



ISSN 2073-9885

Российская Академия предпринимательства

ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Научно-практическое издание

Выпуск XVII

**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

П 90

Редакционный совет:

Балабанов В.С. – д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ, гл. редактор

Булочникова Л.А. – д.э.н., профессор, научный редактор

Айбазов Р.У. – д.ю.н., профессор

Ермакова Е.Е. – к.ф.н., профессор

Кошкин В.И. – д.э.н., профессор, ректор ВШПП

Курило В.М. – д.э.н., профессор

Половинкин П.Д. – д.э.н., профессор РАГСИНХ при Президенте РФ

Суйц В.П. – д.э.н., профессор, член президиума ассоциации бухгалтеров

и аудиторов «Содружество», заслуженный профессор МГУ им. М.В. Ломоносова

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 РАГСИНХ при Президенте РФ

Яхьяев М.А. – д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки Республики Дагестан

Редакционная коллегия:

Балабанова А.В. – доктор экономических наук, профессор

Бандурин В.В. – доктор экономических наук

Бараненко С.П. – доктор экономических наук

Гаврилов Р.В. – доктор экономических наук, профессор

Журавлев Г.Т. – доктор экономических наук, доктор философских наук, профессор

Ищенко А.А. – доктор экономических наук, доцент

Киселев В.В. – доктор экономических наук, профессор

Лезина М.Л. – доктор экономических наук, с.н.с.

Омельченко Е.В. – доктор экономических наук, профессор

Содержание

Ананченкова П. И.

Факторы конкурентоспособности
высших учебных заведений 7

Ахметов Л. А., Ботавина Р. Н.

Некоторые факторы, стимулирующие
инновационное развитие экономики 13

Бараненко С. П., Михель В.С.

Экономическая сущность и содержание
финансовой стратегии корпораций 24

Боробов Д. В.

Лизинг как способ финансирования
предпринимательского бизнеса 31

Ботавина Р. Н.

К вопросу об уровне разработки и внедрения
нетехнологических инноваций 42

Василов С. И., Ананченкова П. И.

Информационно-коммуникационная политика
в деятельности органов государственной власти 48

Верников В. А.

Социальный капитал – важнейшая часть капитала бизнеса 55

Воскресенский В. Ю., Чайнов В. И.

Прогнозная оценка роста въездного туристического потока
в России на уровне федеральных округов 62

Вотчель Л. М.

Факторы и условия создания межотраслевых
предпринимательских конгломератов
на мезоуровне национальной экономики 71

Гладкова В. Е.

Рынок микрофинансирования – существующее состояние
и современные проблемы 79

Дмитриева Е.В.

Стратегические и тактические аспекты
инвестиционной деятельности
промышленных предприятий 85

Дормидонтов А. В.

Формирование эффективной структуры привлечения и размещения временно свободных денежных средств клиентов банка – юридических лиц как путь совершенствования политики диверсификации банка 92

Дорохина Е. Ю., Огольцов К. Ю.

О возможных стратегиях устойчивого развития и промышленной экологии 100

Жакипбеков Д. С.

Налоговый менеджмент как функция комплексного управления учетно-налоговыми отношениями компании 109

Казаченко Л. Д.

Социальная среда и ее влияние на процессы технологической модернизации 118

Карваи К. В.

Развитие и становление электронных денег 123

Клепалов Н.Н.

Проблемы совершенствования механизма устойчивого развития промышленных предприятий на основе формирования конкурентной среды 132

Костылев А. К., Минковская Т. И.

Совершенствование муниципального земельного контроля за использованием земельных ресурсов 140

Кузнецов А. С.

Проблемы кооперации потребительского рынка на муниципальном уровне 147

Кузнецова Н. Н.

Концепция управления нефинансовыми рисками в нефтегазовых компаниях 156

Лихошерстова Г. Н.

Роль туристско-рекреационного кластера в формировании инновационно-ориентированной экономики региона 163

Ложкин А. Г.

Социокультурные факторы трансформации сетевых форм предпринимательства в современной России 170

Макарова О. В.	
Управление человеческим капиталом как фактором увеличения рентабельности капитала организации	179
Михель В. С.	
Этапы разработки финансовой стратегии предприятия	193
Моторная М. Н.	
Феномен молодежной безработицы: специфика, экономическое содержание	199
Мустаева Н. Г., Ананченкова П. И.	
PR-коммуникации высшего учебного заведения	208
Пятышев В. В.	
Формализация управления отношениями (взаимодействиями) в виртуальной компании	215
Роман М. И.	
Современное состояние российских регионов с учетом потенциала их конкурентоспособности	232
Сальникова К. Х.	
Торговые роботы на биржевых площадках	239
Суйц В. П., Жакипбеков Д. С.	
Анализ налоговой отчетности индивидуального подоходного налога	244
Турманидзе Т. У.	
Оценка эффективности использования источников финансирования инвестиций	255
Уланова О. А.	
Совершенствование процесса взаимодействия крупных и малых предприятий промышленности: теоретический аспект	261
Федорова И. Ю.	
Новые организационно-правовые формы (типы) организаций в бюджетном секторе экономики	267
Филипчук О. А.	
Вступление во Всемирную торговую организацию как фактор изменения доходной части федерального бюджета РФ	281

Фомин В. А.

Анализ рейдерства в России
и иностранных государствах 294

Хечумова Э. А., Щепилов М. В.

Проблемы отечественной практики использования
метода финансовых коэффициентов 300

Шапиро С. А.

Мотивационные факторы управления
интеллектуальным трудом 317

Шевелев Н. А.

Оценка экономической эффективности
функционирования финансового супермаркета 325

Яхьяев М. А. Гладкова В. Е.

Законодательные проблемы развития
рынка микрофинансирования в России 329

Ананченкова П. И.

*кандидат экономических наук, доцент,
профессор кафедры «Экономика и управление в социальной сфере»,
Академия труда и социальных отношений*

Факторы конкурентоспособности высших учебных заведений

В статье рассматривают теоретические аспекты обеспечения конкурентоспособности высших учебных заведений. Проведен обзор публикаций отечественных исследователей, сделаны выводы относительно возможности повышения конкурентоспособности вуза на основе управления его имиджем.

Ключевые слова: высшее учебное заведение, конкуренция, конкурентоспособность, имидж.

Factors of competitiveness of higher educational institutions

In article consider theoretical aspects of ensuring competitiveness of higher educational institutions. The review of publications of domestic researchers is carried out, conclusions concerning possibility of increase of competitiveness of higher education institution on the basis of management of its image are drawn.

Keywords: Higher educational institution, competition, competitiveness, image.

Конкурентоспособность является качеством любой стратегически-ориентированной компании, стремящейся максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы для достижения основной экономической цели — максимизации прибыли. Способность компании использовать имеющиеся ресурсы для осуществления успешной прибыльной деятельности на рынке является показателем ее конкурентоспособности.

В научной литературе достаточно много определений понятия «конкурентоспособность», хорошо разработаны вопросы конкурентоспособности компании и товара (существенно меньше работ, посвященных анализу конкурентоспособности услуг): факторы, принципы формирования конкурентных преимуществ, способы оценки конкурентоспособности и т.д.

Так, например, в учебнике «Маркетинг» под редакцией А.Н.Романова определение конкурентоспособности формулируется следую-

щим образом: «... под конкурентоспособностью понимается комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик товара, определяющих его успех на рынке, то есть преимущество именно этого товара над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров-аналогов»¹.

Фасхийев Х.А. дает следующее определение конкурентоспособности организации: «конкурентоспособность организации — это превосходство организации своими товарами и услугами аналогов в конкретных сегментах рынка в определенный период времени и по потенциалу разработать, производить и продавать конкурентоспособные товары (услуги) в будущем, достигнутое без ущерба финансовому состоянию организации»².

Рассматривая понятие конкурентоспособности применительно к образовательным услугам, то, например, Е.Л. Татарский дает такое определение: «Под конкурентоспособностью образовательной услуги понимается способность вуза достичь на образовательном рынке конкурентного преимущества перед другими вузами, предлагающими рынке по назначению, объему и содержанию образовательную услугу... Содержание образовательной услуги представляет собой комплекс следующих взаимосвязанных компонентов:

- усвоение совокупности знаний, умений и навыков по определенной специальности;
- обретение нового социального статуса в обществе;
- развитие способности к технологической и психологической самоорганизации;
- накопление собственной информационной базы данных по полученной специальности»³.

Следует отметить, что, как говорится в интернет-публикации на страницах официального сайта Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова: «анализ литературных источников и методических материалов показал, что до сих пор отсутствует единое мнение о сущности *конкурентоспособности ВУЗа*, в целом, и образова-

¹ Романов А.Н., Коряжогов Ю.Ю., Красильников С.А. и др.; под ред А.Н.Романова. М., 1996, С. 167.

² Цит.по: Гушина Ю.И. Оценка деятельности конкурентов на российском рынке образовательных услуг высшего профессионального образования// Дисс. ... к.э.н. Волгоград, 2006, С. 34.

³ Татарский Е.Л. Методология исследования конкурентоспособности в образовательной деятельности вуза// Материалы межвузовской научно-практической конференции «Исследовательский подход в высшем профессиональном образовании». М., 2008, С. 33.

тельной услуги, в частности, недостаточно разработаны методологические и методические вопросы их количественной оценки. Подобная ситуация объясняется следующими причинами:

- практически во всех странах, в той или иной степени, высшее образование находится под контролем государства, и именно оно несет ответственность перед обществом за качество высшего образования в стране;
- каждый ВУЗ является уникальным по своим традициям как в организации учебного и научного процессов, так и в организации системы внутреннего самоконтроля и управления;
- оценка собственной конкурентоспособности и конкурентоспособности конкурентов каждый ВУЗ делает сам для себя сам, используя свои методы, сохраняя методику и полученные данные для внутреннего использования...

Группу показателей конкурентоспособности образовательной услуги целесообразно разбить на три подгруппы:

1. Потребительские показатели. Они отражают принципиальную возможность реализации услуг на конкретном рынке. Сбыт образовательной услуги считается возможным, если все ее основные параметры удовлетворяют действующим качественным показателям образовательной услуги, нормам и требованиям. Если хотя бы один из параметров не удовлетворяет этому условию, образовательную услугу следует считать неконкурентоспособной. В частности, для образовательной услуги в области высшего профессионального образования к нормативным параметрам следует отнести наличие лицензии на образовательную деятельность по данному направлению (специальности), соответствие учебного плана действующему Государственному образовательному стандарту. Одной из определяющих основ конкурентоспособности образовательной услуги является качество образовательной услуги, в данном случае как совокупность свойств образовательной услуги, обуславливающих обеспечение уровня подготовки специалистов, требующегося с позиций потребителя и производителя (образовательного учреждения).

2. Экономические факторы: цена образовательной услуги, выражающая конкретную полезность образовательной услуги для конкретного потребителя на образовательном рынке.

3. Организационные факторы: доверие к ВУЗу (имидж), доступность образовательной услуги, интенсивность рекламы, ценовые скидки. Сильный имидж ВУЗа и его образовательной услуги является подтверждением того, что ВУЗ обладает уникальными деловыми способностями (специальными навыками, умениями), позволяющими повышать предлагае-

мую потребителям воспринимаемую ими ценность товаров и услуг.

С учётом приведенной выше трактовки понятия «образовательная услуга» и факторов, влияющих на конкурентоспособность образовательной услуги, понятие «конкурентоспособность образовательной услуги» следует представлять как способность образовательной услуги сохранять имеющиеся конкурентные преимущества на всех этапах жизненного цикла и долговременно конкурировать на рынке образовательной услуги путём постоянных улучшений»⁴.

Тихомиров В.П. считает, что «конкурентоспособность вуза – система управления вуза, обеспечивающая постоянные конкурентные преимущества по сравнению с другими вузами и обеспечивающая способность выдерживать конкуренцию с другими вузами»⁵.

В современной маркетинговой литературе крайне мало информации о том, как формировать, обеспечивать, поддерживать и регулировать конкурентоспособность именно высшего учебного заведения. «Конкурентоспособность вуза – это свойство, способность вуза при имеющихся исходных параметрах и располагаемых ресурсах достигнуть определенного уровня конкурентных преимуществ на рынке перед другими вузами по всему спектру предоставляемых образовательных услуг или по их определенной части. Конкурентоспособность является показателем вуза, который нацелен на перспективу..

Таким образом, при исследовании и оценке конкурентоспособности негосударственного вуза в сфере образовательных услуг и оценке уровня конкурентоспособности на основе изложенных выше особенностей необходимо учитывать следующие факторы с учетом времени их действия:

- ожидаемое наличие спроса на специалистов профиля, по которому проводится обучение в вузе, в период после окончания студентов данного вуза в городе, регионе, стране;
- прогнозируемый уровень оплаты труда специалистов профиля данного вуза в сравнении со специалистами, окончившими другие вузы такого же профиля;
- наличие у рассматриваемого вуза признаков, позволяющих рассчитывать на предпочтения в трудоустройстве и оплате труда после окончания данного вуза в сравнении с другими вузами;
- величина платы за обучение в сравнении с другими государственными и негосударственными вузами такого же профиля;

⁴ Цит. по: www.mgu-consulting.ru/st/ecanom/uslugi.htm

⁵ Тихомиров В.П. Эффективное управление образовательными учреждениями в современных экономических условиях// Материалы научно-практической конференции «Образование в XXI веке». М., 2011, С. 107.

- вероятность поступления в вуз с учетом требований при поступлении и конкурса;
- соотношение между суммарной платой за обучение в течение всего периода и ожидаемым годовым уровнем оплаты труда после окончания вуза (предпочтительны вузы, в которых суммарная плата за обучение соизмерима с будущей оплатой труда за 2–3 года);
- индивидуальные предпочтения следующего вида: интерес к определенным профессиям, следование профессиональным привязанностям родителей, общественное мнение о предпочтениях определенных видов специальностей, близость учебного заведения к дому или месту работы, наличие отсрочки от службы в армии, удобство и комфортность обучения, определяемых расписанием занятий, обустройством аудиторий, наличием библиотеки, читального зала, столовой или буфета;
- реклама, проведение дней открытых дверей, формирование традиций, наличие в составе преподавателей известных ученых, возможность продолжать учебу в аспирантуре и ряд аналогичных факторов»⁶.

Таким образом, можно сделать вывод, что конкурентоспособность вуза во многом зависит не от его материально-технической оснащенности, и не от стоимости обучения, а от факторов имиджевого характера.

Следует отметить, то конкурентоспособность образовательной услуги, или образовательного учреждения не является величиной постоянной: те, или иные факторы конкурентоспособности в одной ситуации могут утрачивать свое значение, а в каких-то иных ситуациях, наоборот, быть наиболее значимыми. Поэтому мы склонны согласиться с Гушиной Ю.И., которая утверждает: «В условиях стремительно развивающейся конкуренции особую роль приобретает стратегическая конкурентоспособность вуза — способность вуза конкурировать в будущем (например, в конце образовательного цикла через 5 лет), постоянно снижая проявления стратегических неконкурентных факторов и усиливая проявления стратегических эксклюзивных конкурентных преимуществ»⁷.

⁶ Татарский Е.Л. Методология исследования конкурентоспособности в образовательной деятельности вуза // Материалы межвузовской научно-практической конференции «Исследовательский подход в высшем профессиональном образовании». М., 2008, С. 38.

⁷ Гушина Ю.И. Оценка деятельности конкурентов на российском рынке образовательных услуг высшего профессионального образования // Дисс. ... к.э.н. Волгоград, 2006, С. 39.

Таким образом, любые разработки теоретического и прикладного характера относительно того, за счет каких факторов и может быть обеспечена конкурентоспособность учебного заведения, и в частности, высшего профессионального образования, для практики образовательной деятельности имеют важное значение в стратегическом, долгосрочном плане.

