесообразно использовать механизм создания региональных консорциумов компаний, связанных между собой технологической цепочкой, под единым брендом производителя конечной продукции. В определенной части он развивают положения концепции «садоводства» — «выращивания» рабочих мест в локальном масштабе, то есть, создания развитой экономической среды для местных предприятий. Особая роль в данной работе принадлежит региональным средствам массовой информации, включая местное телевидение. Использование подобной модели, как представляется, позволяет устранить главную причину рассматриваемой проблемы — от-

сутствие долговременной заинтересованности партнеров по бизнесу в общих позитивных результатах.

Проведенный анализ показал, что большая часть проблем, препятствующих устойчивости бренда, помимо просчетов в маркетинговой политике, кроется в несоответствии производственной и социальной систем компании, ответственных за потребительские качества продукта, заявленным в ходе формирования бренд-имиджа реальным параметрам товара и компании в целом. В то же время, ведущие компании, создающие известные, устойчивые бренды, понимают, что этот процесс не исчерпывается рекламой, формированием образа бренда или логотипом. Прежде всего, они заботятся, чтобы то, что бренд обещает, выполнялось в каждой точке контакта с потребителем, а это требует системного подхода и выходит за рамки компетенций отдела маркетинга. Для ликвидации подобного рассогласования на основе анализа основных компонентов бренд-имиджа рекомендуется классификация требований к производственной и социальной системам компании, соблюдение которых позволяет обеспечить стратегическое позиционирование компании на основе устойчивых конкурентных преимуществ в этих сферах.

Производственная система компании должна быть выстроена таким образом, чтобы обеспечить важные для потребителя характеристики товара, которые должны его строго отличать (дифференцировать) от товаров конкурентов. Как правило, это параметры, характеризующие надежность, быстрдействие, безопасность, ремонтпригодность конструкции и т.п. Кроме этого, в задачу производственной системы входит обеспечение так называемого «ценностного предложения» — то есть потребительских свойств продукта, обеспечивающих удовлетворение ожиданий потребителя от его приобретения. Это могут быть: послепродажное обслуживание, увеличенный гарантийный срок работы, различные иные формы повышения лояльности потребителя. Производственная система должна также ориентироваться на удовлетворение запросов потребителя, обладающего выраженными индивидуальными признаками.

Кроме этого необходима такая организация НИОКР и собственно производства, которая обеспечит учет подобной индивидуальности. Включая, например, использование специфических материалов, оригинальной совокупности функциональных признаков изделия и т.п.

Роль социальной системы компании в обеспечении устойчивости бренда как средства решения задачи стратегического позиционирования компании заключается в формировании позитивного имиджа товара за счет отражения в нем системы ценностей производителя, его организационной культуры, индивидуализации технологий маркетин-

гового взаимодействия с потребителем. В этой связи целесообразно применение технологий формирования оптимального состава социальной системы с акцентом на декларацию того или иного аспекта внутренней атмосферы компании, позитивно работающего на ее бренд, а также методы развития элементов организационной культуры компании, отражающих ожидания целевой группы потребителей.

Проведенные исследования позволили показать снижение роли и действенности традиционной рекламы, даже в ее самых совершенных проявлениях. В конкурентной борьбе начинают лидировать те компании, которые изыскивают способы привлечь внимание к своей продукции иными, неформальными методами, важнейшим из которых является технология «вовлечения» потребителя в создание новых культурных идей, которые вписываются в уже существующую концепцию бренда, но придают ей новые интересы, новые повороты и сочетания. Например, реклама «iPod» с участием группы «U2» стала заметным событием 2004 г. Это была культурная идея, выделяющаяся на фоне другой рекламы. Или спонсорство немецкой маркой пива «Beck's» награды, вручаемой Институтом проблем современного искусства (Великобритания)... Или, практика концерна «Volkswagen», который уже несколько десятилетий организует экскурсии на свой завод, открыто показывая и рассказывая покупателям эмоциональные истории о создании своих автомобилей. Помимо этого в Автоштадте, где находится основное сборочное предприятие концерна, организован крупный развлекательный парк аттракционов, состоящий из павильонов, посвященных отдельным брендам, входящим в структуру концерна. Посещая парк развлечений, каждый покупатель может погрузиться в атмосферу того или иного бренда, испытать позитивные эмоции и узнать что-то новое о технологиях автомобилестроения, применяемых на «Volkswagen».

С учетом современных тенденций брендинга может быть сформирована новая комплексная технология вовлечения потребителей во взаимодействие с брендом на основе использования возможностей регионального телевидения. В частности, пример компании «Агропромышленный холдинг «Царь-Мясо» (г. Брянск) свидетельствует о том, что предложенная технология (формирование из разрозненных предприятий единого агропромышленного холдинга, обновление производственного аппарата; постоянное совершенствование ассортимента и качества; рекламные ролики на телевидении; презентации, праздники и подарки для потребителей; розыгрыши призов, публикация кулинарных рецептов из мяса; помощь школам и детским садам района, малообеспеченным семьям; стипендии лучшим учащим-

ся и т.п.) оказывает влияние на успешное стратегическое позиционирование продукции и самой компании-производителя.

Таким, образом, применение комплекса предложенных технологий мобилизации потенциала интрапренерства и брендинга, оказывается способным существенно продвинуться в решении ключевой в настоящее время проблемы – проблемы повышения конкурентоспособности отечественных компаний для их успешного противодействия внешним вызовам.

Используемые источники

1. Путин В.В. О наших экономических задачах // Ведомости, 30.01.12.
2. Румянцева М., Третьяк О. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена // Российский журнал менеджмента, 2003, Том 1, № 2.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005; Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.
4. Катъкало В. С. Эволюция теории стратегического управления: монография / В.С. Катъкало; С.-Петербург. гос. ун-т, Факультет менеджмента. СПб.: Издат. дом С.-Петербург. гос. ун-та, 2006.
5. Дынин А., Литовченко С., Панов П. и др. Глобализация и конкурентоспособность: Стратегии успеха: Сборник статей. М.: Ассоциация менеджеров, 2003.
6. Медведев Д.А. Национальные проекты: от стабилизации к развитию // Стратегия России, 2007, № 2; Макаров В.Л., Варшавский А.Е., Козырев А.Н. Экономика знаний: уроки для России // Концепции, 2003, № 1; Мильнер Б.З. Управление знаниями // Проблемы теории и практики управления, 2008, № 2; Миндели Л.Э., Пипия Л.К. Концептуальные аспекты формирования экономики знаний // Проблемы прогнозирования, 2007, № 3; Гапоненко А. Л., Орлова Т. М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. М.: ЭКСМО, 2008; Экономика знаний / В. В. Глухов, С. Б. Коробко, Т. В. Маринина. – СПб.: Питер, 2003.
7. Почему производительность труда в России так низка? – http://www.rusfact.ru/news/pochemu_proizvoditelnost_truda_v_rossii_tak_nizka/2011-04-04-2515
8. Проханов А., Калиновский А. Русское оружие как символ веры // Завтра, № 15 (941), 11.04.12.
9. Гвоздецкая И. Управление капиталом бренда. – http://7st.ru/marketingovye_kommunikacii/upravlenie_kapitalom_brenda/ (21.02.2011)

10. Рейтинг Forbes: самые яркие российские бренды последних лет. Топ-10 самых удачных российских марок, запущенных не ранее 2005 года. – http://www.dv-reclama.ru/russia/analytics/brands/detail.php?ELEMENT_ID=24298 (25.01.12)
11. Исследование McKinsey & Company: главная проблема российской экономики – низкая производительность труда. – <http://gtmarket.ru/news/state/2009/04/29/1986>, 29.04.09
12. Большая советская энциклопедия. – <http://bse.sci-lib.com/article093180.html>
13. Грейсон Д., О’Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века / Пер. с англ. И.С. Олейник, С.П. Семенцова; Авт. предисл. Б.З. Мильнер; Ред. Л.Е. Миронова. М.: Экономика, 1991.
14. <http://www.vsegdda.ru/archives/6101>
15. Информационные технологии управления: Учебное пособие / Под ред. Ю.М. Черкасова. М.: ИНФРА-М, 2001.
16. Клейнер Г.Б. Ресурсная теория системной организации экономики // Российский журнал менеджмента, 2011, Том 9, № 3.
17. Супрун В.А. Интеллектуальный капитал: главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке. Изд. 2-е. М.: Книжный дом «Либроком», 2010.
18. Портер М. Конкуренция/Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.
19. Колотилов Е. Правда о предпринимателях и предпринимательстве. – <http://smallbusiness.ru/interview/1509>
20. Кристенсен К.М. Дилемма инноватора / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004; Кристенсен К.М., Рейнор М.Е. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
21. Mintzberg, H.; Waters, J. A.: Of Strategies, Deliberate and Emergent, Strategic Management Journal, 6, 1985.
22. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации / Пер. с англ. Под науч. ред. А.Г. Сефаряна. СПб: Питер, 2007.; Широкова Г.В. Жизненный цикл организации: концепции и российская практика. СПб.: Издательство «Высшая школа менеджмента»; Издат. дом С.-Петербургского гос. ун-та, 2008.; Емельянов Е.Н., Поварницына С.Е. Жизненный цикл организационного развития // Организационное развитие, 1996, № 2; Greiner L.E. 1972. Evolution and revolution as organizations grow. Harvard Business Review 50 (4).
23. Мельникова О. Т., Фоломеева Т. В., Чмыхалова Д., А. Бренд как предмет качественного социально-психологического исследования и объект социального восприятия // Мир психологии, 1999, № 3.