Используемые источники

1. Гущина Ю.И. Оценка деятельности конкурентов на российском рынке образовательных услуг высшего профессионального образования. Дисс. ... к.э.н. Волгоград, 2006, С. 34.
2. Романов А.Н., Коряюгов Ю.Ю., Красильников С.А. и др.; под ред А.Н.Романова. М., 1996.
3. Татарский Е.Л. Методология исследования конкурентоспособности в образовательной деятельности вуза// Материалы межвузовской научно-практической конференции «Исследовательский подход в высшем профессиональном образовании». М., 2008.
4. Тихомиров В.П. Эффективное управление образовательными учреждениями в современных экономических условиях// Материалы научно-практической конференции «Образование в XXI веке». М., 2011.
5. www.mgu-consulting.ru/st/ecanom/uslugi.htm

Ахметов Л. А.

*доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства*

Ботавина Р. Н.

*кандидат экономических наук, доцент, соискатель,
Российская академия предпринимательства*

Некоторые факторы, стимулирующие инновационное развитие экономики

В статье даны классификации инноваций: продуктовые и процессные, технологические и нетехнологические. Рассматриваются факторы, способствующие инновациям, и факторы, тормозящие инновации; виды инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновации, развитие, продуктовые, процессные, технологические, нетехнологические, стимулы, факторы, инновационная деятельность.

Some factors stimulating innovative development of economy

In article classifications of innovations are given: grocery and process, technological and not technological. The factors promoting innovations, and the factors braking innovations are considered; types of innovative activity.

Keywords: innovations, development, grocery, process, technological, not technological, incentives, factors, innovative activity.

Современное общество отличается, в широком смысле, инновационным типом развития. Современное производство в определяющих развитие мира странах, которые принято называть индустриально развитыми, отличается высоким уровнем наукоёмкости и интеллектуальной оёмкости.

Цели инновационного развития общества и производства как его базы — иные, нежели ранее, а именно: повышение уровня качества жизни¹, расширение и углубление возможностей человека во всех сферах его деятельности. Таким образом, во главу угла становится не рост технического уровня на предприятии, в отрасли, в стране, обществе, а

¹ ООН в 70-х гг. XX в. предложила показатель качества жизни, который состоит из: а) средней продолжительности жизни; б) среднего уровня образования; в) ВВП на душу населения.

потребности человека, чего бы они ни касались — охраны окружающей среды, медицинских услуг, уровня производства, главное — насколько это нужно человеку в настоящее время и в будущем.

Нормативно-правовая и методологическая документация инновационного характера Российской Федерации основывается как на отечественных разработках, так и на различных международных документах. При этом инновационная терминология должна совпадать (в общем и в целом) с терминологией международных документов, в том числе, с терминологией «Руководства Осло» [1] («OSLO MANUEL»). Терминология российских официальных, научных, учетных и просто литературных источников во многом совпадает с международными, отличия принципиального характера не имеют.

Определений инновации достаточно много, представляется обобщенным и в определенной мере всеобъемлющим следующее: *инновация* — результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового продукта (услуги), технологии и/или новой организационно-экономической формы; всё перечисленное должно обладать явными качественными преимуществами при проектировании, использовании, производстве, сбыте, потреблении, утилизации продукта и обеспечивать дополнительную (по сравнению с предшествующим продуктом или организационно-экономической формой) экономическую и/или общественную выгоду; выгода может быть выражена как в экономии затрат, так и в дополнительной прибыли. Таким образом, современный взгляд на инновацию таков: инновация может быть *продуктом (услугой)* и *процессом*; обязательное условие — востребованность на рынке. OSLO MANUEL стоит на той же позиции в определении термина. Необходимо отметить, что еще в 1982 г. Шумпетером [2], был предложен перечень типов инноваций и, хотя в этом перечне термины и их определения несколько отличаются от современных по их словесной формулировке, тем не менее, он вполне может быть принят за основу классификации инноваций:

- 1) внедрение нового продукта или качественные изменения в уже существующем;
- 2) процессная инновация, новая для отрасли;
- 3) открытие нового рынка;
- 4) разработка новых источников поставки сырья или других вложений;
- 5) изменения в хозяйственной организации.

В современной теории и практике инновации принято делить на продуктовые и процессные (см. Рис. 1). Это первая классификация инноваций.

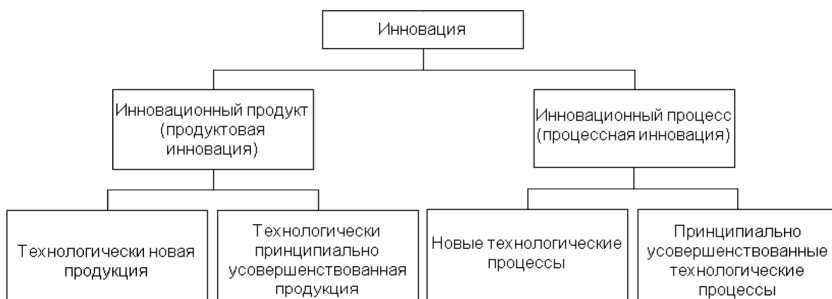


Рис. 1. Схема классификации инноваций

Согласно OSLO MANUEL инновация (продуктовая и процессная) может иметь место и в производственном процессе, и в тех видах деятельности предприятия, которые ведутся коммерческими, маркетинговыми, финансовыми, административными подразделениями.

Технологическая продуктовая инновация имеет две формы:

- 1) технологически новая продукция;
- 2) технологически усовершенствованная продукция.

В первом случае это продукт своими характеристиками значительно отличается от ранее производимой продукции. При этом могут быть использованы принципиально новые технологии или неизвестная ранее комбинация прежних.

Во втором случае — это прежний продукт, но имеющий значительные изменения характеристик качества и/или цены.

Технологическая процессная инновация представляет собой использование технологий принципиально новых или усовершенствованных — в сфере производства, поставок сырья и материалов и т.п.

Согласно второй классификации инноваций, они делятся на технологические и нетехнологические. Последние включают все виды организационных инноваций (они же — организационно-управленческие изменения, организационные и управленческие инновации — см. Рис. 2).

Организационно-управленческие инновации могут иметь следующие направления ²:

1. Разработка и реализация новых или принципиально измененных корпоративных стратегий.
2. Разработка и осуществление на практике новых или значительно измененных структур управления.

² Направления, представленные в регламентирующих документах РФ, совпадают с направлениями OSLO MANUEL, однако перечень РФ более обширный.

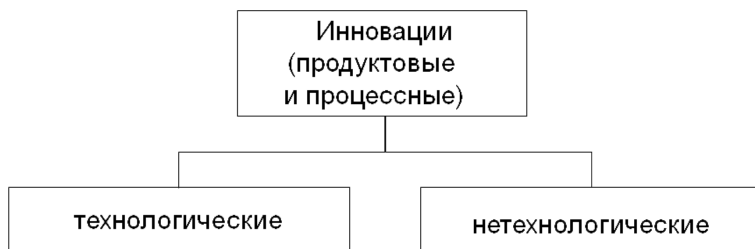


Рис. 2. Схема деления инноваций по их участию в производственном и технологическом процессе

3. Внедрение новых или принципиально усовершенствованных технологий управления (например, технологий с использованием специальных программных средств).

4. Инновации в использовании сменного режима рабочего времени.

5. Разработка новых или принципиально измененных методов и приемов организации труда на предприятии.

6. Применение новых систем контроля качества, сертификации продуктов (услуг) на основании современных российских и зарубежных стандартов качества, например, ISO 9000.

7. Внедрение современных систем логистики и поставок сырья и материалов.

8. Создание специализированных подразделений по проведению ИиР (исследований и разработок), а также подразделений занятых практической реализацией научно-технических достижений).

9. Финансовые инновации, состоящие в использовании новых финансовых инструментов.

10. Прочие организационно-управленческие изменения.

В настоящее время нетехнологические, в том числе, организационные инновации находятся в зоне пристального внимания и теоретиков, и практиков менеджмента – в национальных экономиках развитых индустриальных стран (США, Канада, страны Западной Европы, Япония). Данные инновации относят к конкурентным преимуществам высокого порядка. Существует некая расхожая точка зрения: главное – технологические инновации, а нетехнологические – это «второй сорт», на них не следует фокусировать внимание. Однако, хотя это и может показаться парадоксальным, но является очевидным фактом: именно благодаря нетехнологическим инновациям – организационным, управленческим, маркетинговым, инновациям в сфере рекламирования, в нормативно-

правовой сфере и т.д. появляется технологический инновационный продукт (процесс) и находит своего потребителя на национальном и на мировом ранке. Дело в том, что предложенная разработчиками технологической сферы продуктовая и процессная технологическая инновация может стать реальностью только при условии:

- появления инновационной системы управления процессом ИиР и производства (даже на этапе изготовления единичного опытного образца или модели инновационного продукта);
- применения новых или принципиально усовершенствованных организационных мер;
- разработок инновационных маркетинговых методов продвижения новейшей продукции на рынке и их практического использования.

Именно нетехнологические инновации (организационные, управленческие, маркетинговые) и т.д. делают реальностью самые разнообразные инновации технологического характера.

Представляется целесообразным в данном контексте дать определение понятию «*Инновационная деятельность*». Последняя представляет собой вид деятельности, являющейся, по своей сути, трансформацией идей (чаще всего в виде результатов ИиР), либо других научно-технических достижений, в новый или принципиально усовершенствованный продукт, имеющий спрос на рынке, или в новый, а также принципиально усовершенствованный технологический процесс, внедренный в практику.

Инновационная деятельность предприятия предполагает комплексный научный, технолого-технический, финансовый, инвестиционный, маркетинговый и кадровый процесс. Процесс един по своей сути для государственного и частного секторов и имеет своей целью трансформацию идей в инновационную продукцию и инновационные процессы, внедренные на рынке.

К инновационной деятельности относятся:

1. Выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ по созданию инновационного продукта (процесса).
2. Планирование и целевое программирование, организация и нормативно-правовое обеспечение работ по созданию инновационного продукта (процесса).
3. Технологическое оснащение (переоснащение) производства для выпуска инновационного продукта.
4. Проведение испытаний и освоение потребителем инновационного продукта (процесса).

5. Деятельность по продвижению инновационного продукта (процесса) на внутренний и мировой рынки, включая защиту прав на результаты интеллектуальной деятельности.

6. Создание и развитие инновационной инфраструктуры.

7. Передача (приобретение) прав Российской Федерации (или другими правообладателями) на объекты интеллектуальной собственности.

8. Экспертные, консультационные, информационные, юридические услуги, а также услуги по организации финансирования инновационной деятельности.

OSLO MANUEL предлагает считать инновационную деятельность предприятия

а) успешной, когда имеет место реальное продвижение к созданию инновационного продукта (процесса);

б) прерванной — по причине возникших трудностей или тормозящих (прекращающих) процесс условий (например, переуступка владельцам прав на интеллектуальную собственность);

в) продолжающейся — когда работа идет, но результат еще не достигнут.

Те предприятия, которые ведут инновационную деятельность, и в российских регламентирующих документах, и в международных решениях принято называть инновационно активными.

Инновационно активная организация — та, которая в течение последних трех лет имела завершенные инновации. Однако фактически российская практика к инновационно активным организациям относит те, которые имели в *годовом*, а не в трехлетнем периоде *затраты* на инновации — независимо от стадии инновационного процесса и степени его завершенности.

Инновационно активная организация обязана в своих отчетах указать степень своего участия и участия сторонних организаций в разработке данных конкретных инноваций; российская практика предлагает следующую классификацию степени участия:

- инновацию разрабатывала, в основном, данная организация, при этом допускается минимальное участие отдельных юридических и физических лиц, в основном, в виде консультирования;
- инновацию разрабатывала данная организация совместно с другими юридическими лицами — практически в равной степени;
- инновацию разрабатывали другие организации, а данная организация выполняла определенную работу по контракту — минимальную по значимости, объему или затратам.

Доля инновационно активных предприятий в РФ далеко не так велика. Причинами, тормозящими инновационную активность, могут быть: отсутствие спроса на рынке, отсутствие необходимости в инновациях по данному научному и технологическому направлению и другие причины.

Все предприятия – как инновационно активные, так и не таковые – сталкиваются с факторами, активизирующими инновационную деятельность, и с факторами, тормозящими или прекращающими инновационную деятельность.

К активизирующим факторам-стимулам относятся:

- 1) наличие на предприятии подразделения, в чьи функции входят ИиР (исследования и разработки);
- 2) результаты, полученные в производственных подразделениях;
- 3) маркетинговая деятельность предприятия;
- 4) информация, которой располагают другие предприятия и организации, входящие в тот же альянс (объединение, фонд, общественное движение и др.), что и наблюдаемое предприятие;
- 5) информация поставщиков производственного, опытного, исследовательского оборудования, комплектующих, а также сырья и материалов;
- 6) разработки и помощь консалтинговых фирм;
- 7) информация от клиентов, потребителей, покупателей;
- 8) профессиональные конференции, семинары, симпозиумы, профессиональные журналы, научная литература;
- 9) выставки, ярмарки;
- 10) высшие учебные заведения;
- 11) научно-исследовательские организации – государственные и частные;
- 12) стандарты всех видов;
- 13) приобретение технологий, воплощенных в каком-либо продукте или процессе;
- 14) приобретение технологий, не воплощенных в каком-либо продукте или процессе (лицензии, патенты, «ноу-хау»).

Кроме вышперечисленных, факторы, способствующие инновационной деятельности, могут иметь индивидуализированный, свойственный только данному предприятию, характер.

Анализ различных ситуаций в процессе инновационной деятельности российских инновационно активных предприятий, даже при относительно небольшом их количестве, показал, что как их недостатки, так и их достоинства носят специфический характер, присущий российской действительности.

Потенциальных потребителей инновационного продукта и инвесторов могут привлечь следующие показатели (типичные привлекательные характеристики) проекта:

- высокая прибыльность инновационного проекта;
- короткий срок окупаемости;
- получение (кроме прибыли или без нее) экологического эффекта;
- предложение покупки акций;
- создание новых рабочих мест;
- возможность получения налоговых льгот;
- перспектива экспорта продукции;
- возможность импортозамещения;
- наличие дешевого сырья;
- наличие дешевой рабочей силы;
- высокий уровень имиджа фирмы;
- известная торговая марка;
- возможность выхода на новый рынок.

Типичные трудности при продвижении российских инновационных разработок на рынок — национальный и мировой:

- несоответствие российских ИиР международным стандартам (при этом научные идеи, заложенные в продукцию, часто не только не уступают, но и превосходят те, что предлагаются на мировом рынке);
- отставание по дизайну и качеству отделки, включая тару и упаковку;
- неграмотный маркетинг, особенно его товарно-производственная и сбытовая функции;
- отставание по экологическим стандартам;
- несоответствие требованиям по безопасности человека, которые на мировом рынке становятся все более жесткими.

Особенно много ошибок и необоснованных, неоправданных действий имеет место при продвижении ИиР:

- отсутствие проработанных альтернатив продвижения ИиР на рынок, обращение только в один адрес (или вообще не по адресу, желание получить все необходимые средства у одного инвестора и сразу всю сумму (в мировой практике средства обычно выделяются поэтапно); предпочтение отдается иностранным партнерам;
- невнимательное отношение к интересам, запросам потребителей, покупателям, вплоть до полного игнорирования; без-

различие к желанию покупателей удовлетворить свои потребности (что, по мнению многих зарубежных инвесторов, вообще характерно для российских продавцов любого товара);

- часто встречающиеся у российских разработчиков инновационных проектов незнание международного перечня необходимых для обсуждения проекта документов, неоперативное представление сведений по запросам инвесторов, недостаточная подготовка к ответам на вопросы;
- недостаточно глубокое знание соответствующего рынка, тенденций его развития, отсутствие прогнозной базы для данного рынка, отсутствие умения показать, что рассматриваемый инновационный проект перспективен (другими словами говоря, слабые маркетинговые ходы);
- стоимость проекта бывает необоснованно завышенной, особенно если потенциальные инвесторы – зарубежные;
- недостаточная проработка финансовых показателей – возможность получения налоговых льгот, вопрос с НДС и т.п.