24. Гринфельд М. Нейрологические уровни и брендинг // YES! 1998, № 4.
25. Климашевский С. Сколько может быть в России предпринимателей. – <http://gidepark.ru/user/3549815130/content/771820>
26. Боброва Е.А., Юлдашева О.У., Окольнишникова И.Ю. Проблемы формирования и развития конкурентоспособного бренда в условиях экономики впечатлений // Вестник Удмуртского университета, 2011, Вып. 1.

Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Роман М. И.

кандидат экономических наук, соискатель,
Российская академия предпринимательства

Стратегия повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и организаций с учетом существующих рыночных рисков

Основные проблемы российских предприятий и организаций сегодня сконцентрированы в крайне асимметричном развитии отраслевого комплекса. С учетом чего риски, образуемые в рыночной среде несопоставимы с темпом развития производства. Сложившаяся в отечественной экономике ситуация, обуславливает необходимость формирования комплексной стратегии повышения конкурентоспособности предприятий и организаций с учетом существующих рыночных рисков.

Ключевые слова: предприятия и организации; экспорт и импорт; отрасль; конкурентоспособность; стратегия.

Strategy of increasing the competitiveness of the domestic enterprises and the organizations taking into account existing market risks

The main problems of the Russian enterprises and the organizations are concentrated today in the extremely asymmetric development of a branch complex. Taking into account that the risks formed in the market environment are incomparable to rate of development of production. The situation which has put in domestic economy, causes need of formation of complex strategy of increase of competitiveness of the enterprises and the organizations taking into account existing market risks.

Keywords: enterprises and organizations; export and import; branch; competitiveness; strategy.

Проводя анализ конкурентоспособности микро среды невозможно исследовать ее изолированно от мезо и макро среды, которые в совокупности и образуют экономический потенциал современных хозяйствующих субъектов. Сопоставляя уровень конкурентоспособности отдельных отраслевых сегментов, мы в первую очередь, оцениваем внутренний рынок и только потом переходим к оценке конкретного предприятия или холдинга. Следовательно, оценочные индикаторы конкурентоспособности пред-

ставляют собой совокупность различных факторов внешней и внутренней среды, оказывающих многостороннее влияние на предприятия и организации. В связи с чем, целесообразно говорить о необходимости формирования внутренней и внешней стратегии конкурентоспособности, оказывающей, разнонаправленное воздействие на отечественные предприятия и организации.

По целому ряду позиций за последние 15 лет Россия превратилась из чистого импортера товаров в чистого экспортера. Например, по таким статьям как рыбная продукция, продукция неорганической химии, крупы, свинец и изделия из него.

В тоже время, в общем экспорте страны за рассматриваемый период увеличился объем продукции топливно-энергетического комплекса – на 18,77%¹.

Однако здесь необходимо говорить не только об увеличении объемов экспорта, а о практически полном его отсутствии по сегменту высокотехнологичной продукции (рис.1)².

Как видно из указанного рисунка, в структуре экспорта высокотехнологичной продукции ведущее место в мире принадлежит китайской экономике. Фактически, китайская продукция «наводнила» российский рынок и в ближайшие годы будет оставаться наиболее конкурентоспособной по сравнению даже с более развитыми странами мира. По итогам 2010 г. географическая структура российского экспорта высокотехнологичной продукции в страны ШОС имела следующие направления: Китай – 41,7% (982 млн. долл.), Казахстан – 33,9% (799,7 млн. долл.), Узбекистан – 19,3% (454,6 млн. долл.), Кыргызстан – 2,8% (65,3 млн. долл.), Таджикистан – 2,3% (55 млн. долл.). Географическая структура китайского экспорта: Россия – 75,5% (6294,4 млн. долл.), Казахстан – 17,3% (1445,9 млн. долл.), Узбекистан – 4,3% (356,2 млн. долл.), Кыргызстан – 1,8% (147,8 млн. долл.), Таджикистан – 1,1% (94,1 млн. долл.). В товарной структуре китайского экспорта высокотехнологичной продукции в страны ШОС: 34% занимают электрические машины и делалы; 22% – неспециальные машины и оборудование и 44% составляют высокотехнологичные товары.

Доля высокотехнологичной продукции в общем объеме российского экспорта в страны ШОС составляет всего 6,8%, тогда как энерго-ресурсов – 37%, аналогичные показатели для Китая – 18,3% и 0,6%,

¹ <http://stat.wto.org/CountryProfile/> [Официальный сайт ВТО].

² <http://comtrade.un.org/> [Официальный сайт статистической базы международной торговли товарами – UN comtrade].

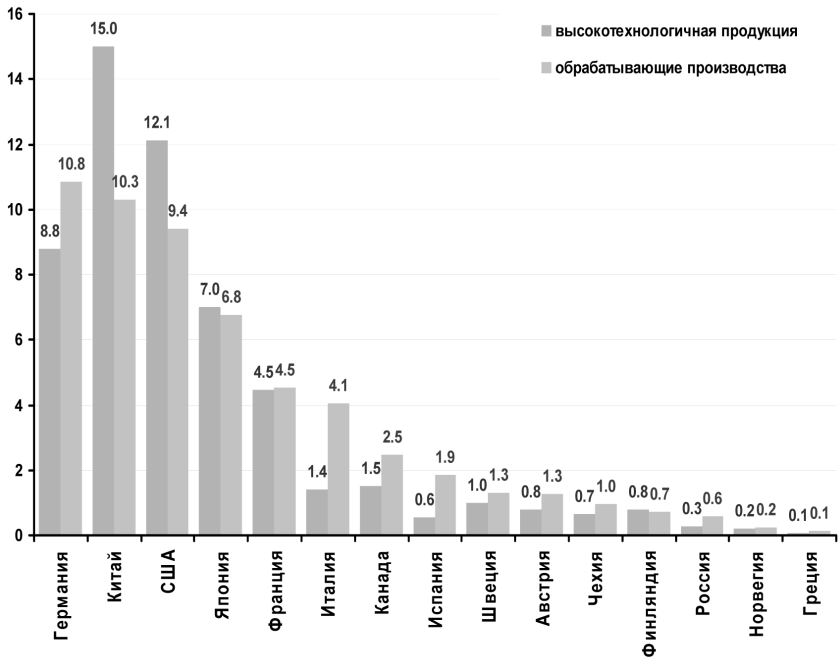


Рис. 1. Доля мировых стран в экспорте высокотехнологичной продукции за 2010 год (в %)

для Казахстана — 0,8% и 56,3% соответственно. Из данного сравнения видно, какова роль России в торговле высокотехнологичной продукцией и энергоресурсами в рамках объединения ШОС.

Мы провели аналогичное исследование в отношении импортируемой продукции, по которым доля России в мировом импорте в 1997—2010 году была не менее 3%³. Наиболее значительное увеличение доли России в мировом импорте наблюдается по статье «железнодорожные и трамвайные локомотивы, подвижной состав и их части». За последние годы в этой товарной группе, Россия превратилась из чистого импортера в чистого экспортера, потеряв свои конкурентные позиции.

Что же касается реального вклада в развитие отечественной экономики, то здесь наблюдается все та же тенденция, что и во внешнеторговом секторе. Основной вклад в развитие ВВП России, по-прежнему принадлежит трем основным отраслевым сегментам: добыча полезных

³ <http://stat.wto.org/CountryProfile/>[Официальный сайт ВТО].

ископаемых; обрабатывающие производства и производство и распределение электроэнергии, газа и воды. Низкая рентабельность предприятий занятых в не сырьевом секторе экономики, вполне объяснима с точки зрения достаточно дифференцированного развития всего отраслевого сектора России. Деятельность организаций, производящих неторгуемые на внешних рынках товары (с исключением электроэнергетики), в большинстве является низко эффективной ⁴.

С учетом полученных выводов можно уверенно говорить о том, что внешняя стратегия повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и организаций, главным образом должна быть сконцентрирована на решении проблем снижения себестоимости готовой продукции и услуг, максимальной диверсификации товарных групп в отраслевом разрезе, увеличении доли экспортной продукции по широкой номенклатурной группе (включая сферу высоких технологий и инновационных разработок в промышленном и телекоммуникационном секторе) и создании отраслевых кластеров.

Обоснованные нами задачи стратегии внешней конкурентоспособности, в полной мере согласуются с задачами стратегии внутренней конкурентоспособности, среди которых, следует выделить:

- эффективное использование производственных ресурсов и их рациональное распределение по структурным подразделениям и видам производств;
- обеспечение объемов производства и продаж, максимизирующих прибыль в краткосрочном периоде;
- формирование ценовой политики;
- эффективное использование производственных мощностей;
- прекращение, продолжение, расширение или сокращение производственной деятельности;
- максимизация прибыли/минимизация убытков в краткосрочном периоде;
- эффективное комбинирование производственных резервов;
- формирование ассортимента производимой продукции;
- определение рынков сбыта продукции;
- оценка структуры, прибыльности и рентабельности покупателей и рынков сбыта;

⁴ Мониторинг и прогнозы социально-экономического развития Российской Федерации, март, 2012 г./Министерство экономического развития Российской Федерации [<http://www.economy.gov.ru>].