К факторам, препятствующим инновационному развитию предприятия, отрасли, страны различные международные организации, отдельные государства, и Российская Федерация в том числе, в регламентирующих документах чаще всего относят:

- *экономические факторы*: чрезмерный риск, слишком высокий уровень издержек, отсутствие или недостаток собственных денежных средств, слабая финансовая поддержка государства, слишком длительный период окупаемости, низкий уровень платежеспособного спроса на будущую инновационную продукцию;
- *производственные (внутрифирменные) факторы*: недостаточный уровень инновационного потенциала, недостаток высококвалифицированного персонала (как производственного, так и занятого ИиР), недостаток информации о новых технологиях и проч., незащищенность прав собственности, в том числе на интеллектуальную собственность, недостаток (отсутствие) инновационной инфраструктуры, нечеткость законодательной базы в сфере инноваций, трудности маркетинговой работы с потенциальными потребителями, не расположенными к приобретению инновационной продукции (процессов).

Перечисленные выше факторы активизации и торможения инновационной деятельности в равной степени можно отнести и к технологическим, и к организационно-управленческим инновациям.

В современном мировом сообществе изучение потребностей потребителей и особенностей спроса являются необходимостью. Статистика спроса и анализ его содержания, проводимого в разных странах мира, показывает, что потребности и спрос меняются с ходом истории. Доля населения с высокими и сверхвысокими доходами, а также доля со средним уровнем доходов растет во всем мире, по сравнению с первой половиной XX в., когда потребности и уровень спроса были гораздо скромнее, они находились в основном на минимальном уровне. Спектр запросов сейчас значительно расширился, изменился их характер. Так, опрос потребителей показал, что их интересует не только сакраментальная пара «цена и качество» (товара или услуги), но и репутация фирмы, продуцирующей данный товар, количество морально «грязных» эпизодов из жизни этой фирмы, моральные претензии к действиям ее работников – от индивидуального исполнителя до действий организации в целом – как правило, такого рода материалы очень охотно и активно выявляются, подхватываются, публикуются средствами массовой информации и именно благодаря им становятся широко известными. В дальнейшем эти публикуемые факты часто обрастают дополнительными подробностями – как существующими, так и несуществующими – и, как результат, репутация фирмы «замарана», имидж фирмы приобретает отрицательное значение. Как вывод, можно констатировать, что моральный уровень работников фирмы, через имидж фирмы, влияет на ее эффективность и конкурентоспособность.

В заключение следует отметить, что включение в функционирование предприятия, независимо от его масштаба, структуры управления и отрасли, частью которой оно является, самым эффективным с экономической, социальной и т.д. точки зрения является комплексное (а оно в процессе внедрения превращается в системное) использование и технологических, и нетехнологических инноваций; их взаимодействие и взаимовлияние дает, как правило, синергетический эффект, часто носящий глобальный характер [3].

Используемые источники

1. Руководств ОСЛО. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Совместная публикация Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Статистического бюро европейских сообществ (Евростата). 3-е изд. (Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd edition Edition Manual d'Oslo: Principes directeurs pour le recueil et interpretation des donnees sur l'innovation) / Пер. с англ. М.: Государ-

- ственное учреждение «Центр исследований и статистики науки» (ЦИСН), 2010.
2. Шумпетер И. Теория экономического развития / Пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко. М.: Прогресс, 1982.
 3. Максимов, Ю.М. Устойчивое развитие социально-экономических систем на основе инновационных преобразований: основные противоречия инновации / Ю.М. Максимов, О.И. Митякова. М.: ОАО «Трансфер». Учредители: Минобрнауки РФ и др., 2012.

Бараненко С. П.

*доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства*

Михель В. С.

*кандидат экономических наук, доцент,
Российская академия предпринимательства*

Экономическая сущность и содержание финансовой стратегии корпораций

Рассматривается сущность и содержание финансовой стратегии корпорации, определяется роль финансовой стратегии в общей стратегии корпорации, приводится характеристика этапов ее разработки.

Ключевые слова: финансовая стратегия, этапы финансовой стратегии, финансовые функции подразделений корпорации.

Economic essence and content of financial strategy of corporations

The article devoted to the financial strategy, the role of financial strategy in the general strategy of corporation, the characteristic of stages of its development.

Keywords: financial strategy, stages of financial strategy, financial functions of divisions of corporation.

Высокая динамика основных макроэкономических показателей, связанных с финансовой деятельностью предприятий, темпы технологического прогресса, частые колебания конъюнктуры финансового рынка, непостоянство государственной экономической политики и форм регулирования финансовой деятельности не позволяют эффективно управлять финансами предприятия на основе лишь ранее накопленного опыта и традиционных методов финансового менеджмента. В этих условиях отсутствие разработанной финансовой стратегии, адаптированной к возможным изменениям факторов внешней среды, может привести к тому, что финансовые решения отдельных структурных подразделений предприятия будут носить разнонаправленный характер, приводить к возникновению противоречий и снижению эффективности финансовой деятельности в целом.

Одним из условий, определяющих актуальность разработки финансовой стратегии предприятия, является его предстоящий переход к новой стадии жизненного цикла. Каждой из стадий жизненного цикла предприятия присущи характерные ей уровень инвестиционной активности, направления и формы финансовой деятельности, особенности формирования и распределения финансовых ресурсов. Разрабатываемая финансовая стратегия позволяет заблаговременно адаптировать финансовую деятельность предприятия к предстоящим кардинальным изменениям возможностей его экономического развития.

Финансовая стратегия представляет собой один из важнейших видов функциональной стратегии предприятия, обеспечивающей все основные направления развития его финансовой деятельности и финансовых отношений путем формирования долгосрочных финансовых целей, выбора наиболее эффективных путей их достижения, адекватной корректировки направлений формирования и использования финансовых ресурсов при изменении условий внешней среды¹.

Финансовая стратегия, с одной стороны, определяет возможности реализации ряда ключевых стратегий корпорации, отражающих важнейшие направления ее развития, такие как реструктуризация, стабилизация, интеграция, диверсификация и др., а с другой, она должна учитывать поставленные цели и принятые решения, изыскивая возможные источники финансовых ресурсов для их выполнения с учетом изменяющихся внешних и внутренних условий².

В состав основных объектов финансовой стратегии компании входят:

- финансовые ресурсы, в качестве которых выступают внеоборотные и оборотные активы;
- источники финансирования, представленные собственным и заемным капиталом;
- совокупность финансовых рисков, управление которыми осуществляется путем построения эффективной системы финансовой безопасности;
- система управления финансовой деятельностью, в первую очередь — построение эффективной финансовой структуры компании;

¹ Кадерова Н.Н. Корпоративные финансы: Учебное пособие. Алма-ты: Экономика, 2008. С. 330.

² Борисова В.Д., Талиманчук А.В. Взаимосвязь финансовой стратегии с другими ключевыми стратегиями корпорации//Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. 2011. № 24. С. 234–238.

- налоговые платежи и налоговые риски, являющиеся самостоятельными объектами финансового управления, рассматриваемыми с позиции безусловной необходимости исполнения обязанностей налогоплательщика;
- финансовые отношения, возникающие между различными субъектами в ходе осуществления финансово-хозяйственной деятельности.

Финансовая стратегия представляет собой один из важнейших видов функциональной стратегии предприятия, обеспечивающей все основные направления развития его финансовой деятельности и финансовых отношений путем формирования долгосрочных финансовых целей, выбора наиболее эффективных путей их достижения, адекватной корректировки направлений формирования и использования финансовых ресурсов при изменении условий внешней среды³.

А.И. Бланк выделяет следующие сущностные характеристики финансовой стратегии:

1. Финансовая стратегия предприятия является одним из видов его функциональных стратегий. Функциональный ее статус определяется тем, что она охватывает лишь один из видов деятельности предприятия, а ее разработка является одной из важнейших функций финансового менеджмента.

2. В системе функциональных стратегий предприятия финансовая стратегия занимает одно из ведущих мест. Это связано с тем, что, обеспечивая финансовыми ресурсами реализацию стратегий всех уровней, финансовая стратегия координирует и интегрирует усилия всех функциональных подразделений в процессе формирования и реализации всего стратегического набора предприятия, и прежде всего — его функциональных стратегий.

3. Финансовая стратегия охватывает все основные направления развития финансовой деятельности и финансовых отношений предприятия. Это вытекает, прежде всего, из содержания финансового менеджмента, важнейшей функцией которого является формирование данной стратегии.

Кроме того, только комплексный учет возможностей предстоящего развития всех аспектов финансовой деятельности и всех форм финансовых отношений предприятия позволяет в полной мере реализовать возможности роста его рыночной стоимости в долгосрочной перспективе.

³ Бланк И.А. Финансовый менеджмент. Учебный курс. 2-е изд., перераб. и доп. К.: Эльга, Ника-Центр, 2007. С.104.

4. Процесс разработки финансовой стратегии определяет необходимость формирования специфических финансовых целей долгосрочного развития предприятия. Отражая специфику финансовой деятельности, цели финансового развития предприятия должны обеспечивать реализацию миссии и целей корпоративной его стратегии, с одной стороны, и поддерживать (не вступая в противоречие) цели других функциональных стратегий и стратегий хозяйственных единиц, с другой.

5. Процесс разработки финансовой стратегии предопределяет выбор наиболее эффективных направлений достижения поставленных целей. Такой выбор обеспечивается поиском и оценкой альтернативных вариантов возможных стратегических финансовых решений и соответствующим их отбором по критерию максимизации рыночной стоимости предприятия.

6. Финансовая стратегия призвана учитывать меняющиеся условия внешней среды в процессе финансового развития предприятия и адекватно реагировать на эти изменения. Эта важнейшая особенность стратегии любого уровня, в том числе и финансовой, определяется главным подходом к ее содержанию, вытекающему из концепции стратегического управления.

Новая парадигма формирования стратегии предприятия предопределяет, что главное содержание его стратегического поведения состоит не в четком исполнении предусмотренных заданий, а в способности быстро реагировать на изменение условий внешней среды с соответствующей корректировкой этих заданий.

7. Адаптация финансовой стратегии к меняющимся условиям внешней среды обеспечивается в первую очередь изменением направлений формирования и использования финансовых ресурсов предприятия. Маневрирование финансовыми ресурсами, которые составляют главный объект финансового управления, является основным механизмом корректировки направлений и форм достижения стратегических финансовых целей предприятия⁴.

Стратегия представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии общества и достижение его целей.

Поскольку корпорация представляет собой совокупность хозяйствующих субъектов, функционирующих в различных сферах экономики, представляется целесообразным структурировать подразделения по целям и задачам, выполняемым ими в рамках группы.

⁴ Бланк А.И. Финансовая стратегия предприятия. Киев: Эльга, Ника-Центр, 2004. С.12.



Рис. 1. Финансовая стратегия корпорации⁵

На основании такого распределения функций разработка финансовой стратегии основывается на совокупности финансовых функций подразделений корпорации (рис. 2).



Рис. 2. Финансовые функции подразделений корпорации

⁵ Бандурин А.В. Деятельность корпораций. М.: БУКВИЦА, 1999.

Разработка стратегии включает осуществление нескольких этапов:

1. Оценка долгосрочных перспектив.
2. Прогноз развития.
3. Осознание цели.
4. Анализ сильных и слабых сторон.
5. Обобщение стратегических альтернатив.
6. Разработка критериев оптимизации.
7. Выбор оптимальной стратегии.
8. Планирование мероприятий.

Разработка финансовой стратегии предполагает жесткую взаимосвязь с другими стратегиями, прежде всего, со стратегией роста компании. Стратегия роста ориентирована на формирование современной структуры компании, которая способна противостоять неопределенности рынка, его возможным негативам и различным критическим перепадам финансовых отношений⁶.

После выработки общей финансовой стратегии корпорации специальные подразделения в соответствии со стратегией корпорации, а также в соответствии с состоянием финансового рынка разрабатывают инвестиционную и кредитную стратегии корпорации. Такой подход позволяет, с одной стороны, «директировать» деятельность подразделений, то есть направить различные аспекты деятельности корпорации в единое русло (директриссу или вектор) в соответствии с миссией корпорации, а с другой стороны, гибкая и продуманная финансовая стратегия позволяет высшему менеджменту корпорации планировать развитие прочих направлений деятельности.

Таким образом, финансовая стратегия корпорации в соответствии с главной стратегической целью обеспечивает: формирование финансовых ресурсов и централизованное стратегическое руководство ими; выявление решающих направлений и сосредоточение на их выполнении усилий, маневренности в использовании резервов финансовым руководством предприятия; ранжирование и поэтапное достижение задач; соответствие финансовых действий экономическому состоянию и материальным возможностям предприятия; объективный учет финансово-экономической обстановки и реального финансового положения предприятия в году, квартале, месяце; создание и подготовку стратегических резервов; учет экономических и финансовых возмож-

⁶ Борисова В.Д., Талиманчук А.В. Взаимосвязь финансовой стратегии с другими ключевыми стратегиями корпорации//Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. 2011. № 24. С. 234–238.

ностей самого предприятия и его конкурентов; определение главной угрозы со стороны конкурентов, мобилизацию сил на ее устранение и умелый выбор направлений финансовых действий; маневрирование и борьбу за инициативу для достижения решающего превосходства над конкурентами.

Финансовая стратегия корпорации рассматривается как неотъемлемая составная часть общей стратегии ее экономического развития. Финансовая стратегия предприятия представляет собой систему долгосрочных целей финансовой деятельности предприятия, определяемых его финансовой идеологией, и наиболее эффективных путей их достижения.

Используемые источники

1. Бандурин А.В. Деятельность корпораций. М.: БУКВИЦА, 1999.
2. Бланк А.И. Финансовая стратегия предприятия. Киев: Эльга, Ника-Центр, 2004.
3. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. Учебный курс. 2-е изд., перераб. и доп. К.: Эльга, Ника-Центр, 2007.
4. Борисова В.Д., Талиманчук А.В. Взаимосвязь финансовой стратегии с другими ключевыми стратегиями корпорации//Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. 2011. № 24.
5. Кадрова Н.Н. Корпоративные финансы: Учебное пособие. Алматы: Экономика, 2008.

Боробов Д. В.

аспирант,

Российская академия предпринимательства

Лизинг как способ финансирования предпринимательского бизнеса

В научной статье раскрывается сущность лизинга, лизинговые сделки в различных отраслях, преимущества и недостатки лизинговых отношений. Рассматривается рынок лизинговых услуг, многообразие форм лизинга, модели лизинговых контрактов, юридические нормы регулирующие лизинговые операции. Предлагаются мероприятия со стороны государства по совершенствованию лизинговых отношений.

Ключевые слова: лизинг, лизинговые услуги, лизинговая сделка, лизингодатель, лизингополучатель, страховые компании, формы лизинга, лизинговые операции, оперативный лизинг, финансовый лизинг, юридические нормы, лизинговые платежи, государственное регулирование.

Leasing as a way of financing the entrepreneurial business

This scientific article consists of essence of leasing, leasing transactions in the different areas, advantages and disadvantages of leasing relations. Leasing services, variety of leasing forms, models of leasing contracts, juridical standards, which control leasing operations, are considered in this article. Arrangements are offered by government in order to improve leasing relations.

Keywords: leasing, leasing services, leasing transactions, lessor, lessee, insurance company, sorts of leasing, leasing transactions, operating leasing, finance leasing, juridical standards, lease payments, state regulation.

Одним из доступных для предприятий эффективных способов привлечения средств, с целью решения проблемы финансирования является лизинг. Любая лизинговая сделка по своей финансовой сущности является одним из немногих реальных шансов на привлечение инвестиций, предоставляя возможность малым предприятиям промышленности, сельского хозяйства и строительства проводить модернизацию производства, повышать конкурентоспособность, производительность, создавать новые рабочие места. Российские малые предприятия вносят свою долю в создание новых рабочих мест, доходную часть бюджета, в стимулирование новаторства и инновационную

деятельность в целом, а также в формирование среднего класса собственников, который становится важнейшим условием укрепления социальной стабильности в России.