- оценка портфеля заказов и собственных конкурентных преимуществ;
- стратегический анализ широты ассортиментной программы, эффективности рекламы, качества, организационно-технологического уровня производства и его технологии и пр.

Таким образом, с учетом исследованных нами статистических данных, а также выводов полученных по результатам нашего исследования, стратегия повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и организаций с учетом существующих рыночных рисков может иметь следующий вид (рис. 2).



Рис. 2. Стратегия повышения конкурентоспособности предприятий и организаций с учетом существующих рыночных рисков [авторская разработка]

В основе стратегии повышения конкурентоспособности предприятий и организаций лежит необходимость изменений внешней и внутренней среды на макро, микро и мезо уровня. Такие изменения необходимы, прежде всего, для полноценной технологической модернизации всего отраслевого комплекса России, поскольку незавершенность на настоящий момент

процесса модернизации производственного аппарата оказывает существенное влияние на неравномерность достигнутого технологического уровня предприятий в различных секторах экономики. Это, в свою очередь, выражается как в дифференциации отраслей по доли нового или модернизированного оборудования, так и показателях эффективности основных производственных процессов на региональном уровне.

С нашей точки зрения, стратегическим ориентиром отечественных предприятий должна стать неценовая конкуренция, поскольку в современной ситуации акцент на ценовую конкурентоспособность не сможет дать долгосрочного эффекта. По ценам на ряд сырьевых товаров (конструкционные материалы, моторное топливо) Россия уже вышла на мировой уровень, или вплотную к нему приблизилась. По ряду других (цены на газ) эти цены выйдут на европейский уровень (netback) уже в среднесрочной перспективе. Однако технологическое отставание от крупнейших развитых и развивающихся экономик, вряд ли будет способствовать увеличению конкурентных преимуществ с учетом и без того высоких издержек в производстве.

Более того, важность развития неценовой конкурентоспособности, определяемой качеством и технологическим уровнем продукции, а также набором предоставляемых сопутствующих услуг (адаптации продукции к индивидуальным требованиям покупателя, послепродажной поддержке и модернизации сложных технических систем и др.), будет определять возможность выхода отечественных предприятий на международные рынки. Данный вопрос приобретает особую актуальность с учетом вступления России в ВТО.

Используемые источники

1. <http://stat.wto.org/CountryProfile/>[Официальный сайт ВТО]
2. <http://comtrade.un.org/> [Официальный сайт статистической базы международной торговли товарами – UN comtrade]
3. Мониторинг и прогнозы социально-экономического развития Российской Федерации, март, 2012 г.//Министерство экономического развития Российской Федерации [<http://www.economy.gov.ru>]

Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Горяйнова Н. М.
кандидат педагогических наук, доцент,
Российская академия предпринимательства,
филиал (г. Челябинск)

О роли гуманитарного образования в формировании управленческой культуры у будущих менеджеров

В статье речь идет о роли гуманитарного образования в процессе профессиональной подготовки современных менеджеров. Обосновывается значимость нравственно ориентированных подходов и культурологических тенденций в профессионализации современного менеджмента.

Ключевые слова: гуманитарное образование, духовно-нравственное становление личности будущего менеджера, гуманитарная образовательная область, учебные курсы.

About a role of arts education in formation of administrative culture at future managers

In article it is a question of a role of arts education in the course of vocational training of modern managers. The importance locates is moral the focused approaches and culturological tendencies in professionalizing of modern management.

Keywords: arts education, spiritual and moral formation of the identity of future manager, humanitarian educational field, training courses.

Формирование управленческой культуры у будущих менеджеров средствами гуманитарных дисциплин в процессе их профессиональной подготовки опирается на основные культурологические тенденции в современном образовании, роль которых в личностном становлении специалиста невозможно переоценить.

Во-первых, культурологический подход в российском образовании призван учитывать отечественные духовные и ценностные традиции, культивирующие в человеке чувство собственного достоинства, благородство и духовную значительность, при этом иерархия ценностей обуславливает структурированность знаний.

Во-вторых, в соответствии с этим подходом, в системе высшего профессионального образования должны быть отражены современные

тенденции мировой науки и культуры, которые откроют максимально широкие перспективы для духовно-нравственного становления будущего специалиста.

И, наконец, в-третьих, знания, приобретаемые в ходе образовательного процесса, должны постепенно интегрироваться в единую и целостную когнитивную систему, дающую совокупное представление о структуре всего мироздания.

По мнению философов, педагогов, психологов качественное состояние духовного мира современного человека определяется степенью сформированности его ценностных ориентаций, мерой причастности к обществу, его истории, настоящему, диапазоном общественных интересов, богатством и разнообразием связей и взаимоотношений с обществом.

В этой связи совершенно очевидно, что главной задачей в профессиональной подготовке менеджера является формирование у него отношения к человеку, как к высшей ценности, поскольку его деятельность будет связана с управлением социальными системами. Следовательно, формирование управленческой культуры должно быть основано на зрелой гуманистической позиции будущего менеджера, как важнейшей составляющей его общекультурного потенциала.

Высшая школа цивилизованного мира рассматривает гуманизм как одну из фундаментальных характеристик общественного бытия и сознания. Формирование системы взглядов и убеждений, выражающих достоинство и ценность человека, его право на свободное развитие, утверждающих человечность отношений между людьми в области социального взаимодействия, как задача, решается последовательным наращиванием гуманистических подходов к управлению социальными организациями. Это означает, по сути, нарастание эффективности социального управления на основе бережного использования имеющихся человеческих ресурсов с ориентацией на постоянное наращивание их профессионального и нравственного потенциала.

Таким образом, в аспекте новой гуманитарной (социокультурной) парадигмы менеджмента для менеджера любого уровня возникает задача рационального и бережного расходования не только материальных и финансовых составляющих организационного процесса, но и кадровых: физических сил работников, их интеллекта, духовности, т.е. суммы совокупных усилий на каждую единицу произведённой продукции.

На основании этих общемировых социальных тенденций новая парадигма подготовки менеджеров предполагает отказ от жестких управленческих иерархий, ориентацию на командное непосредственное взаимодействие, непрерывное обучение и развитие, а это, безусловно,

влечёт за собой смену ведущих ценностей менеджмента и формирование новой управленческой культуры¹.

О.И. Шкаратан в свое время в работе «Русская культура труда и управления» также ставил вопрос о том, каким образом особенности национальной культуры труда и управления оказывают влияние на развитие новой информационной экономики, способен ли российский трудовой потенциал к ее восприятию. По мнению автора, наша управленческая культура, сформировавшаяся в условиях индустриально-конвейерного производства, отстает от требований «прорывной» модернизации экономики и до сих пор отсутствует национальная модель менеджмента². Автором обосновывается необходимость разработки национальной модели менеджмента, адекватной мировым гуманистическим тенденциям.

Не утратило своей актуальности и мнение Э.М. Короткова о проблеме профессионализации менеджмента, в которой главную роль, на его взгляд, играет базовое, т.е. первичное образование по специальностям менеджмента и подготовка специалистов в области управления. По мнению ученого, образование — это «достаточное, последовательное и предсказуемое формирование таких качеств человека, которые отражают потребности и культуру страны, определяют эффективность и качество его профессиональной деятельности в конкретных условиях развития. Это не просто знания и навыки, а еще и культура, и потенциал саморазвития, и творческие способности, и позиции нравственности, и обостренное чувство социальной ответственности — то есть полный комплекс тех черт личности, которые превращают профессиональную деятельность в общественное благо»³.

Образование «формирует человеческое достоинство и работает на исторические тенденции развития культуры во всех её проявлениях: культуры общественной, научно-технической, технологической, методологической, информационной, организационной. Ведь где бы ни осуществлялась профессиональная деятельность человека, в ней всегда реализуется определённая культурная традиция, которая проявляется в качестве результатов этой деятельности»⁴.

¹ Шкаратан О.И. Русская культура труда и управления // *Общественные науки и современность*, 2003. № 1.

² Там же.

³ Коротков Э.М. *Концепция менеджмента*. М.: Мир книги, 2008. С. 29.

⁴ Матушкин С.Е. Проблемы духовно-нравственного воспитания // *Вестник ЧГПУ, Серия 5. Психология и педагогика*, 2006. № 1. С. 22.

Итак, совершенно очевидно, что образование, ориентированное на культуру, имеет особое значение в становлении современного менеджера.

Это означает, что у будущих менеджеров процесс формирования управленческой культуры должен носить ярко выраженную духовно-нравственную направленность. Решить эту непростую задачу по вовлечению обучаемого в широкий социокультурной контекст освоения общечеловеческих ценностей в процессе профессиональной подготовки, на наш взгляд, можно максимально широко используя образовательные-воспитательные возможности гуманитарных дисциплин.

Духовно-нравственное совершенство личности менеджера предполагает сформированность ценностно-нравственной концепции по овладению лучшими образцами и опытом человеческой культуры на уровне общечеловеческих, национально-этнических, профессиональных и личностно-гуманитарных достояний. Достижение этой высокой этической цели возможно через овладение спектром нравственных ценностей в процессе профессионального образования менеджера и обретение практического опыта на основе предметной подготовленности к оптимальному осуществлению управленческого труда.