Прежде всего, чтобы перейти к более подробному описанию лизинга как экономического процесса, необходимо дать определение самому понятию «лизинга», включая различные источники. Если обратиться к финансовому словарю, то там определение лизинга звучит так: лизинг – предпринимательская деятельность, приносящая доход за счет временной уступки собственником права исключительного пользования объектом собственности третьим лицам (лизингополучателем) за обусловленную плату. Другими словами, это передача хозяйственного имущества во временное пользование на условиях срочности, возвратности и платности или получение в производственное использование имущества, не являющегося собственностью пользователя. Поэтому, лизинг – это один из наиболее эффективных финансовых инструментов, стимулирующий предприятия обновлять и приобретать основные средства, не отвлекая при этом собственные ресурсы. Заключив договор лизинга, лизингополучатель получает право аренды оборудования, автотранспорта и иного движимого и недвижимого имущества на фиксированный период. При этом право собственности на предмет лизинга сохраняется за лизингодателем до момента, пока лизингополучателем не будут выполнены обязательства по оплате лизинга. Исходя из вышесказанного, можно выделить следующие преимущества лизинга:

- лизингополучатель освобождается от уплаты налога на имущество в течение срока пользования оборудованием;
- после окончания срока лизинга, оборудование переходит в собственность лизингополучателя по остаточной стоимости;
- лизинговые платежи включаются в состав себестоимости реализованной продукции, работ и услуг, тем самым, уменьшая налогооблагаемую базу по налогу на прибыль;
- имущество, приобретаемое по лизингу, защищено от притязаний третьих лиц;

В лизинговой сделке всегда участвуют несколько субъектов:

Лизингодатель – физическое или юридическое лицо, которое за счет привлеченных или собственных денежных средств приобретает в ходе реализации лизинговой сделки в собственность имущество. И предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и пользование с переходом или без перехода к лизингополучателю права собственности на предмет лизинга.

Лизингополучатель – физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование в соответствии с договором лизинга.

Продавец имущества (поставщик) – физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором купли-продажи с лизингодателем продает лизингодателю в обусловленный срок производимое (закупаемое) им имущество, являющееся предметом лизинга. Продавец (поставщик) обязан передать предмет лизинга лизингодателю или лизингополучателю в соответствии с условиями договора купли-продажи.

Банк (или другое кредитное учреждение), предоставляющее средства на приобретение предмета договора. На рынке лизинговых услуг можно выделить и специальные субъекты, а именно:

Страховые компании, осуществляющие страхование различных рисков, возникающих при лизинговой сделке и включающих в себя: страхование имущества лизингодателя, кредитов, предоставляемых лизингодателю кредитным учреждением, от возможных рисков неплатежей и многое другое. Зарубежный опыт изучения состояния финансового лизинга в развитых странах позволяет выделить основные группы оборудования, сдаваемого в лизинг:

- транспортное оборудование (транспортные самолеты, автомобили, морские суда, железнодорожные вагоны и т.д.);
- оборудование связи (радиостанции, спутники, почтовое оборудование и т.п.);
- сельскохозяйственное оборудование;
- строительное оборудование (краны, бетономешалки и т.п.);
- и многое другое

Рынок лизинговых услуг характеризуется многообразием форм лизинга, моделей лизинговых контрактов и юридических норм, регулирующих лизинговые операции. При выделении видов лизинга, прежде всего нужно исходит, из признаков их классификации, которые характеризуют: отношение к арендуемому имуществу; тип финансирования лизинговой операции; тип лизингового имущества; состав участников лизинговой сделки; тип передаваемого в лизинг имущества; степень окупаемости лизингового имущества; сектор рынка, где проводятся лизинговые операции; отношение к налоговым, таможенным и амортизационным льготам и преференциям; порядок лизинговых платежей.

Оперативный (сервисный) лизинг – это соглашение о текущей аренде. Как правило, срок такого соглашения меньше периода полной

амортизации арендуемого актива. Поэтому, предусмотренная контрактом арендная плата не покрывает полной стоимости актива, что вызывает необходимость сдавать в лизинг несколько раз.

Важнейшая отличительная черта оперативного лизинга — право лизингополучателя (арендатора) на досрочное прекращение контракта. Подобные соглашения также могут предусматривать указание различных услуг по установке и текущему техническому обслуживанию сдаваемого в аренду оборудования. К основным объектам оперативного лизинга относятся: быстро устаревающие виды оборудования (компьютеры, копировальная и множительная техника, и т.д.), а также технически сложные виды оборудования, требующие постоянного сервисного обслуживания (грузовые и легковые автомобили, воздушные авиалайнеры, железнодорожный и морской транспорт). В целом условия оперативного лизинга более выгодны для арендатора. В частности, возможность досрочного прекращения аренды, позволяет своевременно избавиться от морально устаревшего оборудования и заменить более высокотехнологическим и конкурентоспособным. Поэтому, при возникновении неблагоприятных обстоятельств арендатор может быстро прекратить данный вид деятельности, досрочно возвратив соответствующее оборудование владельцу, и существенно сократить затраты, связанные с ликвидацией или реорганизацией производства. Однако, данный вид лизинга имеет недостатки, а именно: более высокая, чем при других формах лизинга, арендная плата; требования о внесении авансов и предоплат; наличие в контрактах пунктов о выплате неустоек в случае досрочного прекращения аренды; прочие условия, призванные снизить и частично компенсировать риск владельцев имущества.

Следующей формой лизинга является финансовый лизинг, который представляет собой: долгосрочное соглашение, предусматривающее полную амортизацию арендуемого оборудования за счет платы, вносимой арендатором. Поскольку подобные соглашения не допускают возможности досрочного прекращения аренды, правильное определение величины периодической платы обеспечивает владельцу полное возмещение понесенных затрат на приобретение и содержание оборудования, а также требуемую норму доходности. При этой форме лизинга все расходы по установке и текущему обслуживанию имущества возлагается, как правило, на арендатора. Довольно часто подобные соглашения предусматривают право арендатора на выкуп имущества по истечении срока контракта по льготной или остаточной стоимости (такая стоимость может быть чисто символической). В от-

личие от оперативного. финансовый лизинг существенно снижает риск владельца имущества.

К объектам финансового лизинга относятся: недвижимость (земля, здания и сооружения), а также долгосрочные средства производства. Финансовый лизинг служит базой для образования двух других форм долгосрочной аренды — возвратной и долевого (с участием третьей стороны). Возвратный лизинг представляет собой систему из двух соглашений, при которой владелец продает оборудование в собственность другой стороне с одновременным заключением договора о его долгосрочной аренде у покупателя. В качестве покупателя здесь обычно выступают коммерческие банки, инвестиционные, страховые или лизинговые компании. В результате проведения такой операции меняется лишь собственник оборудования, а его пользоваться остается прежним, получив в своё распоряжение дополнительные средства финансирования. При прямом лизинге арендатор заключает с лизинговой фирмой соглашение о покупке требуемого оборудования и последующей сдачей ему в аренду. Часто соглашение об аренде может быть заключено непосредственно с фирмой-производителем (т.е. напрямую). Крупнейшими производителями, предоставляющими свою продукцию на условиях лизинга, являются такие известные фирмы, как IBM, Хегох, а также многие авиационные, судостроительные и автомобильные компании. Например, лидеры мирового автомобильного рынка — концерны «Даймлер-Крайслер» и BMW состоят учредителями ряда ведущих лизинговых компаний, через которые осуществляют сбыт своей продукции во многих странах мира. Лизинг интересен всем субъектам лизинговых отношений: потребителю оборудования, инвестору, представителем которого в данном случае является лизинговая компания, государству, которое может использовать лизинг для направления инвестиций в приоритетные отрасли экономики, и конечно банку, который в результате лизинга может рассчитывать на уверенную долгосрочную прибыль. Наиболее актуальными преимуществами лизинга, с учетом особенностей экономической ситуации, заключаются в следующем:

Для государства:

При сложившейся экономической ситуации и острой необходимости в оживлении инвестиционной активности проблема развития лизинга приобретает для государства особую актуальность.

- Этот финансовый инструмент способствует мобилизации финансовых средств для инвестиционной деятельности.

- Обеспечивает посредством своего механизма гарантированное использование инвестиционных ресурсов на цели переоснащения производства.
- Государство, поощряя лизинговую деятельность и используя для этого: например, налоговые льготы, может существенно уменьшить бюджетные средства на финансирование инвестиций, эффективно управлять процессом совершенствования их отраслевой структуры, содействовать развитию товарного производства и сферы услуг, повышать экспортный потенциал, сокращать отток частного российского капитала на Запад, создавать дополнительные рабочие места, особенно в сфере малого предпринимательства, решать другие насущные социально-экономические задачи.

Для лизингополучателя:

- При наличии рентабельного проекта потребитель имеет возможность получить оборудование и начать то или иное производство без крупных единовременных затрат. Это особенно актуально для начинающих мелких и средних предпринимателей, уменьшение размеров налога на имущество предприятий, поскольку стоимость объектов лизинга, в большинстве случаев, отражается в активе баланса лизингодателя. При осуществлении оперативного лизинга предмет лизинга учитывается на балансе лизингодателя. Согласно Федеральному закону «О лизинге» ко всем видам движимого имущества, составляющего объект лизинга и относимого к активной части основных фондов разрешено применять механизм ускоренной амортизации с коэффициентом не выше 3.

У лизингополучателя упрощается бухгалтерский учет, так как по основным средствам, начислению амортизации, выплате части налогов и управлению долгом, учет осуществляет лизинговая компания. В договоре лизинга можно предусмотреть использование более удобных, гибких схем погашения задолженности. Ко всем перечисленным случаям можно добавить и вариант, при котором сам банк становится лизингополучателем. Это весьма выгодно для банка, т.к. при этом улучшается баланс банка, что в свою очередь положительно отражается на экономических показателях, характеризующих банковскую деятельность. Например, при лизинге стоимость незавершенного производства постепенно включается в себестоимость и не будет плохо влиять на категорию «капитал» и, следовательно, на расчеты обязательных экономических нормативов деятельности кредитных организаций.

Для лизингодателя:

- Для лизинговых компаний как инвесторов лизинг обеспечивает необходимую прибыль на вложенный капитал при более низком риске за счет действенной защиты от неплатежеспособности клиента.
- До завершающего платежа лизингодатель остается юридическим собственником оборудования, так что в случае срыва расчетов может востребовать это оборудование и реализовать его для погашения убытков.
- В случае банкротства лизингополучателя оборудование также в обязательном порядке возвращается лизинговой компании.
- Лизингодателем передается лизингополучателю не денежные ресурсы, контроль над использованием которых не всегда возможен, а непосредственно средства производства.
- Освобождение от уплаты налога на прибыль, которое получено от реализации договоров финансового лизинга со сроком действия не менее трех лет.
- Лизингодатель частично освобождается от уплаты таможенных пошлин и налогов в отношении временно ввозимой на территорию РФ продукции, являющейся объектом международного лизинга.

Для продавцов лизингового имущества:

- В развитии лизинга заинтересованы не только лизингополучатели как потребители оборудования, но и действующие производители, поскольку за счет лизинга расширяется рынок сбыта производимого ими оборудования. Увеличивается доход от реализации запчастей к лизинговому оборудованию, осуществление его сервиса и модернизации.

Наряду с положительными аспектами лизинга, можно выделить и отрицательные стороны, которые препятствуют его развитию и применению. Среди них можно выделить следующие:

1. На лизингодателя ложится риск морального старения оборудования и получения лизинговых платежей, а для лизингополучателя стоимость лизинга больше, чем цена покупки или банковского кредита. Поэтому лизинговой сделке предшествует большая предварительная работа по ее экспертизе;

2. Лизингополучатель, не являющийся собственником своих основных средств, не может предоставить их в качестве залога в случае необходимости банковского займа, что снижает его шансы к получению такого займа на более выгодных условиях. Лизингодатель, не име-

ющий стабильных источников финансовых средств, подвержен риску внезапного изменения процентных ставок по кредитам, которые он вынужден брать для финансирования инвестиций лизингополучателя, что удорожает и стоимость лизингового контракта. Этот риск может нейтрализоваться, если лизинговая компания является филиалом крупного банка. Начиная с 1995 года, лизинг в России стал интенсивно развиваться. В различных регионах страны начали создаваться лизинговые компании. Это явилось следствием проводимой Правительством России политики благоприятствования развитию лизинга. Среди факторов, которые в наибольшей степени повлияли на рост объёмов отечественного лизинга, можно отметить:

- улучшение экономической ситуации в стране;
- рост числа потенциально-реализуемых лизинговых проектов;
- обостренная потребность в обновлении и увеличении основных фондов в ряде ключевых отраслей и, как результат, резкий рост нового лизингового бизнеса в энергетическом оборудовании, машиностроении, строительстве, автотранспорте, железнодорожном транспорте;
- улучшение условий ценообразования лизинговых услуг;
- увеличение объёмов и источников финансирования лизинговых операций, в основном, как высокодоходных и с управляемыми рисками;
- рост качества и числа предоставляемых услуг лизингодателями;
- разработка и внедрение новых лизинговых продуктов и программ;
- развитие конкуренции на рынке лизинговых услуг.

Основными факторами, сдерживающими рост объёмов лизинга в стране, являются:

- недостатки в администрировании налогообложения;
- большие проблемы с НДС;
- несовершенство работы налоговых органов;
- правовые и организационные вопросы по лизингу некоторых видов имущества (например, недвижимость).

Основные стимулы развития рынка и одновременно основные препятствия этому развитию в основном сконцентрировались в области законодательства и регулирования. В отсутствие регулятора на рынке лизинга, единственным органом, проявляющим повышенное внимание к лизинговым компаниям, является Федеральная налоговая служба, целью которой является максимальное пополнение государ-

ственного бюджета. Повышенное внимание со стороны налоговиков и их подход к лизингу, как к виду деятельности, ориентированному на уклонение от налогов, серьезно осложняет развитие лизинговых отношений. Решение данных проблем, а также устранение иных пробелов в сфере законодательного и налогового регулирования лизинговой деятельности, могли бы дать существенный результат в развитии рыночных отношений.

Задел для эффективного развития действительно имеется. В большинстве развитых стран доля лизинга в ВВП составляет от 2 до 6%, и мы только подошли к нижней точке. Поэтому, решение налоговых и юридических проблем могло бы привлечь на рынок новую, массовую волну лизингополучателей, не вынуждая лизинговые компании работать преимущественно со старыми клиентами, как это происходит сегодня. Кроме того, значительный потенциал роста рынка связан с наличием достаточно большого числа перспективных ниш. С каждым годом все более интересным для лизинговых компаний становится и лизинг сельскохозяйственной техники. Руководители современных аграрных холдингов – грамотные в финансовом вопросе специалисты. Они понимают и используют возможности современных инструментов. Для небольших хозяйств лизинг, прежде всего, способ приобретения техники.

Перспективы развития лизинга промышленного оборудования также представляются достаточно позитивными, прежде всего за счет развития проектного финансирования. Сейчас все предприятия, которые имели возможность обновить мощности, уже это сделали. Следующий этап – их расширение, которое потребует серьезного рефинансирования. И если банки в большинстве своем не готовы брать за подобные проекты из-за из высокой рискованности, то для лизинговых компаний это может стать новым направлением работы, которое потребует развития проектных подходов и сотрудничества между лизинговыми компаниями. Развитие рынка будет связано с появлением и распространением новых продуктов. Как показывает мировой практика, чем дальше развивается рынок, тем более востребованными становятся оперативный лизинг, а затем и венчурный лизинг. И если первый в России уже существует, то второй находится на стадии зарождения. Развитие венчурного лизинга в России станет закономерным этапом развития подходов проектного финансирования и потребует от лизинговых компаний использования новых приемов. И, прежде всего, работа с ценными бумагами лизингополучателей. Новые масштабы потребуют и новых источников финансирования.

Также развитие рынка должно быть связано с дальнейшим формированием групп лизинговых компаний и разделением специализации внутри них. Причем, если сейчас оно происходит преимущественно по отраслевому признаку, то в дальнейшем к нему должно добавиться разделение по клиентам. Одни должны работать с малым предпринимательством, другие со средним, третьи – с крупными проектами. Сейчас такие цепочки передачи клиентов уже имеются, но пока они в основном существуют между группами компаний. При этом в целом деятельность групп будет оставаться достаточно широко диверсифицированной в силу цикличности инвестиционного спроса. Лизинг становится гибким и многообещающим экономическим рычагом, способным привлечь инвестиции, способствовать подъему отечественного производства, привлечь капитал в жизненно важные отрасли экономики страны, обеспечить реальную поддержку малому бизнесу, обеспечить долгосрочный и надежный доход для коммерческих банков и т.п. На лицо огромный потенциал лизинга в России. Государство проводит политику благоприятствования лизингу как инвестиционному инструменту. За последние годы была подготовлена солидная нормативная база. К сожалению не все льготы, определенные законом, подкреплены инструкциями на местах и фактически не выполняются. В заключение хотелось бы отметить, что лизинг не является дешевой заменой кредита. Существует определенные преимущества финансирования оборудования основных средств, но навыки кредитования и оценка финансовых потоков оказывается настолько же критичным, как при необеспеченном кредите. Другими словами пропадает основной привлекательный момент для лизингополучателей (в частности для малого предпринимательства, заключающийся в том, чтобы начать дело без достаточных средств, но с высокоэффективным проектом, так как и при лизинге банки требуют предоставления залога, (объект лизинговой сделки может представлять ценность для проекта, но не обладать ликвидностью в той мере, чтобы покрыть издержки банка). Таким образом, лизинг стал эффективным инструментом обслуживания инвестиционных проектов «своих» клиентов банка. Но потенциал лизинга в России очень велик и государством и лизинговыми компаниями проделана огромная работа. В современное время нашей стране не хватает комплексной программы развития лизинга, в рамках которой должны быть следующие элементы:

- Должна быть продумана и создана более развитая инфраструктура рынка лизинговых услуг, которая должна включать подго-

товку квалифицированных кадров, информационное освещение предоставляемых услуг.

- Предоставление банкам более широкого спектра льгот при досрочном кредитовании лизинговых сделок (более 3-х лет).
- Развитие системы гарантий, чтобы избежать 100% залога при лизинге (например, страхование).
- Наряду с уже принятыми мерами. Необходимо усилить комплекс мер по привлечению иностранных инвестиций в рамках лизинга.

Такая программа позволила бы коммерческим банкам вместо получения рискованных прибылей в краткосрочном периоде переориентироваться на долгосрочное инвестирование средств, проводить модернизацию в российской экономике и получать хорошую прибыль.

Используемые источники

1. Гражданский кодекс РФ, часть 2 (ГК.РФ).
2. Постановление №633 от 29 июня 1995 г. «О развитии лизинга в инвестиционной деятельности» (в ред. Постановлений Правительства РФ от 23.04.96 №528, от 27.06.96 № 752, от 21.07.07 № 915).
3. Федеральный Закон « О лизинге» №164-ФЗ от 29 октября 1998 года
4. Васильев Н.М., Катырин С.Н., Лепе Л.Н. «Лизинг как механизм развития инвестиций и предпринимательства». М.: «ДеКА», 2009.
5. Карп М.В. «Лизинг. Экономические и правовые основы» М.: Юни-та-Дата, 2010.

Ботавина Р. Н.

*кандидат экономических наук, доцент, соискатель,
Российская академия предпринимательства*

К вопросу об уровне разработки и внедрения нетехнологических инноваций

В статье рассмотрен научно-инновационный профиль РФ в сравнении со странами Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), роль и место нетехнологических инноваций в экономике стран ОЭСР и России.

Ключевые слова: научный, инновационный, потенциал, нетехнологический, инновации, фонды, организация, показатели, статьи, диаграмма, исследования.

To a question of development and deployment level not technological innovations

In article the scientific and innovative Russian Federation profile in comparison with the countries of the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), a role and a place of not technological innovations in economy of the countries of OECD and Russia is considered.

Keywords: scientific, innovative, potential, not technological, innovations, funds, organization, indicators, articles, chart, researches.

Удельный вес инновационной продукции Российской Федерации в мировом экспорте – менее 1%. Степень износа основных фондов по статье «Машины и оборудование» по состоянию на 2009 г. достигла уровня 50%, что не дает возможности серьезно думать об инновациях. Данный факт вполне может являться одной из причин техногенных катастроф в разных отраслях в том числе в добывающей промышленности, на транспорте и т.д.

Диаграмма, представленная на рис. 1, дает возможность провести сравнение ряда показателей инновационного развития стран Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) – в среднем для стран ОЭСР и для Российской Федерации.

Простое рассмотрение диаграммы позволяет сделать вывод, который можно назвать парадоксальным: научно-технический потенциал России, представленный четырьмя такими показателями (используемыми ОЭСР в процессе анализов и принятий решений), как



Источник: RUSSIAN FEDERATION. OECD Science, Technology and Industry Outlook 2010 У OECD 2010. – Режим электронного доступа: [<http://www.oecd.org/dataoecd/41/11/46665671.pdf>].

Рис. 1. Научно-инновационный профиль России в сравнении со странами ОЭСР

- 1) доля граждан в возрасте от 25 до 64 лет, имеющих высшее образование;
- 2) исследования и разработки, финансируемые предпринимательским сектором, в секторе высшего образования и государственном секторе;
- 3) число патентов с иностранными соинвесторами;
- 4) дипломы инженерных специальностей в % от общего числа полученных дипломов — выглядит весьма внушительно.

Однако показатели, характеризующие практический выход указанного научно-инновационного потенциала РФ, производят неутешительное впечатление (см. Рис. 1):

а) внутренние затраты на ИиР в предпринимательском секторе (то есть, в секторе, обеспечивающим *конечный выход* инновационной продукции) как получателя финансирования и как источнике средств исключительно невелики; можно констатировать, что предпринимательский сектор бездействует, что лишает Россию надежды в ближайшем обозримом будущем иметь инновационную экономику на значимом уровне;

б) валовые внутренние затраты на ИиР (в% к ВВП) также имеют низкий уровень в РФ в сравнении с уровнем, средним по странам ОЭСР;

в) впечатляет показатель «Число патентов, зарегистрированных в системе «триады патентных семей»¹ в расчете на млн. чел.»: по Российской Федерации: это число равно нулю.

г), д) для настоящего диссертационного исследования наиболее значимыми, характерными являются представленные в настоящей диаграмме два показателя — число организаций, осуществляющих нетехнологические инновации (в% к общему числу организаций РФ) и число организаций, создавших новые рынки сбыта (в% к общему числу организаций) [1].

Как видно из диаграммы, доля организаций, осуществляющих нетехнологические инновации в странах ОЭСР, достаточно велика, она равна 70%; в РФ таких организаций, примерно, 5%. Этот факт подчеркивает необходимость внимательного отношения к нетехнологическим инновациям, которыми занимаются более двух третей организаций индустриально развитых стран, составляющих ядро ОЭСР. Как

¹ «Триада патентных семей» (triadic patent families) — патенты, выданные на одно изобретение, но одновременно в Европейском патентном бюро (ЕРО), американском патентном бюро (УСТО) и японском патентном бюро (ИРО), которые являются самыми уважаемыми в мире; показатель принадлежности к «триаде патентных семей» указывает на большую значимость запатентованного изобретения.

следствие приверженности 70% организаций стран ОЭСР к нетехнологическим инновациям можно оценить высокую долю инновационно активных организаций, создающих новые рынки сбыта — около 40% для стран ОЭСР и около 5% для РФ. Эти показатели связаны между собой, так как организации, занимающиеся технологическими инновациями, их и предлагают на внутренних национальных и на мировом рынке. Дополнительная возможность предложить к продаже нетехнологическую инновацию — процессную или продуктовую — приводит к увеличению числа рынков сбыта как внутри страны, так и в мировом масштабе.

Таблица на рис. 2 показывает, какова доля организаций (от общего числа организаций), практикующих в РФ организационные (т. е. нетехнологические) инновации по отраслям экономики по годам. Из таблицы видно, что эта доля более 10%.

Еще более показательна диаграмма на рис. 2, где представлены данные о месте России среди индустриально развитых (и не только!) стран мира по числу организаций, осуществляющих организационные инновации: в Германии число таких организаций доходит до 50%, в России — 3,7%.

В российской действительности нетехнологические инновации распространены весьма слабо — их используют, приблизительно, 5,8% предприятий промышленного производства (по состоянию на 2011 год). Организационные инновации применяют менее 1000 предприятий промышленного производства [2]. В основном, это предприятия, занимающиеся нефтепереработкой, предприятия авиационной промышленности, производства радио- и телеаппаратуры, — т. е., как правило, высокотехнологичные предприятия. Для сравнения можно привести следующие показатели: в Германии 75,9% промышленных предприятий предлагают и применяют нетехнологические инновации, в Люксембурге — 58,2%, в Австрии — 55,2% (см. рис. 2).

Для российских предприятий наиболее типичным является разработка и применение нетехнологических инноваций в области контроля качества продукции, разработки систем по обучению, повышению квалификации персонала, других инвестиций в «человеческий капитал», разработки мероприятий по совершенствованию управления предприятием, включая изменения в структурах управления. Кроме того, практикуются маркетинговые инновации, а также экологические инновации — впервые в 2009 г.

Таким образом, можно сделать вывод, что разработка нетехнологических инноваций и нахождение соответствующей ниши на рынке

Организационные и маркетинговые инновации в промышленном производстве и сфере услуг				
	Удельный вес организаций, осуществлявших организационные инновации, в общем числе организаций (%)			
	2006	2007	2008	2009
Всего по промышленному производству	3.2	3.5	3.5	3.7
Добыча полезных ископаемых	2.7	2.6	2.5	3.1
Обрабатывающие производства	3.7	4.1	4.2	4.3
Высокотехнологичные	10.8	10.6	10.6	10.9
Среднетехнологичные высокого уровня	6.5	7.1	6.7	7.1
Среднетехнологичные низкого уровня	4.0	4.3	4.6	4.6
Низкотехнологичные	1.8	2.1	2.1	1.9
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1.7	1.8	1.8	2.0
Сфера услуг:				
Связь	5.9	5.9	5.7	5.7
Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий	4.3	2.7	2.3	2.7

Удельный вес организаций, осуществлявших организационные и маркетинговые инновации, в общем числе организаций промышленного производства по странам: 2009* (%)

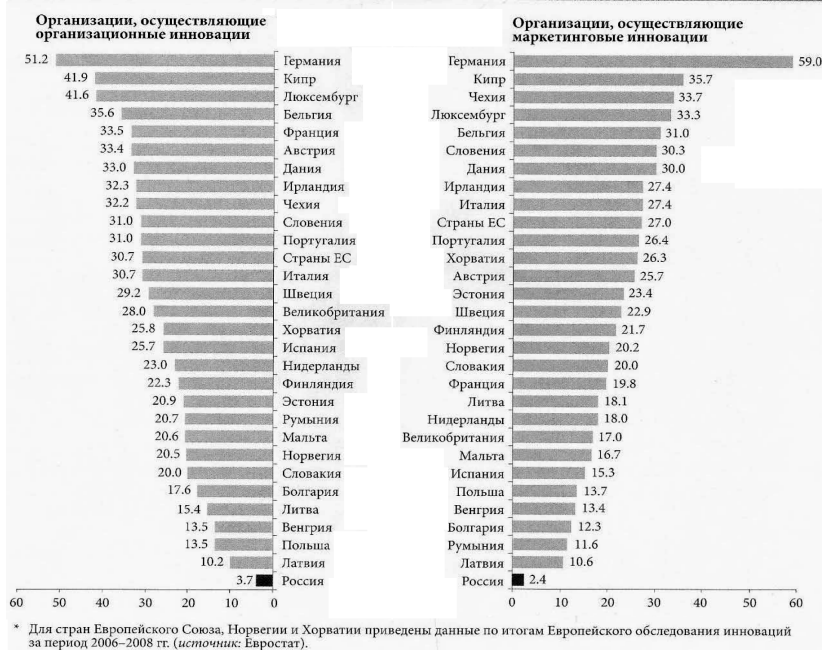


Рис. 2²

² Источник: рассчитано Институтом статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ по данным Росстата. 2011, Т. 5. № 2, ФОРСАЙТ, С. 33.

является для предприятий, организаций и учреждений РФ потенциальной ресурсной базой. Потенциал может быть реализован при условии усиления внимания к нетехнологическим инновациям как в частном, так и в государственном секторах, и прежде всего к созданию инновационной системы управления.

Последняя требует определенных организационных преобразований, что, в свою очередь, возможно лишь при определенной, целенаправленной работе с персоналом, прежде всего, с менеджерами. Суть вышеуказанной работы можно кратко сформулировать так: необходима диагностика «уязвимых звеньев» в системе управления, разработка новых требований, включающих моральные аспекты поведения и обращенных к менеджерам [3], мероприятия по коррекции стиля поведения профессионального поведения менеджеров, а также по совершенствованию интеллектуальных моделей деятельности.

Используемые источники

1. Тихонова С. А. Разработка предложений по корректировке государственной инновационной политики Российской Федерации с учетом современных тенденций инновационного развития / С.А. Тихонова. М.: Минобрнауки РФ, Государственное учреждение «Российский научно-исследовательский институт экономики, политики и права в научно-технической сфере» (РИЭПП), 2010.
2. Российский инновационный индекс /Под ред. Л.М. Гохберга. М.: Минобрнауки РФ, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2011. С. 58.
3. Ботавина Р. Н. Этика менеджмента / Р.Н. Ботавина. М.: Финансы и статистика, 2005.

Василов С. И.

*соискатель,
Академия труда и социальных отношений*

Ананченкова П. И.

*кандидат экономических наук, доцент,
профессор кафедры «Экономика и управление в социальной сфере»,
Академия труда и социальных отношений*

Информационно-коммуникационная политика в деятельности органов государственной власти

В статье рассматривают теоретические и организационные аспекты формирования информационно-коммуникационной политики органов государственной власти на примере деятельности российских судов. Проведен обзор основных технологий media relations, эффективных в процессе формирования общественных коммуникаций, сделаны выводы относительно возможности использования отдельных инструментов коммуникационного менеджмента.

Ключевые слова: суд, власть, общественные коммуникации, информационная политика.

Information and communication policy in activity of public authorities

In the article theoretical and organizational aspects of formation of information and communication policy of public authorities are discussed on the example of an activity of the Russian courts. The review of the main media relations technologies, effective in the course of formation of public communications is carried out, conclusions concerning possibility of use of separate instruments of communication management are drawn.

Keywords: Court, power, public communications, information policy.

Одним из условий успешного существования судебной власти в РФ является формирование привлекательного облика судов, повышение национального доверия к правосудию. Недоверие граждан к справедливости российского правосудия, правовой нигилизм и правовая неграмотность населения твердо вошли в список характеристик нынешнего состояния российского общества. Как заявил на встрече дискуссионного клуба юридической ассоциации полномочный представитель правительства в высших судебных инстанциях Михаил Барщевский, одна из ключевых задач – вернуть доверие к правосудию. Для этого, по

его мнению, необходимо отказаться от назначения судей сверху — их должны выбирать специальные коллегии. Кроме того, по его мнению, нужны постоянные антикоррупционные проверки. Возможно, в частности, создание службы, которая, с одной стороны, будет защищать судей от любого криминального или административного давления, а с другой, следить за их поведением. «Если люди не верят суду, то они либо уезжают за границу, либо выходят на площадь», — считает Михаил Барщевский. По его словам, в прошлом году 87% заявлений граждан против власти было судами удовлетворено и говорить о том, что наша судебная система полностью лежит под исполнительной властью и выполняет ее заказы, нельзя. «Но, тем не менее, доверия к судебной власти у населения нет. Значит нам, юристам, нужно выработать определенные конкретные шаги по изменению законодательства, по изменению судебной практики, по работе с журналистами, чтобы это доверие возникло», — заявил полномочный представитель в рамках прошедшей 16 февраля 2012 года встречи юристов¹.