Таким образом, в результате приобщения к нравственным ценностями, безусловного их принятия в качестве личностных духовных ориентиров у будущего менеджера постепенно формируется и развивается базис его культуры, включающий в числе прочего способность к творчеству, активность, индивидуальный стиль, ценностные отношения и другие важнейшие личностные качества.

По нашему глубокому убеждению, образовательный процесс должен быть построен таким образом, чтобы развивать у студентов активную жизненную позицию и формировать мотивацию к эффективной управленческой деятельности. Эта мотивация должна быть связана не только с осознанием будущими менеджерами значимости и полезности для общества управленческого труда, но, в первую очередь, она должна находить воплощение в понимании чрезвычайной важности собственной социальной миссии по сбережению ценнейших человеческих ресурсов.

Итак, в процессе профессиональной подготовки у будущего менеджера должна быть сформирована потребность в постоянном улучшении, совершенствовании себя и окружения. Посредством своего культурного и интеллектуального развития будущий менеджер должен найти для себя ответ на жизненно важные вопросы: для чего осуществляется его деятельность, какими средствами допустимо её осуществление и движение к цели? Наличие ориентации на социально-значимые ценности, в конечном итоге, характеризует личностную зрелость будущего руководителя.

Следует отметить, что государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования третьего поколения отчасти предусматривают решение этой важнейшей задачи в утвержденном перечне общекультурных и профессиональных компетенций будущих менеджеров. Однако позволим себе усомниться в достаточности планируемых на современном этапе подходов и мер по формированию личностных нравственных основ будущих руководителей.

Безусловное усиление внимания к гуманитарной составляющей образовательных циклов, на наш взгляд, сегодня должно быть обосновано следующими весьма серьезными обстоятельствами: во-первых, неуклонным снижением общекультурного и нравственно потенциала нации в целом; во-вторых, тем, что собственно управленческим кадрам в настоящее время по-прежнему недостает этической компетентности, управленческой культуры, психологической устойчивости, самоорганизации и умения работать в непростых ситуациях межличностного взаимодействия в условиях жесткой конкурентной среды, сохраняя верность нравственным ценностям⁵.

Дисциплины этической направленности в состоянии обогатить студентов-менеджеров знаниями теоретических основ управленческой этики и этикета. Дать возможность осознать принципы и условия управленческой деятельности в разного рода организациях и коллективах, воспитать преданность собственной такой непростой профессии.

Гуманитарное начало в профессиональном образовании способно убедить будущих руководителей в необходимости честно и добросовестно исполнять свои профессиональные обязанности и иметь твердые убеждения и принципы при претворении в жизнь принятых управленческих решений. Оно дает предельно емкое и конкретное представление о роли и специфике нравственных отношений, ценностей и норм в современной управленческой практике.

Итак, профессиональная этика целенаправленно влияет на формирование гуманистических нравственных идеалов у студентов-менеджеров, способствует оптимизации их духовного роста через усвоение системы этических знаний, дает силы противостоять немотивированной агрессии и беспринципному безразличию.

⁵ Горяйнова Н.М., Современное управленческое образование: проблемы остаются // Проблемы устойчивого развития экономики России в условиях мирового кризиса. Материалы международной научно-практической конференции / Под. Ред. В.П. Делия. Балашиха: Изд-во «Де-По», 2013 г. С. 209–216.

Дисциплинам психолого-педагогической направленности также следует придавать особое значение, учитывая их интегративное свойство. Так как независимо от функционального предназначения структурного подразделения, которым руководит менеджер, он всегда управляет подчиненным ему персоналом, ему необходимы психолого-педагогические знания. А формирование управленческой культуры у будущего менеджера, как уже было сказано выше, происходит, в том числе, и на основе воспитания позитивного отношения к управленческой деятельности и стремление к самовоспитанию качеств, необходимых для эффективного руководства трудовыми коллективами и отдельными работниками.

Эти учебные курсы могут дать будущим руководителям знания основ универсальных методов воздействия на подчиненных, раскрыть секреты успешного достижения эффективного управления, познакомиться с оптимальным алгоритмом поведения, сущностью стратегии, необходимой для плодотворных межличностных контактов, помочь овладеть методикой делового общения.

И, наконец, в группу гуманитарной образовательной области необходимо включить и предметы, направленные на формирование целостной системы организации личного труда менеджера. Речь идет о персональном менеджменте — как целенаправленном и последовательном использовании практических методов менеджмента в повседневной деятельности для того, чтобы оптимально и со смыслом использовать свое время для развития собственного профессионального потенциала.

Систему персонального менеджмента, по мнению С.Д. Резника, С.Н. Соколова, Ф.Е. Удалова, можно образно представить в виде «модели требований к качествам менеджера, способного управлять собой и совершенствовать свою управленческую культуру. Эта модель складывается из семи блоков:

- 1 — способность формулировать и реализовывать жизненные цели;
- 2 — личная организованность, самодисциплина самоконтроль;
- 3 — духовно-нравственный потенциал;
- 4 — знание техники личной работы (управленческие умения и навыки);
- 5 — способность делать себя здоровым,
- 6 — эмоционально-волевой потенциал;
- 7 — интеллектуальный потенциал»⁶.

⁶ Резник С.Д. Персональный менеджмент: учебник: 2-е изд., перераб. и доп. / С.Д. Резник, С.Н. Соколов. М.: ИНФРА-М, 2010. С. 16.

Будущий менеджер в процессе обучения должен овладеть наукой и искусством управления самим собой, освоить приемы персонального менеджмента. Это позволит ему: эффективно организовывать личный труд и труд подчиненных; кратчайшим путем достигать профессиональных и жизненных целей; постоянно повышать собственный квалификационный уровень, совершенствовать управленческие умения и навыки; избегать стрессовых ситуаций, сохранять высокую работоспособность в профессиональной среде; постоянно повышать свой общекультурный уровень с опорой на духовно-нравственные ценности современной цивилизации; получать удовлетворение от выполняемой работы и от общения с подчиненными, коллегами и вышестоящими руководителями.

По нашему мнению, основной целью изучения этой дисциплины является возможность овладения студентами искусством и наукой самоуправления, методами и приемами управления личной карьерой, рационализации собственного труда, техникой убеждения, методикой повышения и сохранения своей работоспособности. Все это крайне необходимо будущим менеджерам для их успешной деятельности по управлению социально-экономическими процессами в организации.

Итак, увеличение диапазона гуманитарных дисциплин в учебных планах вузов, готовящих специалистов в сфере управления, будет способствовать формированию не только интеллекта студентов, но и высоких нравственных принципов. Кроме того, усиление роли гуманитарного начала в профессиональном образовании даст возможность будущим руководителям развить стремление к свободе в поступках и действиях, самостоятельность в суждениях, способность пользоваться словом для понимания, взаимодействия, сотрудничества, и, наконец, способность ощущать себя в контексте высокой культуры человечества.

Маслихина В. Ю.
кандидат экономических наук, доцент,
Поволжский государственный
технологический университет

Детерминанты пространственного развития России: социально-экономический аспект

В статье обобщены и систематизированы основные социальные и экономические факторы пространственного развития России, проведена оценка их влияния на экономическое развитие регионов России на основе корреляционного анализа.

Ключевые слова: *пространственное развитие, детерминанты пространственного развития, теории регионального развития.*

Determinants of spatial development of Russia: a socio-economic aspect

The main social and economic factors of spatial development of Russia are summarized and systematized in the article. The assessment of their influence on economic development of regions in Russia is made on the basis of correlation analysis.

Keywords: *spatial development, determinants of spatial development, theories of regional development.*

Анализу факторов экономического роста в экономических исследованиях уделяется пристальное внимание, начиная с неоклассической теории роста и заканчивая новой экономической географией. В неоклассической теории роста велико значение труда, капитала и технического прогресса. В теориях кумулятивного роста рассматриваются процессы формирования центров роста, возникновение агломераций и центральных мест, явление диффузии инноваций, центрально-периферийное развитие и их влияние на территориальное развитие. Среди теорий кумулятивного роста можно отметить концепции Мюрдаля, «полюсов роста» Перру, Будвиля, центрально-периферийную теорию Фридмана, теорию городской агломерации Ричардсона, модель «диффузии инноваций» Хэгерстранда.

Интересна концепция Д. Родрика ¹, который разделяет факторы роста на «прямые» и «глубинные». К «прямым» факторам Родрик отно-

¹ Rodrik D., In Search of Prosperity: Analytical Narratives on Economic Growth (edited). Princeton University Press, 2003.

сит факторы производства (физический и человеческий капитал) и рост производительности. К «глубинным» факторам причисляет внешнюю торговлю, институты и географию, которые наиболее сильно воздействуют на экономическое развитие и пространственное неравенство.

Основатель новой экономической географии Кругман ² выделяет две группы факторов. Факторы первой природы – географическое положение и наличие природных ресурсов. Факторы второй природы – человеческий капитал, институты, развитие инфраструктуры.