Стоит отметить, что в информационной открытости судопроизводства в равной мере заинтересованы как общество, так и само правосудие: общественная оценка, безусловно, сказывается на повышении качества работы судов, ответственности работников судебной системы, росте авторитета судебной власти².

Важные шаги для решения проблемы информационной открытости судебной системы были сформулированы в утвержденной правительством РФ в 2006 году Федеральной целевой программе «Развитие судебной системы России на 2007–2011 годы». Несмотря на создаваемые правовые условия адекватного отражения деятельности судов в СМИ, проблема критиканства судебной системы в СМИ остается весьма острой. Тема коррупции, подкупа судей, предвзятого вынесения судебных решений, составляет до половины от числа публикаций, содержащих различного рода критику и претензии в адрес судов. Для сравнения: публикации на столь важную тему программы развития судебной системы России в общем контексте занимают порядка 9%. Очевидно, существуют системные проблемы отражения деятельности судов в публикациях СМИ. Так, воспринимая и описывая деятельность судов, журналист попадает под влияние социальных стереотипов и шаблонов мышления. Поэтому, многие публикации обходятся

¹ <http://www.itv.ru/news/social/199285>

² Одинцов П. Суды и СМИ: Принципы и технология эффективного взаимодействия: тезисы доклада. М., 2004.

без фактов – стереотипное сознание не желает встречать преграды на своем пути. Некоторые журналисты не желают тратить время на исследование всех обстоятельств дела, заменяя его шаблонными эпатажными высказываниями. При этом проблемы таких публикаций не ограничиваются отсутствием общей этики: даже профессиональные журналисты до сих пор позволяют себе путаться в понятийном аппарате, смешивая представления об органах следствия, судах и системы исполнения наказаний в единое понятие «служители Фемиды».

Исходя из сказанного, можно сделать вывод, что одной из текущих задач российского государства является формирование транспарентности, то есть прозрачности судебной системы для общества и средств массовой информации – объективного критерия независимости «третьей власти». И на прессу, как главный публичный механизм распространения информации, ложится серьезная ответственность по обеспечению этой прозрачности.

Отсутствие эффективного, отлаженного механизма взаимодействия СМИ и судов, четких принципов освещения их работы образует информационный вакуум, порождающий ложные стереотипы судебной системы как «вещи в себе» и журналистов, априорно обвиняющих суды в коррупции. При этом работа судов крайне нуждается в *гласности*. На сегодняшний день единственный осязаемый индикатор эффективности судебной системы – частота обращений граждан в суд, показывающая, насколько граждане доверяют разрешению возникающих конфликтных ситуаций государству. И «непрозрачный» публичный образ суда с непонятным механизмом принятия решений, внятно не комментирующего свои решения и дающего простор для домыслов относительно влияний извне на свою работу (о чем свидетельствуют соцопросы) едва ли соответствует задачам государственного строительства.

В свою очередь, СМИ заинтересованы в конструктивной и доверительной работе с судами – «поставщиками» интереснейших информационных поводов (залоге собственной востребованности). Наконец, необходимо понимать, что независимость «третьей власти» означает независимость «власти четвертой» – череда скандально известных «споров хозяйствующих субъектов» вокруг некоторых печатных и электронных СМИ сделало проблему независимости судебных решений чрезвычайно актуальной.

Связующим звеном между органом судебной власти (а также, законодательной и исполнительной) и обществом в настоящее время являются пресс-службы. Существуют основные законодательные акты, регламентирующие отношения судебных органов и средств массовой

информации. Одной из главных задач пресс-служб судов является ознакомление журналистов с этими нормами и актами, постоянное проведение ликбеза среди работников СМИ, освещающих деятельность судов. Еще одной значимой задачей является регулярный мониторинг изменений и новых тенденций в законодательстве, регулирующем взаимоотношение судов и СМИ и периодический обмен опытом по данной тематике с коллегами из аналогичных пресс-служб как судебных органов, так и различных правоохранительных органов России. Говоря о взаимодействии журналистов и судебной системы, стоит отметить, что 4 ноября 1950 года была принята Конвенция «О защите прав человека и основных свобод»³ и ратифицирована Российской Федерацией 30 марта 1988 года. Согласно статье 10 Конвенции каждый имеет право свободно выражать свое мнение. Это право также включает и свободу получать и распространять информацию без какого-либо вмешательства со стороны публичных властей. Вместе с тем пункт 2 предусматривает возможность включения в национальное законодательство определенных ограничений, связанных, в частности, с обеспечением авторитета и беспристрастности правосудия.

Суд всегда неизбежно публичен, потому он характеризуется массовым сознанием. Имидж судебной власти, как и любой другой ветви власти, определяется убеждениями людей, возникающими на основе непреложных нравственных и правовых ценностей. Поэтому имидж можно определить как концентрированное выражение и проявление в судебной практике ценностных взглядов населения.

Совершенствование media relations должно начинаться с рассмотрения основных проблем взаимодействия суда и СМИ. Существуют исследования судебной власти с имиджологической позиции. Это, прежде всего, труды зарубежных и отечественных политологов и правоведов: С.С.Алексеева, Г.Алмонда, Ж.Блонделя, М.Вебера, С.Вербы, Э.Тоффлера, Е.В.Егоровой-Гартман, Ф.Э.Шереги, Е.Б.Шестопаля и других. Стоит отметить, что в настоящее время журналистами проводятся исследования судов и их деятельности. Интернет-портал РАПСИ (Российское агентство правовой и судебной информации) уже опубликовал такие материалы, как: «Рейтинг цитируемости сайтов судов Москвы⁴», «Рейтинг медийности сайтов судов Москвы⁵», «Рейтинг открытости сайтов судов Москвы⁶», «Главные ожидаемые события 2012

³ <http://www.echo.ru/documents/doc/2440800/2440800-003.htm>

⁴ http://rapsinews.ru/moscourts_publication/20120316/262104278.html

⁵ http://rapsinews.ru/moscourts_publication/20120210/260085562.html

⁶ http://rapsinews.ru/moscourts_publication/20120113/259533510.html

года⁷», «Гигиена общения государства и общества⁸», «Не басманное правосудие⁹», «Статистика работы московских судов: время контрастов¹⁰». Московский городской суд, в свою очередь, предоставляет материалы для публикации на сайте, а именно: «Детская преступность обернулась безнаказанностью взрослых¹¹», «Мосгорсуд против экстремизма¹²», «Портрет несовершеннолетнего москвича за решеткой¹³». Имидж судебной власти является ее внешним выражением, показателем деловых и нравственных качеств людей, ее представляющих. Имидж же самого суда есть своеобразный идеальный образ, который стихийно создается через восприятие его различными социальными группами на фоне складывающейся политической ситуации. Он формируется в результате специализированных действий отдельных судей и прокуроров, судейских и прокурорских работников, адвокатов, присяжных заседателей, судебных приставов. На практике это означает, что все они, начиная с судьи, при исполнении своих полномочий, а также во внеслужебных отношениях, должны избегать всего, что могло бы умалить авторитет судебной власти, достоинство судьи и судебных работников или вызвать сомнение в их объективности, беспристрастности, справедливости и бескорыстии.

Позитивный имидж судебной власти является ценностью политической культуры общества, которая обусловлена субъектно-объектной парадигмой социально-политических процессов своего времени. Основой формирования имиджа судебной власти в контексте политической культуры демократического общества является социальная справедливость как правовая и одновременно политическая категория. В широком социально-историческом плане просматривается, что суд способен судить лишь постольку, поскольку ему доверяют, а доверяют в той мере, в какой он отвечает потребности граждан в справедливости и свободе.

Одним из важнейших направлений информационной работы являются контакты с конкретными изданиями. Независимо от вида и тематической направленности СМИ самым эффективным методом ведения работы со СМИ является непосредственное общение с глав-

⁷ http://rapsinews.ru/judicial_analyst/20111226/259199653.html

⁸ http://rapsinews.ru/moscourts_publication/20111201/257718699.html

⁹ <http://www.ria.ru/justice/20111102/478394307.html>

¹⁰ http://rapsinews.ru/moscourts_publication/20110801/254240582.html

¹¹ http://rapsinews.ru/moscourts_publication/20110819/254701761.html

¹² http://rapsinews.ru/moscourts_publication/20110816/254625070.html

¹³ http://rapsinews.ru/moscourts_publication/20110809/254440403.html

ными редакторами и журналистами изданий, курирующих юридическую, социальную и специфически судебную тематику. При такой форме сотрудничества до минимума сокращается время, затраченное на выяснения редакционной политики изданий в отношении тематики и объема материалов. Можно выделить специфические рекомендации, предназначенные для PR-работы именно в судебной сфере.

Взаимодействие с редакциями средств массовой информации осуществляется в целях объективного, достоверного и оперативного информирования пользователей информацией о деятельности суда. Эти отношения предусматривают:

1) свободный доступ представителей редакций средств массовой информации в помещения судов, где размещена информация о деятельности судов, а также их присутствие в открытых судебных заседаниях;

2) присутствие представителей редакций средств массовой информации на заседаниях органов судейского сообщества в порядке, установленном актами, регламентирующими деятельность указанных органов;

3) предоставление информации о деятельности судов по запросам редакций средств массовой информации;

4) информационное освещение деятельности судов, в том числе вопросов совершенствования законодательства, регулирующего указанную деятельность;

5) участие представителей судов, Судебного департамента, органов Судебного департамента, органов судейского сообщества в пресс-конференциях и иных совместных с представителями редакций средств массовой информации мероприятиях;

6) аккредитацию в судах, Судебном департаменте, органах Судебного департамента, органах судейского сообщества представителей редакций средств массовой информации.

«Построение сильного демократического государства невозможно без независимой судебной системы, — подчеркивал в своем обращении к судейскому сообществу страны руководитель пресс-службы Верховного Суда Российской Федерации Павел Одинцов. А независимость, в свою очередь, достигается за счет «прозрачности» процесса судопроизводства». Сегодня СМИ — единственный публичный канал распространения информации, а потому Фемида «обречена» на взаимовыгодное сотрудничество с прессой. Сегодня одно из важнейших направлений судебной реформы — гласность и открытость судопроизводства. Эту задачу и выполняет пресс-служба. Согласно Положению «О пресс-службе», утвержденному Председателем Московского городского суда О.Его-

ровой 15 августа 2005 года, деятельность Пресс-службы координирует Пресс-секретарь, наделенный правами, которые даются для осуществления своих основных задач.

Таким образом, проанализированный российский и мировой опыт позволяет сделать вывод о том, что настроение общества находится в несомненной связи с мнением СМИ. Поэтому одной из целей PR-служб организации является установление благоприятных отношений с ведущими изданиями и телеканалами для донесения до общества нужной для организации информации, оказывая положительное влияние на аудиторию.

Используемые источники

1. Одинцов П. Суды и СМИ: Принципы и технология эффективного взаимодействия: тезисы доклада. М., 2004
2. Berelson B. Content Analysis in Communication Research. Glencoe, IL: Free Press. 1952.
3. http://rapsinews.ru/moscourts_publication
4. <http://www.echo.ru>
5. <http://www.ria.ru/justice>

Верников В. А.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Бухгалтерский учёт и аудит»,
Российская академия предпринимательства*

Социальный капитал — важнейшая часть капитала бизнеса

Еще недавно в России считалось, что социальный капитал выглядит противоречиво, парадоксально, поскольку «социальное» воспринимается как затратное, однако нынешнее положение бизнеса обращает внимание социальный капитал, который определяет тип устройства экономики на каждой стадии развития общества.

Ключевые слова: капитал; капитал бизнеса; социальный капитал; благосостояние; благополучие; стабильность; доверие; установление связей; социальная сплочённость.

The social capital — the most important part of the capital of business

More recently, in Russia it was believed that social capital is a contradiction, paradox, because the «social» is perceived as expensive, but the current state of business notes social capital, which determines the type of device at each stage of economic development of society.

Keywords: capital, capital of the business, social capital, wealth, prosperity, stability, credibility, making connections, social cohesion.

В современных условиях актуализируются вопросы, связанные с формированием информации о капитале, достоверность которой в период кризиса приобретает первостепенное значение как характеристика финансовой устойчивости организации и эффективности функционирования бизнеса.

Категория капитал имеет весьма древнюю историю и является ключевым понятием рыночной экономики. Классическое его понимание представляет собой самовозрастающую стоимость, находящуюся в постоянном движении и используемую в производительных целях. Процесс движения обуславливает метаморфозы капитала и его преобразования качественного характера, в результате чего купеческий капитал способствовал появлению его производительной формы, а консолида-

ция производительного и ссудного капитала обусловила формирование финансового капитала и превращение финансовых посредников в крупных инвесторов, контролирующих потоки в различных видах деятельности. Преобразование капитала последних десятилетий привели к появлению информационного, венчурного, физического, репутационного, человеческого, интеллектуального, социального и других форм проявления капитала, которые всесторонне рассматриваются в научных исследованиях российскими и зарубежными учёными, однако до настоящего времени недостаточно прослежена их взаимосвязь со стоимостной природой капитала бизнеса.

Капитал и его формы активно исследуются в России, однако эти исследования носят политизированный характер и капитал рассматривался в них с классовых позиций. Переход к рыночной экономике способствовал повышению интереса к капиталу и его стоимостной природе, формам проявления, потенциалу генерирования денежных потоков, доходов и финансовых результатов, а также влиянию на институциональные процессы в экономике.

Современная социально-экономическая ситуация в стране при всех её особенностях позволяет выявить целый ряд проблем и задач, решение которых стоит на повестке дня чрезвычайно остро, как на уровне государства так и на уровне организаций независимо от их форм собственности.

Предметом неустанного и пристального интереса экономистов, политиков в настоящее время является повышение уровня благосостояния в обществе, экономический рост как таковой перестает быть главной целью экономической и социальной деятельности, поскольку сам по себе он обеспечивает доступность благ населению.

Актуальными становятся исследования, позволяющие уточнить понятия, источники, доверия, благосостояния, благополучия, благо, стабильности, выявить возможности доступа потребителей к благам, существующие в современном обществе. Всё чаще исследователи стали обращать внимание на состояние общества и наличие той подчас трудноуловимой и аморфной субстанции, которая получила собирательное название «социального капитала».

Социальный капитал стал исследоваться сравнительно недавно, хотя как явление он обнаружил себя на ранних стадиях развития общества. В Российской экономике социальный капитал имеет глубокие исторические корни.

Сложность определения понятия «социальный капитал» общеизвестна. В формальной логике есть термин «размытое понятие», к

разряду которой относится названный термин. Подойти к пониманию сущности социального капитала в условиях роста его значимости в современной социальной и экономической теории ученые пытаются разными способами[3].

Социальный капитал представляет феномен, имеющий общественную, а не индивидуальную природу, который присущ самой структуре человеческих отношений, так как будучи связанным с другими людьми, является связью теми, от которых зависят нормы доверия и поведения, которые создают механизм социального взаимодействия, получая множество преимуществ. Таким образом, социальный капитал не может находиться в чьей-либо собственности, он представляет собой общественное благо, которым могут пользоваться все.

Социальный капитал, подобно капиталу физическому, может представляться как запас, но его отличие в том, что он не теряет в величине по мере использования, напротив, не будучи используемым, он утрачивает свою ценность. При этом, как и физический капитал, он требует вложений в себя в форме социального взаимодействия и действий, поддерживающих доверие, где доверие это форма существования социального капитала без которого в сообществе станут невозможными многочисленные формы взаимодействия и обмена знаниями. Социальный капитал стимулирует экономическое развитие, содействуя связям между предпринимателями, работниками и облегчая доступ к информации, принятию коллективных решений и эффективные коллективные действия.

Высокий уровень всеобщего взаимного доверия, сотрудничество, общение, взаимопонимание — всё это составляет социальный капитал сообщества, и чем лучше он развит, тем больших успехов это сообщество способно достичь. Условия для развития социального капитала могут специально создаваться и поддерживаться.

В организациях социальный капитал является пусковым механизмом для сотрудничества и распространения знаний, поскольку он дает основу для содействия и координации. Проблематика социального капитала в российском бизнесе представляет аналитическую и прагматическую ценность для адекватного выбора стратегии социально-экономического управления организации. Сложившиеся при социализме инструменты трудовой мотивации демонстрируют свою неэффективность в условиях рынка, вызывая сопротивление и конфликт со стороны работников и менеджеров среднего звена. Прежние трудовые ценности разрушаются, что способствует возникновению и расширению бюрократизма и коррупции.

Перед организациями стоит задача по поиску способов преодоления негативных тенденций в сфере труда и управления, где социальный капитал выступает как существенный потенциал. Рост числа организаций, работающих в различных сферах экономики, рационализация в них социальных отношений сопровождается одновременным развитием неформальных управленческих практик. На фоне повышения значимости материального стимулирования и монетарных отношений в сфере управления для многих работников остаются принципиально важными символическая оплата повышения трудовой мотивации. От типа структуры социальных отношений, характера связей в организации во многом зависит эффективность деятельности трудовых ресурсов.

Значение социального капитала в трудовой сфере проявляется практически на всех этапах трудовых отношений: от найма до увольнения, включая развитие, обучение, разрешение трудовых конфликтов, с учетом социальных связей и возможностей, осуществляется выбор профессии и специальности, учебного заведения, где получают профессиональную подготовку. Социальная поддержка является важным фактором карьерного роста, получения наиболее выгодных и перспективных заказов, выигрышных заданий, командировок и продвижения по службе.

В современных условиях подчеркивается, что социальный фактор оказывается значимым и привлекательным и для работника, и для работодателя. Социальные связи, контакты, возможности работника делают его более конкурентоспособным с точки зрения работодателя, который может рассчитывать в этом случае не только на отдачу от человеческого капитала работника, но и на отдачу от его социального капитала. Современные гибкие организации нередко всю свою стратегию строят на том, что не ищут узких профессионалов на стандартные рабочие места, а наоборот, меняют сферы и формы действия в зависимости от возможностей персонала. В таких организациях значение межличностных связей гораздо выше, чем соответствие требованиям должностных инструкций.

В то же время информация о социальных связях работодателя представляет интерес для работника, который рассчитывает не только на получение заработной платы за свой труд, но и на выстраивание очередной ступени своей карьеры, возможность получения дополнительных знаний и навыков, доступа к новым производственным ресурсам, потребительским благам и власти. Согласно современным представлениям при поиске места работы человек стремится к максимизации полезности, что означает выбор наиболее благоприятного сочетания множества факторов, среди которых размер, формы и

условия оплаты труда служат одним из главных, но далеко не единственным фактором. Будущему работнику важно иметь наиболее объективную информацию о режиме и условиях труда, интенсивности нагрузок, степени ответственности, взаимоотношениях в коллективе, совместимости характеров сотрудников.

Социальный капитал можно рассматривать как ценный ресурс при поиске работы и работников особенно на открытых рынках труда, который не только расширяет информационное пространство для субъектов рынка труда, но и позволяет преодолеть или минимизировать асимметрию информации, используя свои социальные связи для поиска наиболее привлекательного рабочего места. Успешный поиск работы в большей степени зависит даже не от количества связей и контактов, доступных его статуса, но и человеку с которым связан индивид и на которого он может рассчитывать в решении вопроса о работе.

С точки зрения работодателя рекомендательные письма позволяют существенно сократить расходы при найме работника, связанные, например, с проведением многочисленных собеседований с желающими поступить на работу, выявлением их профессиональных качеств, уровня квалификации и общечеловеческих характеристик. Для общения в коллективе считаем, что можно обойтись и без разветвленной службы найма персонала, сведя количество работников в отделе управления персоналом к минимуму. Так же работодатели могут применять тип рекомендаций, которые можно назвать поддерживающими. Такие рекомендации дают работники предприятия своим друзьям, знакомым, свидетельствующие о надежности рекомендуемого, о его определенных гарантиях в отношении вновь нанимаемого работника, в том, что он в достаточной степени адекватен требованиям своего рабочего места, информирован о его достоинствах.

Влияние социального капитала на эффективность предприятий так же основаны на доверии, где ключевым в определении социального капитала является понятие связей, основанных на доверии. Источником прибыли организации становятся координации внутриорганизационных и межорганизационных взаимодействий, снижению расходов на переговоры, сбору информации. В этом контексте доверие приобретает компетентность и надежность других участников сделки, включая веру в добрые намерения.

Доверительные отношения между экономическими субъектами можно, рассматривать как важное конкурентное преимущество организаций, где покупатели и продавцы устанавливают долгосрочные отношения сотрудничества и взаимных обязательств через многократ-

но повторяющиеся сделки, основанные на доверии и связях. Деловые связи, охватывающие все сферы бизнеса, приносят выгоду в долгосрочном периоде благодаря снижению совокупных расходов, обмену информацией. Внутрифирменные связи могут способствовать командной работе, повышать эффективность и качество, улучшать обмен информацией и знаниями. Сотрудничество между работниками и руководством рассматривается как основной фактор, исторически обусловивший высокую конкурентоспособность компаний.

Необходимо отметить, что концепция социального капитала тесно связана с концепцией социальной сплоченности, которая характеризуется признаками принадлежности, участия, признания и законности. Наиболее сплоченные общества эффективны в достижении коллективных целей, они лучше защищают работающих в условиях бизнес-риска. Цель социальной сплоченности заключается в сосуществовании организационной системы, основанной на рыночных связях, свободе возможностей и предпринимательства, приверженности ценностям солидарности и взаимной поддержки, что обеспечивает доступ к благам и защите для всех членов общества. Социальная сплоченность может мобилизовать энергию населения на выполнение определенных действий. Напротив, социальное расслоение может ослабить возможность экономики реагировать на негативные внутренние и внешние экономические воздействия. Растущее разделение между высококвалифицированными и низкоквалифицированными работниками может ослабить социальную сплоченность. Следовательно, социальный капитал играет важную роль в управлении эффективным использованием навыков, обменом информацией и смягчением конфликтов. Сила социального капитала заключается во взаимодействии с социальной сплоченностью, что не позволяет сводить экономические решения, имеющие серьезные долгосрочные перспективы, к простому экономическому расчету, основанному лишь на сопоставлении выгод и расходов.

Современное положение дел в организациях происходит в условиях финансового кризиса. По оценкам специалистов, развитие социально-рыночных отношений, свидетельствуют о том, что рынок уже сам по себе не может быть панацеей от всех проблем. Нужна существенная тактика и стратегическая позиция осуществления социально-экономических преобразований. Необходимы прежде всего радикальные изменения производственных процессов в организациях, путем привлечения инвестиций в развития социального капитала, как

на уровне государства, так и на уровне компаний. Установление связей расширяет коммуникативные потребности, которые в свою очередь преумножают социальный капитал, с точки зрения потребности в информации, получении обратной связи, взаимопонимании и сотрудничестве как внутри самой организации, так и с другими общественными структурами. Необходимо укрепление доверия стабильного поведения, осуществление прозрачной и справедливой политики руководства организации по отношению к сотрудникам. Весьма важно, чтобы со стороны руководства демонстрировалось доверие к сотрудникам. Развитие сотрудничества должно осуществляться на уровне четких и стойких норм, высокой культуры сотрудничества, создание определенных правил поведения относительно порядка заполнения вакансий, посещения профессиональных и обучающих мероприятий.

Для бизнеса социальный капитал является одним из основных инструментов экономического роста. Становление корпоративной культуры, работа с мотивацией сотрудников, развитие квалификации персонала, делегирование полномочий — все это невозможно без навыков коллективного взаимодействия, ориентации на взаимную выгоду. Практика показывает, что компании в последнее время стали все более четко понимать, что без вложений в социальный капитал они не смогут успешно конкурировать и эффективно использовать свои финансовые ресурсы и технологические мощности.

Приоритет преумножения социального капитала означает, что в первую очередь должен идти поиск реальных путей к более высокому уровню развития и благополучию деятельности бизнеса.

Используемые источники

1. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность*. № 3, 2004.
2. Грицаенко В. Социальный капитал и гражданское общество М., 2005.
3. Т.Ю. Сидорина//«Журнал исследований социальной политики», № 3, 2007.
4. Солодовникова Е.Ф. Социальная составляющая промышленной политики предприятия. Екатеринбург: УрО РАН, 2006.
5. Коньков А.Т. Социальный капитал и экономическое взаимодействие. М.: Изд-во РУДН, 2006.
6. Шо Р. Ключи к доверию в организации. М., Изд-во «Дело», 2000.

Воскресенский В. Ю.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Социально-культурный сервис и туризм»,
Московской гуманитарный университет*

Чайнов В. И.

*кандидат технических наук,
генеральный директор ООО «Многопрофильная фирма «Сигма ЛВО»»*

Прогнозная оценка роста въездного туристического потока в России на уровне федеральных округов

К числу актуальных проблем экономики России относится поиск альтернативных нефтегазовой отрасли направлений её развития. Одним из таких направлений является въездной туризм. В настоящей статье решается актуальный вопрос по оценке перспектив развития въездного туризма в России на уровне Федеральных округов. Предлагается экспертно-аналоговый метод решения этого вопроса и приводятся результаты экономических оценок, а также даются рекомендации организационного характера.

Ключевые слова: туристические прибытия, туристические ресурсы, привлекательность туристических ресурсов, страны-аналоги, туристические рекреационно-оздоровительные комплексы.

Projection of growth of an entrance tourist stream in Russia at the level of federal districts

Search of the directions of its development alternative to oil and gas branch belongs to number of actual problems of economy of Russia. One of such directions is entrance tourism. In the present article topical issue is resolved according to prospects of development of entrance tourism in Russia at the level of Federal districts. The expert and analog method of the solution of this question is offered and results of economic estimates are given, and also recommendations of organizational character are made.

Keywords: tourist arrivals, tourist resources, appeal of tourist resources, countries analogs, tourist recreational and improving complexes.

На первых этапах человеческой цивилизации путешествие удовлетворяло простое человеческое любопытство. Затем оно выполняло функцию поиска хлеба насущного. В средние века были Крестовые походы, совершались Великие географические открытия и путешествие осуществлялось в интересах торговли и завоеваний. В

новое время путешествия шли в разрезе военных компаний могущественных государств за передел мира. А в 20-ом веке путешествие приобрело форму международного туризма.

Сегодня туризм активно развивается. Люди стали путешествовать осмысленно в деловых, религиозных, лечебно-оздоровительных, образовательных и иных целях. Эффективным средством массовой востребованности и широкой доступности культурных и рекреационных ценностей стал культурный туризм. Повышение уровня жизни населения и расширение возможностей свободного передвижения по миру способствовали появлению миллионов путешественников. Туризм стал играть такую роль в жизни общества, что превратился в уникальную крупномасштабную мировую индустрию, а туристические ресурсы становятся важнейшей частью национального богатства многих стран. В 2006г. по данным Всемирной туристической организации число туристических путешествий в мире превысило 842 млн. Принимающие страны заработали на этом 654,7 млрд. долл. США. В целом на туристический сектор с учётом сопутствующих отраслей в настоящее время приходится 10,4% мирового ВВП.

Путешествия и туризм стали сегодня одной из самых значительных индустрий в мире. Все страны знают о доходности международного туризма. Ежегодно в течение ближайших нескольких лет будут путешествовать около 600–700 млн. человек, ежегодные затраты туристов составят около одного триллиона долларов. Большие деньги означают, что туризм стал большим бизнесом. Фактически, для экономики многих стран он настолько важен, что между ними развернулась жесточайшая конкуренция. Великобритания так же желает привлечь туристов из Австралии, как США и Канада. «Если потенциальный турист может в следующем году посетить только одну страну, как это обычно бывает, то куда поедет этот турист и каким образом он решит проблему выбора маршрута?» Ответ на этот вопрос во многом зависит от привлекательности туристических ресурсов конкретной страны, требуемых финансовых средств, уровня сервиса и других факторов, которые необходимо учитывать при развитии в стране въездного туризма.

По мнению специалистов Всемирной туристической организации, туристические ресурсы России позволяют принимать ежегодно до 40 млн. въездных туристов. Если каждый турист израсходует в России две тысячи долларов США, то в стране останется 80 миллиардов долларов, что позволит в значительной степени избавиться от нефтегазовой зависимости.

Индустрия туризма и гостеприимства заняла достойное место в отраслевой структуре мировой экономики, аккумулируя значительные трудовые ресурсы и обеспечивая ежегодную доходность в сотни миллиардов долларов США. Нисколько не преувеличивая значение этой отрасли, следует отметить, что многие страны видят в ней спасение от экономических бед.

Что касается России, то 26 июля 2010 г. правительство Российской Федерации утвердило концепцию федеральной целевой программы развития внутреннего и въездного туризма. Как следует из недавней публикации — «цели в концепции заявлены грандиозные: к 2020 году Россия должна войти в десятку самых посещаемых стран» (Известия, 27 июля 2010 г. № 136, С. 3). На развитие туризма в ближайшие пять лет в стране выделяется 332 миллиарда рублей. Для того, чтобы правильно планировать развитие туристической отрасли нашей страны и её финансовое обеспечение, необходимо осуществить прогнозирование роста въездного туристического потока и оценить требуемое для размещения ожидаемого числа туристов количество мест размещения.

Оценка перспектив роста въездного туристического потока в России на уровне федеральных округов с учётом их рекреационных потенциалов относится к числу актуальных прикладных задач, решение которых может быть заказано органами власти или ассоциациями туристических фирм с целью оценки ожидаемого экономического эффекта. Существуют различные подходы к решению подобных задач. В частности, можно использовать описательный метод физико—экономикографической характеристики каждого региона, проанализировать каждое территориальное сочетание туристических ресурсов (ТСТР), выяснить ожидаемый спрос на эти ресурсы, определить в перспективе возможности по приёму туристов и оценить ожидаемый экономический эффект. В рамках огромной территории нашей страны это очень громоздкая задача, для решения которой трудно получить большой объём необходимых данных. Мы предлагаем при решении указанной задачи ограничиться рассмотрением уровня Федеральных округов и использовать экспертно-аналоговый метод, который основан на экспертных балльных оценках привлекательности туристических ресурсов Федеральных округов и зарубежных стран, выявлении стран-аналогов нашим округам по привлекательности, численности населения и климатическим условиям, а также на оценке требуемого дополнительного количества мест размещения в округах, которое позволило

бы принять число туристов в округе, пропорциональное численности населения.