В докладе Всемирного банка 2009 года, посвященном новому взгляду на экономическую географию, фокусируется внимание на теории «3D»: Density, Distance, Division (плотность, расстояние, разобщенность)³. Факторами пространственного развития выступают плотность экономической деятельности, уменьшение расстояния между экономическими агентами и рынками, а также дифференциация между странами и внутри стран из-за природных, культурных и политических барьеров. Все эти факторы испытывают множественное влияние рыночных сил: агломерации, миграции, специализации и торговли.

Эмпирические исследования, проведенные в разных регионах мира, убедительно подтверждают теоретические концепции, объясняющие влияние различных социальных, экономических, географических, политических, культурных и технологических детерминант на региональное развитие и пространственное неравенство. Данные закономерности, безусловно, прослеживаются и в России. Исследованию роли социально-экономических факторов в развитии регионов России и их влиянию на пространственную дифференциацию посвящена данная статья.

Информационную основу исследования составили статистические данные Федеральной службы государственной статистики РФ ⁴. Количество субъектов РФ, состав и число федеральных округов приведены в соответствие с имеющими место региональными трансформациями. В анализ включены 80 регионов РФ в разрезе 8 федеральных округов. Обобщающей характеристикой экономического регионального развития выступает валовой региональный продукт на душу населения в текущих ценах.

² Krugman, P. Geography and trade, MIT Press, 1991.

³ World development report 2009: Reshaping Economic Geography // The World Bank and Oxford University Press, 2009.

⁴ Федеральная служба государственной статистики [Официальный сайт]. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 1.04.2013).

Выбор социально-экономических факторов для исследования осуществлялся, исходя из следующих соображений: различные теории экономического развития взаимно дополняют друг друга и дают возможность сделать некоторые обобщения. В число рассматриваемых факторов были включены: начальный уровень регионального развития, уровень урбанизации, степень агломерации, плотность населения, региональная специализация, торговля, инфраструктура, мобильность населения, инвестиции и человеческий капитал. Факторы могут быть количественно представлены следующим образом:

- Начальный уровень регионального развития оценивается по душевому ВРП, достигнутому в предшествующий период к 2000 году.
- Уровень урбанизации региона оценивается по удельному весу городского населения в численности населения региона.
- Степень агломерации учитывается посредством наличия или отсутствия в регионе городов с численностью населения более миллиона человек. Принимается, что в Московской и Ленинградской областях, окружающих крупнейшие города федерального значения, имеются города-миллионеры. Факторный признак представляет собой дамми-переменную (равен 1, если город-миллионер имеется в регионе; равен 0, если такой город отсутствует).
- Плотность населения учитывается с помощью численности населения региона, приходящейся на 1 км² территории региона.
- Региональная специализация экономики представлена тремя показателями: удельным весом региона в добыче полезных ископаемых России, удельным весом региона в обрабатывающих производствах России, удельным весом региона в продукции сельского хозяйства России.
- Торговля оценивается по трем показателям: удельному весу региона в обороте розничной торговли России, удельному весу региона в экспорте России, удельному весу региона в импорте России.
- Инфраструктуру описывают два показателя: плотность железнодорожных путей общего пользования, км на 10000 км² и плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием, км на 1000 км².
- Мобильность населения оценивается по росту (убыли) населения региона в период 2000–2010 гг.
- Инвестиции представлены удельным весом региона в инвестициях в основной капитал в общероссийском объеме инвестиций.

- Человеческий капитал оценивается по комплексному индексу развития человеческого потенциала. Индекс развития человеческого потенциала состоит из трех равнозначных компонентов: уровня дохода, определяемого по ВРП, пересчитанному по паритету покупательной способности в долларах США; уровня образования, определяемого показателями грамотности (с весом в 2/3) и доли учащихся среди детей и молодежи в возрасте от 6 до 23 лет (с весом в 1/3); долголетия, определяемого через ожидаемую продолжительность жизни⁵.

Учитывая масштабы России и многообразие региональных условий развития, сила и направление влияния факторов анализировались в целом по всем регионам России и в разрезе ее отдельных макрорегионов. Для России удобно в качестве макрорегионов, объединенных сходными географическими, климатическими, природными и социально-экономическими условиями, рассматривать федеральные округа. Южный и Уральский округа включают слишком малое число субъектов, что вызывает трудности при оценке достоверности выявленных корреляций, поэтому Южный и Северо-Кавказский округа были объединены в один макрорегион, такое же объединение произведено с Уральским и Сибирским округами. Представим перечень макрорегионов: 1) Центральный округ (18 субъектов), 2) Северо-Западный округ (10 субъектов), 3) Приволжский округ (14 субъектов), 4) Южный и Северо-Кавказский округа (13 субъектов), 5) Уральский и Сибирский округа (16 субъектов), 6) Дальневосточный округ (9 субъектов).

Результаты корреляционного анализа по исследованию влияния рассматриваемых факторов на развитие регионов и пространственное неравенство представлены в таблице 1. Для каждого макрорегиона и страны в целом оценивалась статистическая значимость каждого коэффициента корреляции при десятипроцентном уровне значимости.

Региональное развитие очень инерционно. Территориальное расселение населения осуществляется от регионов с благоприятными условиями жизни к менее благоприятным. Изначально географическое место, климат, природные ресурсы определяли этот выбор. Каждый регион проходит свой особый путь экономического развития, который определяет региональную специализацию, физическую инфраструктуру, качество трудовых ресурсов, социокультурную среду, институты и достигнутый

⁵ Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2011 г. / Под редакцией А. А. Аузана и С. Н. Бобылева. М.: ПРООН в РФ, ООО Дизайн-проект «Самолет», 2011.

Влияние социально-экономических факторов на развитие регионов России и пространственное неравенство

Факторы	Показатели	Коэффициенты корреляции между душевым ВРП и показателем						
		Российская Федерация	Центральный округ	Северо-Западный округ	Приволжский округ	Южный и Северо-Кавказский округа	Уральский и Сибирский округа	Дальне-восточный округ
Начальный уровень регионального развития	ВРП на душу населения в 2000 году, тыс. р.	0,85	0,98	0,64	0,96	0,83	0,99	0,56
Урбанизация	Удельный вес городского населения в численности населения региона, %	0,42	0,68	0,47*	0,38*	0,74	0,38	-0,02*
Агломерация	Наличие или отсутствие в регионе городов с численностью населения более миллиона человек	0,10*	0,77	0,42*	0,58	0,49	-0,11*	-
Плотность населения	Численность населения региона, приходящаяся на 1 км ² его территории	0,31	0,95	0,39*	0,13*	-0,35*	-0,18*	-0,10*
Специализация экономики региона	Удельный вес региона в добыче полезных ископаемых России, %	0,65	0,97	0,60	0,86	0,80	0,97	0,70
	Удельный вес региона в обрабатывающих производствах России, %	0,36	0,90	0,41*	0,77	0,83	0,57	-0,34*
	Удельный вес региона в продукции сельского хозяйства России, %	-0,08*	-0,09*	-0,07*	0,59	0,79	0,27	-0,46
Торговля	Удельный вес региона в обороте розничной торговли России, %	0,38	0,96	0,51*	0,77	0,76	0,56	-0,19*
	Удельный вес региона в экспорте России, %	0,53	0,96	0,50*	0,79	0,84	0,97	0,69
	Удельный вес региона в импорте России, %	0,36	0,97	0,33*	0,75	0,72	0,39	-0,11*
Инфраструктура	Плотность железнодорожных путей общего пользования, км/10000 км ²	-0,06*	0,70	-0,13*	-0,19*	0,49	-0,19*	-0,16*
	Плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием, км/1000 км ²	-0,13*	0,77	0,25*	0,15*	-0,46	-0,37*	-0,42*
Мобильность населения	Рост (убыль) населения региона в период 2000-2010 гг., млн чел.	0,35	0,96	0,19*	-0,05*	-0,21*	0,49	0,32*
Инвестиции	Удельный вес региона в инвестициях в основной капитал в общероссийском объеме инвестиций, %	0,60	0,93	0,59	0,85	0,72	0,98	-0,07*
Человеческий капитал	Индекс развития человеческого потенциала региона	0,59	0,96	0,74	0,85	0,89	0,70	0,6

* – коэффициент корреляции статистически незначим.

уровень развития экономики. Различия исторического пути регионов служат одной из причин дифференциации уровней регионального развития. Сегодня советское наследие размещения производства по территории страны определяет начальный уровень регионального развития. Наблюдается сильная положительная корреляция между уровнем развития регионов в 2010 году и начальным уровнем развития, взятым по 2000 году (коэффициент корреляции $R = 0,85$), зависимость от «начальных» условий развития (исторического пути) значительно проявляется во всех макрорегионах, несколько слабее в регионах Дальнего Востока (табл. 1).

Общемировые тенденции повторяются в России: рост городов умеренно способствует региональному развитию ($R = 0,42$). Россия не является сильно урбанизированной страной: доля городского населения составляет 74%, более 90% городов насчитывают менее 200 тысяч жителей, города сосредоточены в центральной части страны.

Наиболее сильное влияние урбанизация оказывает в Центральном, Южном и Северо-Кавказском округах (табл. 1). В Центральном округе доля городского населения составляет 81,5%, степень урбанизации и показатели регионального развития — одни из самых высоких в стране. Высокая урбанизация территории сопровождается экономический рост.

Напротив, в слабо развитых республиках Северного Кавказа и на Юге России, где только 57% населения проживают в городах, поддерживая и стимулируя рост городов, можно ожидать увеличения темпов роста экономики.

Агломерация или локализованная концентрация экономической деятельности и трудовых ресурсов в определенных местах вызвана эффектом масштаба за счет экономии на транспортных расходах, близостью к большим рынкам сбыта. Корреляция агломерационного фактора и уровня развития регионов России оказалась статистически незначимой, однако, в тех макрорегионах, где имеются города-миллионеры, связь между факторами прослеживается. Так, в Центральном округе эффект агломераций ощущается значительно ($R = 0,78$), а в Приволжском, Северо-Западном и Южном округах — умеренно. В восточных регионах страны эффект агломераций не выявляется.

Плотность населения важна для регионов России. Об этом говорит умеренная положительная связь рассматриваемого показателя и уровня регионального развития. Интересно отметить, что в Центральной России особенно велико влияние плотности населения ($R = 0,95$), но в остальных макрорегионах статистически значимое влияние не обнаружено. Вероятно густонаселенные территории Центрального округа с

максимальной плотностью населения 59,5 чел./км² повторяют в своем развитии тренды развитых стран. Фактор плотности населения начинает проявлять себя только при достижении регионом определенного уровня развития.

Специализация экономики региона на добыче полезных ископаемых одно из самых важных условий для роста региональных экономик. Воздействие данного фактора распространяется на все макрорегионы без исключения. Российские регионы пока не могут решить проблему структурной модернизации своих экономик⁶. В регионах имеется умеренная положительная корреляция между долей обрабатывающих производств и уровнем регионального развития. Максимальное влияние этого фактора ощущается в Центральном, Приволжском, депрессивных Южном и Северо-Кавказских округах.

География и природные условия определяют степень развитости сельского хозяйства. Сельскохозяйственные районы всегда показывают более низкий уровень развития, чем промышленные урбанизированные территории. Поэтому в промышленно-развитых регионах сельское хозяйство должно быть фактором, сдерживающим экономический рост (как в регионах Дальнего Востока), а в сельскохозяйственных регионах — должна складываться обратная ситуация. Подтверждение этому — сильная положительная корреляция анализируемых факторов в субъектах Южного и Северо-Кавказского округов с максимальной долей сельского населения 43% в общей численности населения и благоприятными климатом и природными условиями, а также в Приволжском округе, где сельское население составляет 29%. Однако, в целом в регионах России статистически значимая связь не выявлена между анализируемыми факторами.

Двигателем регионального развития выступает торговля⁷. Регионы с богатыми природными ресурсами для экспорта, удобным местоположением (приграничные районы, близость к рекам и морям, транспортным сетям) или с крупными городами получают преимущества от внутренней и международной торговли, тогда как отдаленные регионы или регионы с преобладанием сельского населения — не получают. Пространственное неравенство может возрасти в ситуации, когда некоторые реги-

⁶ Ларионова Н. И., Загайнова Н. Л. Концептуальные основы структурной диверсификации экономики // Вестник Марийского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление, 2009, № 2 (6). С. 17–29.

⁷ Fujita M., Krugman P, Venables A. Spatial Economy. Cities, Regions and International Trade. 2002.

оны богатеют за счет внешней торговли, а другие регионы остаются более зависимыми от внутренней торговли. Во всех макрорегионах наблюдается сильная положительная корреляция между уровнем регионального развития и таким показателем международной торговли как удельный вес региона в экспорте РФ. Показатели удельного веса региона в импорте в РФ и удельного веса региона в обороте розничной торговли РФ несколько слабее влияют на региональное развитие, являясь статистически незначимыми в Северо-Западном и Дальневосточном округах. В целом, позитивное влияние торговли на региональные экономики ощущается во всех регионах страны. Роль внешней торговли для регионов более высока, чем внутренней торговли.

Инфраструктурная обеспеченность оценивалась показателями наземной транспортной инфраструктуры без учета возможностей речного, морского и воздушного транспорта. Возможно, по этой причине фрагментарность выбранных показателей привела к тому, что выявить статистически значимую зависимость между показателями транспортной инфраструктуры и продуктивностью региональных экономик не удалось. Однако, в староосвоенном Центральном округе, где обеспеченность транспортной инфраструктурой самая высокая в стране, связь между показателями тесная. В регионах, история освоения которых не такая длительная, как у территорий Центра России, и показатели инфраструктуры не столь впечатляют. К таким территориям можно отнести Сибирь, Дальний Восток, северные и северо-западные регионы. Можно констатировать, что зависимости, выявленные в развитых странах, проявились в самом развитом макрорегионе России. По мнению экономистов Всемирного банка в развивающихся странах, к которым они относят и Россию, инфраструктурный фактор не так важен, как другие детерминанты, например, мобильность рабочей силы.

Мобильность труда и капитала являются основными факторами пространственного развития в современных моделях экономического роста. Высокая мобильность населения позитивно воздействует на региональный рост. В России это явление прослеживается только в Центральном, Уральском и Сибирском округах, в остальных макрорегионах получена незначимая корреляция. Рост населения характерен для нескольких территорий. Миграционный прирост отмечен в городе Москва и Московской области, городе Санкт-Петербург и Ленинградской области, Краснодарском и Ставропольском краях, Белгородской области. Рост населения за счет высокой рождаемости продолжается в национальных республиках Северного Кавказа. Переток трудовых ресурсов в крупнейшие города вызван центроостремительными силами концентрации эконо-

мической деятельности, обеспечивающей более высокую оплату труда и занятость. Миграция в южные регионы объясняется благоприятными природно-климатическими условиями. В России существуют определенные барьеры мобильности из-за рынка жилья и слабой региональной политики. Население России нельзя назвать мобильным, в развитых странах мобильность труда на порядок выше, чем в России. С другой стороны, данный фактор проявился в промышленно развитых Центральном, Уральском и Сибирском округах. Государству следует поощрять и поддерживать мобильность населения.

Инвестиции в региональную экономику – третий по важности фактор регионального роста для России, проявляется во всех макрорегионах, кроме Дальневосточного округа.

Социальные детерминанты, представленные индексом развития человеческого потенциала, положительно коррелируют с уровнем развития всех регионов России и макрорегионов в отдельности. Неслучайно развитию человеческого капитала, инвестициям в образование, здравоохранение и культуру во всем мире придается большое значение. Богатые регионы России имеют высокий человеческий капитал, депрессивные регионы – низкий. Развивая человеческий капитал, регионы могут обеспечить себе долговременный рост.

Влияние различных факторов на региональное развитие очень дифференцировано и по-разному проявляется в рассматриваемых макрорегионах и на российском пространстве в целом. В таблице 2 проведена группировка факторов по силе влияния на пространственное развитие России и ее отдельных макрорегионов.

Если коэффициент корреляции между показателями, характеризующими фактор, и душевым ВРП по модулю превышал 0,7, то фактор включался в группу сильных детерминант. Если коэффициент корреляции между показателем и душевым ВРП был статистически незначим, то соответствующий фактор в таблицу 2 не заносился, так как влияние фактора было неясным. Все остальные факторы были отнесены к слабым детерминантам.

Из таблиц 1 и 2 следует, что отдельные факторы вошли в группу сильных детерминант во всех макрорегионах. При анализе влияния факторов не рассматривался суммарный эффект от действия нескольких детерминант одновременно, но можно предположить, что например, высокий уровень инвестиций, развитый человеческий капитал и высокая плотность населения в регионе в совокупности обеспечивают выраженный агломерационный эффект. Обобщая результаты проведенного анализа, можно сделать несколько выводов:

Таблица 2

Группировка детерминант пространственного развития регионов России

Российская Федерация	Центральный округ	Северо-Западный округ	Приволжский округ	Южный и Северо-Кавказский округа	Уральский и Сибирский округа	Дальневосточный округ
Сильные факторы						
Начальный уровень регионального развития Специализация экономики региона Инвестиции Человеческий капитал Торговля	Начальный уровень регионального развития Специализация экономики региона Торговля Мобильность населения Человеческий капитал Агломерация Инфраструктура	Человеческий капитал Начальный уровень регионального развития Специализация экономики региона Инвестиции	Начальный уровень регионального развития Специализация экономики региона Инвестиции Человеческий капитал Торговля	Человеческий капитал Начальный уровень регионального развития Специализация экономики региона Торговля Урбанизация Инвестиции	Начальный уровень регионального развития Инвестиции Торговля Специализация экономики региона Человеческий капитал	Специализация экономики региона Торговля Начальный уровень регионального развития Человеческий капитал
Слабые факторы						
Урбанизация Мобильность населения Плотность населения	Урбанизация	-	Агломерация	Агломерация Инфраструктура	Мобильность населения Урбанизация	-

1. Российские регионы очень зависимы от предшествующей траектории развития и достигнутого уровня: развитые регионы обеспечивают себе заведомо более высокий уровень развития, депрессивные регионы имеют самый низкий ВРП на душу населения.

2. Отраслевая специализация региона (особенно на добыче полезных ископаемых) — вторая по приоритетности детерминанта. Судя по выявленным зависимостям, сырьевая ориентация российской экономики весьма значительна. Проблема диверсификации экономики не решена в России.

3. Третий по приоритетности фактор — инвестиции, которые выступают катализаторами регионального развития.

4. Социальные факторы представлены человеческим капиталом, учитывают уровень жизни населения, его образование, продолжительность жизни и опосредованно характеризуют основные отрасли социальной сферы региона: образование и здравоохранение. Развитые регионы имеют высокий уровень развития человеческого капитала, напротив, беднейшие регионы являются аутсайдерами по этому показателю.

5. Торговля важна для регионального развития. Развитая международная и межрегиональная торговля сопровождают развитие богатых экспортоориентированных регионов.

6. Некоторые факторы, роль и значение которых подтверждены эмпирическими исследованиями экономик развитых стран, в России проявляются слабо. К ним относятся урбанизация, плотность и мобильность населения.

7. Эффект агломерации и инфраструктурная обеспеченность важны только для некоторых староосвоенных регионов в основном центра России.

8. В региональной политике должен обеспечиваться необходимый баланс между инвестициями в региональную экономику и «инвестициями в человека».

9. Пробелом в государственной региональной политике является недооценка значения мобильности населения, которую надо поощрять и стимулировать посредством региональных целевых программ.

Используемые источники

1. Rodrik D. In Search of Prosperity: Analytical Narratives on Economic Growth (edited). Princeton University Press, 2003.
2. Krugman P. Geography and trade, MIT Press, 1991.
3. World development report 2009: Reshaping Economic Geography // The World Bank and Oxford University Press, 2009.
4. Федеральная служба государственной статистики [Официальный сайт]. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 1.04.2013).
5. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2011 г. / Под редакцией А. А. Аузана и С. Н. Бобылева. М.: ПРООН в РФ, ООО Дизайн-проект «Самолет», 2011.
6. Ларионова Н. И., Загайнова Н. Л. Концептуальные основы структурной диверсификации экономики // Вестник Марийского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление, 2009, № 2 (6). С. 17–29.
7. Fujita M., Krugman P, Venables A. Spatial Economy. Cities, Regions and International Trade. 2002.

Цветков В. А.
аспирант,
Российский государственный социальный университет

Предпосылки и факторы формирования системы взаимодействия органов местного самоуправления и промышленных предприятий в социальном развитии территории муниципального образования

В статье представлен анализ предпосылок и факторов формирования системы взаимодействия органов местного самоуправления и промышленных предприятий в социальном развитии территории муниципального образования.

Ключевые слова: социальная ответственность (СО), корпоративная социальная ответственность (КСО), русская хозяйственная этика, этика патриотического служения.

Preconditions and factors of forming the system of collaboration between local government and industrial factories in social development of municipal formation's territory

In article the analysis of the preconditions and factors of forming the system of collaboration between local government and industrial factories in social development of municipal formation's territory.

Keywords: social responsibility (SR), corporate social responsibility (CSR), Russian economic ethics, ethics of patriotic service.

На протяжении всей истории взаимоотношений государства и предпринимательства формировались специфические механизмы и формы взаимодействия, которые были обусловлены совпадением либо состыковкой интересов в различных сферах. Если брать отечественный опыт, то следует отметить, что в Российской империи были заложены традиции меценатства: яркие представители этого направления купеческие семьи Строгановы, Мамонтовы, Морозовы, Рябушинские, Прохоровы, крупный текстильный фабрикант Третьяков, крупный промышленник Второв (основатель завода Электросталь и одноименного города).

Социальная ответственность (далее – СО) либо корпоративная социальная ответственность (далее – КСО) является одним из тех понятий, дефиниции которого имеют широкое разнообразие в зависимости от авторов и организаций, представляют собой как «мягкую» форму уча-

ствия предпринимателей и корпораций, так и «тяжелую» форму с сильной вовлеченностью корпорации в жизнь местного сообщества, общества и мира.

О социальной ответственности компаний начали говорить с 30-х гг. XX в. Дефиниции понятия СО/КСО отражены в Российской социологической энциклопедии, словаре социального управления, World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Европейская комиссия, Business for Social Responsibility (BSR), вопрос корректной дефиниции СО/КСО рассматривался такими авторами как Паллаци М. и Статчер Дж., Фиглин Л., Кэрролл А., Козловский П., Робинс Стивенс П. и Коултер П., Шпотов Б., Фитч Гордон Х., Китчин Т., Мак Вильямс А. и Сейгел Д. Явно негативное отношение к СО/КСО высказывали Фридмен М. и Левит Т., Колодко Г.

Заслуживает особого внимания дефиниция, представленная Паллаци М. и Статчером Дж., которые писали о том, что СО представляет собой в своей основе философию и образ отношений между предпринимательскими кругами и обществом. Причем для их реализации и устойчивости в течении длительного периода времени эти отношения требуют руководства¹. В данной дефиниции представлено слово «философия», что указывает на фундаментальное представление хозяйствующего субъекта о том, каким образом должны выстраиваться взаимоотношения с обществом, либо с местным сообществом, и сюда же можно добавить — и с публичной властью, то есть это определенное фундаментальное направление, которому следует организация в течении своей жизни. Так же здесь обозначено слово «руководство», что явно указывает, и совершенно обоснованно, на необходимость целенаправленного и устойчивого руководства со стороны предпринимательства отношениями с общественностью.

Также следует отметить дефиницию, представленную Фиглиным Л. Она особенно примечательна для автора, так как в ней четко выделены такие понятия как «способности», «последствия», «устойчивое социальное развитие», «социальная справедливость», «финансы», «влияние деятельности на общество», «экология», что является важным условием социально ответственного поведения промышленного предприятия. СО означает способность организации или предприятия оценить последствия своей деятельности для устойчивого социального развития общества. Это

¹ Паллаци М., Статчер Дж. Корпоративная социальная ответственность и успех в бизнесе. М., 1997. С. 17.

широкое понятие, охватывающее и такие проблемы, как экология, социальная справедливость, равноправие. Организации обязаны проявлять ответственность в трех областях – финансы, влияние их деятельности на общество и окружающую среду, воздействие на экологию. Это относится не только к бизнесу, но и к правительственным, общественным и добровольческим организациям². Точка зрения Института исследований Всемирного банка практически совпадает с точкой зрения Фиглина Л.³

Хочется отметить также и дефиницию, данную Козловским П. Козловский П. считает, что КСО выступает средством ведения диалога с социальным окружением фирмы, позволяющим управлять риском появления неожиданных для фирмы нормативных требований. Фирма, которая способна осуществлять эффективные коммуникации и кооперироваться со своим социальным окружением, производит своеобразные инвестиции в свои нематериальные активы и в гарантии против «моральной агрессии» со стороны среды, в которой она функционирует⁴. На взгляд автора данная дефиниция очень важна для понимания того, как тот или иной хозяйствующий субъект должен позиционировать себя на территории присутствия, другими словами в рамках местного сообщества, для более успешной и стабильной своей деятельности, во избежании проблем, связанных со взаимоотношениями с органами местного самоуправления и с местным сообществом. Удачно, на взгляд автора, подобрано выражение «моральная агрессия», которая проявляется со стороны среды, органов местного самоуправления и местного сообщества, и которая может проявляться в скрытой и явной форме.

Хочется отметить модель КСО, предложенную Кэрроллом А. Она основана на том, что КСО покрывает весь спектр обязанностей бизнеса по отношению к бизнесу и поэтому должна включать четыре компонента, а именно экономический, юридический, этический и дискретный, т.е. благотворительный, которые автор дефиниции определяет следующим образом (см. Табл. 1).

В данной модели четко разделены на 4 части все обязанности организации перед обществом и государством. Исходя из каждого раздела ясно видно, что требует общественность от предпринимательских кругов. Это

² Фиглин Л. Модель управлени количеством социальной ответственности организации // Проблемы теории и практики управления. 2003. № 2.

³ Институт исследований Всемирного банка (Djordjija Petrovski, Saskia Kersemaekers, Alisa Valderama & Corporate Responsibility and Sustainable Competitiveness // worldbank.com).

⁴ Козловский П. (цит. по: Российский журнал менеджмента. Т. 4. 2006. № 3. С. 188–189).

Модель КСО А. Кэрролла ⁵

<p>Экономическая ответственность бизнеса отражает убежденность в том, что бизнес должен быть производительным и прибыльным и удовлетворять потребительские потребности общества</p>	<p>Юридическая ответственность бизнеса подразумевает необходимость выполнения экономических обязательств в рамках законов</p>
<p>Этическая ответственность бизнеса отражает неписаные кодексы, нормы и ценности, имплицитно существующие в обществе и выходящие за рамки формального законодательства</p>	<p>Дискретная ответственность бизнеса включает добровольную и филантропическую деятельность, и поэтому ее очень сложно оценить</p>

и экономическая ответственность, которая отражает обязанность предприятия создавать товары, которые улучшат жизнь людей либо организации, которая предоставляет услуги населению, которые будут способствовать улучшению качества жизни людей. Юридическая ответственность предполагает безусловное соблюдение текущего законодательства. Этическая ответственность важна для населения, но иногда важна и предприятию, зарекомендовавшему себя на территории присутствия — собственно местное сообщество является своеобразным контроллером и чутко реагирует на поведение предприятия в рамках местного сообщества. Дискретная ответственность как раз так и отражает благотворительную деятельность предприятия, которая обычно является бессистемной и единоразовой и которую действительно тяжело полноценно оценить.

Мак Вильямс А. и Сейгел Д. рассматривают КСО с точки зрения теории фирмы как одну из форм ее инвестиций ⁶. Т.е. хозяйствующий субъект использует социальную ответственность как способ инвестирования, которое направлено на улучшение условий труда своих работников, на благоустройство территории, на различные дополнительные социальные блага, выделенные работникам предприятия, на бесплатное переобучение, на повышение квалификации — все это социальные инвестиции промышленного предприятия, цель которых ясна — получение как можно большей отдачи от собственных вложений, которые не толь-

⁵ Caroll A.B. A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance // Academy of Management Review, 1978. 4.

⁶ MacWilliams A., Siegel D. CSR: a Theory of the Firm Perspective // Academy of Management Review. 2001. Vol. 26. № 1.

ко покрывают затраты, но и количественно превзойдут их. Дело в том, что, когда экономические рычаги в виде увеличения заработной платы, перестают работать, то руководство промышленного предприятия вполне может переключиться на соседнюю плоскость – использовать социально ориентированные инструменты для изменения ситуации – повышение производительности труда и связанный с этим экономический рост относится как раз к последствиям использования таких инструментов. Происходит переход от поддержания уровня жизни работников к устойчивому повышению качества жизни работников. Об инвестициях хозяйствующих субъектов было сказано в докладе о социальных инвестициях в России за 2004 год, подготовленный Программой развития ООН (ПРООН) и Ассоциацией менеджеров России ⁷.

Еще одно мнение о КСО было представлено Фитч Гордоном Х. По его мнению КСО – это серьезная попытка разрешить социальные проблемы, вызванные полностью или частично действиями корпорации ⁸. Данная дефиниция очень точно подходит для промышленных предприятий, особенно крупных, которые как в прошлом наносили значительный вред окружающей среде, так и сейчас, но в меньших масштабах.

Проведя анализ дефиниций понятия СО/КСО автор пришел к следующим выводам:

- СО/КСО является преимущественно добровольной формой вклада в устойчивое социальное и экономическое развитие местного сообщества, размер и форму участия хозяйствующий субъект определяет самостоятельно исходя из объема располагаемых ресурсов;
- помощь со стороны хозяйствующего субъекта выходит за рамки основной его деятельности, т.е. производства продуктов либо оказания услуг. Например, производитель определенного вида продуктов может выйти за рамки только лишь экономической выгоды, поставив перед собой цель создания продуктов, которые будут не только приносить прибыль предприятию, но и улучшать жизнь людей, что является собой уже социально ориентированное целеполагание. Также как и мероприятия, направленные на улучшение окружающей среды, выходят за рамки стандарт-

⁷ Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год, подготовленный Программой развития ООН (ПРООН) и Ассоциацией менеджеров России / Под общ. Ред. С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2004. С. 9.

⁸ Фитч Гордон Х. Корпоративная ответственность перед обществом. Корпоративный социальный отчет. Рекомендации Ассоциации менеджеров // www.arn.ru

ных требований к промышленным предприятиям в области экологической безопасности;

- хозяйствующий субъект должен по возможности постоянно поддерживаться социально ориентированного направления, для стабильного поддержания своей положительной репутации;
- по факту хозяйствующие субъекты и местное сообщество, хозяйствующие субъекты и органы местного самоуправления имеют точки соприкосновения в определенных сферах, образуя области взаимодействия, они консолидируются, образуя при этом синергетический эффект и формируя при этом отношение эмерджентности, определяющее единство взаимодействия двух субъектов в обоих случаях.

Целесообразно дать дефиницию, наиболее полно отражающую такое запутанное и противоречивое понятие как СО/КСО. Итак, СО либо КСО есть добровольное выстраивание отношений между хозяйствующим субъектом и местным сообществом, хозяйствующим субъектом и публичной властью в лице органов местного самоуправления для достижения собственного устойчивого развития и стабильного функционирования на территории присутствия и в рамках местного сообщества. В данной дефиниции подчеркивается, во-первых, добровольность характера формирования СО/КСО, во-вторых, выделяются два типа взаимоотношений — между промышленными предприятиями и местным сообществом и между промышленным предприятием и органами местного самоуправления, в-третьих, особо выделяется «для достижения собственного устойчивого развития и стабильного функционирования на территории присутствия и в рамках местного сообщества». Т.е., если промышленное предприятие хочет успешно развиваться и стабильно функционировать, избегать конфликтов на территории своего присутствия, ему необходимо налаживать контакты и с местным сообществом и с органами местного самоуправления. Это утверждение отсылает нас к вышеупомянутому Козловскому П. и его убеждению о том, что предпринимателям необходимо кооперироваться со своим социальным окружением, делать инвестиции в свои нематериальные активы и противодействовать «моральной агрессии» со стороны среды функционирования. Выражение «в рамках местного сообщества» упомянуто автором, чтобы подчеркнуть важность интеграции промышленного предприятия в местное сообщество для успешного социального развития на территории муниципального образования. Здесь хочется отметить такую негативную черту работников крупных промышленных предприятий как «корпоративное местничество».

Это явление выражается в нежелании сотрудников крупного промышленного предприятия участвовать в жизни города, вести активную общественную деятельность, что происходит из-за слабой мотивации и незаинтересованности работников во взаимодействии с городом, т.к. от городской власти они практически не зависят, в том числе и что касается денежного вознаграждения, являющимся одним из определяющих факторов. Вследствие этого отмечается снижение электорального процента на выборах, неурегулированность пополнения внебюджетных фондов. Все это приводит к социальному отчуждению определенных категорий граждан на территории промышленного города.

Необходимо также возвратиться к традициям русской хозяйственной этики, которая включает в себе этику патриотического служения. Этика, уходящая корнями в прошлое России, впитавшая в себя все лучшие черты русского предпринимательства, специфику взаимодействия государства и предпринимательства.

После ряда проведенных исследований в ОАО «Металлургический завод «Электросталь», которые проводятся с 2009 года, был сделан вывод о том, что данное промышленное предприятие ограничивается только лишь единоразовыми благотворительными акциями, которые при всем своем многообразии не решают фундаментальных проблем социального развития территории муниципального образования — в данном случае это городской округ Электросталь.

Можно сделать вывод о том, что и органы местного самоуправления и промышленные предприятия не уделяют достаточно внимания устойчивому взаимодействию друг с другом, уровню эффективности и качеству такого взаимодействия, а следовательно не прогнозируют те выгоды, которые им может дать такое взаимодействие, какие выгоды может получить промышленный город от такого взаимодействия.

Совершенно точно можно определить основание для формулирования научной новизны после проведенного автором анализа. Необходимо сделать следующее:

1. Сконструировать модель системы взаимодействия органов местного самоуправления и промышленных предприятий.
2. На основе моделирования системы взаимодействия органов местного самоуправления и промышленных предприятий разработать методику формирования системы взаимодействия.
3. Выработать конкретные предложения по реализации системы взаимодействия как для органов местного самоуправления, так и для руководства промышленных предприятий.

Используемые источники

1. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год, подготовленный Программой развития ООН (ПРООН) и Ассоциацией менеджеров России / Под общ. Ред. С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2004. С. 9.
2. Институт исследований Всемирного банка (Djordjija Petrovski, Saskia Kersemackers, Alisa Valderama & Corporate Responsibility and Sustainable Competitiveness // worldbank.com).
3. Козловский П. (цит. по: Российский журнал менеджмента. Т. 4. 2006. № 3. С. 188–189).
4. Палацци М., Статчер Дж. Корпоративная социальная ответственность и успех в бизнесе. М., 1997. С. 17.
5. Фиглин Л. Модель управления количеством социальной ответственности организации // Проблемы теории и практики управления. 2003. № 2.
6. Фитч Гордон Х. Корпоративная ответственность перед обществом. Корпоративный социальный отчет. Рекомендации Ассоциации менеджеров // www.arm.ru
7. Caroll A.B. A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance // Academy of Management Review, 1978. № 4.
8. MacWilliams A., Siegel D. CSR: a Theory of the Firm Perspective // Academy of Management Review. 2001. Vol. 26. № 1.

Под общей редакцией
доктора экономических наук, профессора,
Заслуженного деятеля науки РФ
В. С. Балабанова

У 68 Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сб. науч. трудов. Вып. XXXVI / Под общей ред. В.С. Балабанова. – М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2013. – 352 с.

ISBN 978-5-903893-66-9

В сборнике представлены статьи профессорско-преподавательского состава, соискателей Российской Академии предпринимательства и отечественных ученых, тесно сотрудничающих с Академией на протяжении многих лет.

ББК 65.9(2Рос)
УДК 330.35

Научное издание

Серия

«Ученые записки Российской Академии предпринимательства»

**РОЛЬ И МЕСТО
ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ**

Сборник научных трудов

Выпуск XXXVI

Под общей редакцией В.С. Балабанова

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовой
коммуникации **ПИ № 77 – 17478 от 18 февраля 2004 года.**

Подписано в печать 02.09.13

Формат бумаги 60x90 ¹/₁₆. Гарнитура «Newton7С, TextBookС»

Объем 20,46 усл. печ. л. Тираж 1000 экз.

Издательство Агентство печати «Наука и образование»

105005, г. Москва, ул. Радио, 14

(499)265-65-03, www.rusacad.ru, info@rusacad.ru