Под привлекательными мы будем понимать те туристские ресурсы, которые вызывают существенный интерес у определённых категорий туристов. При этом отметим, что понятие привлекательности в туризме, по нашему мнению, характеризует полезность или потребительскую стоимость конкретного ресурса для определённой категории туристов. Виды привлекательных туристских ресурсов определены следующим образом:

1) памятники древности, археологические раскопки, пещерные города и т.п.;

2) объекты культуры (музеи, музеи под открытым небом, картинные галереи, культурно-исторические объекты, и т.п.);

3) культовые сооружения (храмы, монастыри, святые места, почитаемые иконы);

4) объекты экологического туризма (национальные парки и заказники, охраняемые чистые водоёмы, реликтовые леса, места обитания редких представителей животного мира, особо чистые места пляжного отдыха;

5) целебные водоёмы, источники и грязи, лечебницы;

6) учреждения культуры театры, в т.ч. национальные, цирки, выставки;

7) развлекательные заведения (аттракционы, аналоги Дисней Лэнда, известные рестораны, зоопарки, зверинцы и т.п.);

8) авто и авиасалоны, народные национальные праздники, выступления хоровых ансамблей и другие объекты ситуативного туризма;

9) спортивные соревнования, спортивные сооружения, в т.ч. горнолыжные объекты, объекты экстремального туризма и скалолазания, места для подводного плавания и т.п.;

10) наличие и число конных, велосипедных и пешеходных, а также круизных, в т.ч. водных, маршрутов в сочетании с оригинальными пейзажами;

11) народные промыслы и обряды, объекты старинных видов производства;

12) места для охоты и рыбалки;

13) места сбора даров природы (грибов, ягод, орехов и др.).

В дальнейшем оценим с помощью экспертных оценок привлекательность каждого из перечисленных туристских ресурсов для конкретных европейских стран и Федеральных округов по десятибалльной

шкале (максимальная оценка — 10 баллов). Затем выявим страны-аналоги, близкие к нашим округам по указанным выше критериям и, используя сведения по этим странам о количестве мест размещения на тысячу населения (по данным Интернет), оценим, какое количество мест размещения должно быть в наших Федеральных округах, при котором можно достичь такого же соотношения числа туристских прибытий и численности населения, как и в зарубежных странах. После этого определим ожидаемое в перспективе число туристских прибытий для каждого Федерального округа при условии, что за счёт увеличения числа мест размещения на 1.000 человек до уровня страны-аналога в конкретном Федеральном округе будет достигнута и соответствующая величина показателя плотности туристического потока $K1$. ($K1 = P_t/P_c$, где P_t — число туристических прибытий в страну за год, P_c — численность населения страны). При использовании балльных оценок привлекательности туристических ресурсов необходимо иметь ввиду не только наличие определённого вида туристического ресурса, но и его социальную значимость и количественную выраженность, например, количество музеев, а также уникальность, например, уникальность Байкала или дельты Волги.

Оценку объектов экотуризма необходимо осуществлять с учётом наличия в конкретном регионе загрязнений атмосферы и водных ресурсов, численность зарегистрированных экологических преступлений (данные имеются в Интернет), а также степень их влияния на сохранность экологической чистоты соответствующего объекта. Отметим также, что при оценке объектов культуры Центрального и Северо-Западного Федеральных округов принималось во внимание наличие в них музеев с шедеврами мирового уровня (Москва, Санкт-Петербург и Ленинградская область).

Результаты экспертных балльных оценок привлекательности Федеральных округов приведены в таблице 1, где по горизонтали указаны номера, перечисленных выше туристических ресурсов (ТР), а по вертикали сокращённые наименования Федеральных округов.

Таблица 1

Результаты экспертных оценок привлекательности туристических ресурсов (ТР) Федеральных округов

Округа/Номера турресурсов	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	итого
ЦФО	8	10	8	4	5	10	8	8	9	4	6	4	5	89
СЗФО	8	0	8	5	5	9	6	6	8	4	7	5	5	86

ЮФО	6	7	6	4	5	6	5	6	10	5	6	5	4	75
СКФО	7	6	6	8	7	5	6	7	8	6	7	5	6	84
ПФО	8	7	6	5	5	6	6	7	6	4	6	6	7	78
УФО	7	5	5	6	6	5	4	7	7	3	5	6	8	74
СФО	7	6	4	9	7	5	3	3	4	7	7	9	8	79
ДВФО	5	5	4	8	9	4	4	3	6	5	5	9	9	76

В таблице 2 приведены аналогичные результаты для европейских стран, перечисленных по вертикали.

Таблица 2

**Результаты экспертных оценок привлекательности ТР
зарубежных стран**

Страна / Номер турресурсов														итого
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Англия	8	10	5	4	3	5	6	2	10	3	4	6	2	68
Швеция	4	6	3	6	5	4	6	1	5	5	5	7	6	61
Франция	7	10	9	7	6	6	9	8	8	6	5	7	5	93
Германия	6	9	5	7	8	9	7	7	7	8	6	5	7	91
Чехия	6	8	6	6	7	7	2	5	5	5	5	4	4	70
Болгария	7	8	6	5	6	6	6	5	5	4	4	4	4	70
Греция	10	7	8	4	4	5	3	2	8	6	5	4	4	70
Турция	8	6	7	7	7	6	5	4	5	5	4	5	5	74
Египет	10	6	8	2	4	4	3	2	4	5	6	0	0	52
Китай	10	8	9	3	5	5	6	6	7	5	6	5	5	70
Финляндия	5	5	6	5	5	5	4	5	6	5	6	7	7	71

Из сравнения таблиц 1 и 2 следует, что практически все Федеральные округа конкурентоспособны с точки зрения привлекательности туристских ресурсов по отношению к зарубежным странам, хотя каждый округ обладает существенной спецификой по природно-климатическим условиям и территориальным сочетаниям туристических ресурсов.

В таблице 3 приведены Федеральные округа и выбранные для них страны-аналоги. Там же указана по данным Интернет численность населения округа, а также число месяцев в году, когда туризм может осуществляться эффективно (без климатических ограничений).

Учитывается, что в Центральный и Северо-Западный округа люди прибывают в основном для знакомства с объектами культуры, т. е. круглый год, а в Северо-Кавказском ФО люди зимой и весной могут заниматься горнолыжными видами спорта.

**Федеральные округа и выбранные нами страны-аналоги
(по привлекательности)**

Фед. Округ	Численность населения (млн.)	Длительность сезона (мес.)	Страна-аналог
ЦФО	37	12	Германия
СЗФО	14,5	12	Германия
ЮФО	12,5	12	Англия
ПФО	32	5	Англия
УФО	12,6	5	Англия
СФО	20,8	5	Англия
ДВФО	7,2	5	Англия
СКФО	9,5	12	Германия

При выборе стран-аналогов рассматривались только европейские страны. Во внимание принимались не только общая привлекательность, но и её структура, а также численность населения. Малые страны и Франция, наиболее успешная страна в области туризма, в качестве аналогов не рассматривались ввиду слишком большого различия условий для развития туристической индустрии в этих странах по сравнению с Россией. К тому же многие российские туристические ресурсы за рубежом мало известны. Используя данные указанных выше таблиц, можно оценить число ожидаемых прибытий туристов в конкретный округ Р_{то}, исходя из условия, что среднее число мест размещения на тысячу жителей в округе достигнет уровня страны-аналога.

Для определения величины Р_{то} воспользуемся формулой:

$$P_{то} = K_c K_{IA} P_{CO},$$

где K_c — коэффициент сезонности (доля в году времени эффективной туристической деятельности);

K_{IA} — показатель плотности турпотока (рассчитан по данным [2]);

P_{CO} — численность населения конкретного округа (тыс. чел.).

Необходимое для реализации величины Р_{то} число мест размещения М_о в округе получим по формуле: $M_o = n_A P_{CO}$, где n_A — среднее число мест размещения на тыс. чел. в стране-аналоге. Результаты оценки ожидаемого числа прибытий туристов в округе и требуемого для этого числа мест размещения М_о приведены в таблице 4.

Таким образом, для того, чтобы выйти примерно на средний европейский уровень эффективности туристической отрасли, России необходимо иметь 3, 363 млн. мест размещения класса не ниже трёх звёздочек и при этом обеспечить прибытие в страну 39,5 млн. туристов. Если

Таблица 4

**Результаты оценки числа ожидаемых туристических прибытий
Р_{то} и числа мест размещения М_о**

Фед. округ	ЦСО	СЗФО	ЮФО	СКФО	ПФО	УФО	СФО	ДВФО	ИТОГО
Р _{то} млн. чел.	11,1	4,36	6,05	2,85	6,67	2,63	4,34	1,5	39,5
М _о тыс. мест	777	304,5	242	199,5	640	252	416	144	3363

считать число принимаемых туристов пропорциональным имеющемуся числу мест размещения, то в настоящее время страна должна была бы принимать ежегодно 14,777 млн. туристов против 5,060 чел. прибывших в 2010 г. [2], т.е. наша туристическая отрасль работает примерно в три раза менее эффективно, чем в других европейских странах, даже не являющихся передовыми в этой области. О причинах нашего отставания было сказано в [3]. В качестве одного из действенных средств скорейшего подъёма отрасли в [1] предлагается создать в регионах туристические рекреационно-оздоровительные комплексы (ТРОК) на базе местных территориальных сочетаний туристических ресурсов (ТСТР) с управляющими компаниями (организациями) и информационными центрами с разными вариантами участия местных органов власти и бизнеса. В каждом регионе желательно, используя предложенный в [1] подход, оценить, в границах каких ТСТР следует создавать ТРОК, с учётом местного кластера туризма. При положительном решении указанной задачи, целесообразно создать соответствующие управляющие компании (организации), которые организуют полноценную совместную деятельность всех участников ТРОК.

Они определяют, что следует показать туристам, куда свозить на экскурсии, чем занять их в свободное время, какие услуги могут быть им оказаны, разработают рекламу и решат массу других вопросов, а информационные центры обеспечат распространение рекламы и других информационных материалов, а также примут заявки на путёвки. Отметим также, что сейчас было бы своевременно создать управляющую компанию в строящемся комплексе «Горная карусель» в Красной Поляне. На наш взгляд, целесообразно рассмотреть возможность создания ТРОК на Камчатке, где имеются богатейшие туристические ресурсы (действующие вулканы, уникальная долина гейзеров, целебные воды, уникальные флора и фауна). Развитие туристической отрасли на Камчатке позволило бы привлечь туда туристов из АТР и, в том числе, из США, Китая и Японии. Авиа-перелёты из этих стран на

Камчатку стоят в 2-3 раза дешевле, чем из европейской части России. Появилась бы валюта, которая так необходима для развития экономики Дальневосточного региона. Появились бы новые рабочие места и снизился бы отток населения в другие регионы.

В заключение следует отметить, что туристическая индустрия играет ещё одну важную специфическую роль в решении социально-экономических проблем любой страны, а именно она обеспечивает занятость населения, высвобождающегося при закрытии промышленных предприятий, хотя и не всегда приносит большую прибыль. Об этой роли туриндустрии почему-то нередко забывают. По статистическим данным [2] на туристический сектор в 2011 году приходилось 3,6% мирового валового продукта, а занято было в этой отрасли 8,3% всего работающего населения планеты. Важно также то, что рассматриваемая отрасль обеспечивает развитие сопутствующих отраслей. Последнее обстоятельство необходимо учитывать в региональных программах развития индустрии туризма. Наиболее квалифицированные предложения о том, какие сопутствующие отрасли надо развивать в регионах, могут сделать управляющие компании ТРОКов.

Используемые источники

1. Воскресенский В. Ю. Российские рекреационно-оздоровительные комплексы, как фактор интеграции туриндустрии страны в систему международного туризма//Научно-практический журнал «Модернизация, инновации, развитие», № 4 (8), 2011.
2. Туризм в цифрах 2011. Федеральное агентство по туризму. Информационно-издательский центр «Статистика России», 2011.
3. Воскресенский В. Ю. Международный туризм. Издание 2-е. М.: ЮНИТИ. 2008.

Вотчель Л. М.

*кандидат философских наук, доцент,
зав. кафедрой «Экономика и предпринимательство»,
Магнитогорский государственный университет*

Факторы и условия создания межотраслевых предпринимательских конгломератов на мезоуровне национальной экономики

В работе характеризуются классификационные признаки факторов, стимулирующих объединение хозяйствующих субъектов в межотраслевые предпринимательские конгломераты. Так же рассматривается процесс формирования образований в конгломераты.

Ключевые слова: конгломерат, предприниматель, корпорация, мезоуровень, корпоративный менеджмент, корпоративное образование.

Factors and conditions for the creation of intersectoral business conglomerates on mesolevel of national economy

In characterized classification attributes factors stimulating association of business entities in cross-industry enterprise conglomerates. Just the process of formation formations in the conglomerates.

Keywords: conglomerate, entrepreneur, corporation, mesolevel, corporate management, corporate education.

Для принятия обоснованных исследовательских и прикладных решений в области проектирования межотраслевых предпринимательских конгломератов (МПК) требуются системные классификации факторов, влияющих на процесс формирования конгломерата. Первое затруднение, с которым сталкивается исследователь, заключается в установлении границ социально-экономической системы, определяемой понятием «конгломерат».

В широком смысле конгломерат – это любая организованная группа физических и юридических лиц, объединенных общим экономическим интересом, профессиональной принадлежностью, совместной экономической деятельностью, правилами поведения. Конгломератами являются купеческие и ремесленные гильдии, торговопромышленные палаты, союзы и ассоциации занятых бизнесом предприни-

мателей, научные общества и т. п. В узком смысле под конгломератом может пониматься акционерная компания. Коллективное принятие решений и разделение функций собственности и управления, возможность сложения капиталов и изъятия любым собственником своей доли путем продажи ее третьим лицам, привлечение сбережений посредством размещения акций на фондовом рынке — все это может сделать конгломерат самой эффективной формой организации производства в индустриальной и постиндустриальной экономике.

Реалии хозяйственной практики заставили в России понимать термин «конгломерат» как совокупность хозяйствующих субъектов (юридических лиц), совместно реализующих общие цели и интересы. Расширительная трактовка конгломерата используется ведущими российскими специалистами в области корпоративного менеджмента (Ю. Винслав, В. Дементьев, Ю. Якутин и т. д.). Вместе с этим присутствует «отдаление» от однозначного использования термина «корпорация» и замена его словосочетаниями: «интегрированные корпоративные структуры», «интегрированные бизнес-группы» и т. п. Немаловажную роль в этом играет отсутствие в отечественной нормативно-правовой практике юридического понятия «конгломерат». Не останавливаясь на дискуссионных моментах толкования этого словосочетания, определим, что под корпоративными образованиями будем понимать любые объединения хозяйствующих субъектов, реализующих общие цели и интересы. Таким образом, можно выделить, что конгломерат можно считать одной из форм корпоративного образования.

Как показал анализ ¹ классификаций факторов, влияющих на процесс формирования образований в конгломераты, достаточно часто в литературных источниках приводятся просто перечни факторов без идентификации их принадлежности к какому-либо классификационному признаку. В ряде случаев используется несколько типологических признаков, на основе которых созданы классификации факторов. Обобщение результатов анализа и использование кластерного подхода к типологии признаков классификации позволил представить их в схематичном виде (рис. 1).

Если к образованию конгломератов подходить с точки зрения определенной организованной формы хозяйственной деятельности, то условия, не зависящие от хозяйствующего субъекта, превращаются в объективные факторы, а зависящие (цели, ресурсы и возможности)

¹ Михалев, Г. С. Основы корпоративного управления: Учеб. пособие / Г. С. Михалев; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. Красноярск, 2005.



Рис. 1. Классификационные признаки факторов, стимулирующих объединение хозяйствующих субъектов в межотраслевые конгломераты

выступают как субъективные. Использование данного подхода обуславливает взаимоотношения факторов по цепочке индивид-группа-общество. Субъективные факторы для общества являются объективными для группы или личности. Например, нормативные государственные хозяйственные акты являются субъективными на уровне народного хозяйства страны, но объективными для предпринимателя или предпринимательской структуры.

Законы специализации и кооперации труда в процессе удовлетворения потребностей являются объективными для всех субъектов, а формы их использования — субъективными. Таким образом в эгоцентристском подходе, лежащем в основе данной классификации факторы выделяются на основе самосознания: самоидентификация хозяйствующего субъекта (я (мы) — остальной мир), воля (что я (мы) можем),

интерес, потребность (цель, мое (наше) предназначение), деятельность (я (мы) как средство достижения целей реализации предназначения).

Достаточно часто классификационный признак по происхождению отождествляют с классификацией факторов по месту возникновения и наоборот. Признак фактора по месту возникновения обусловлен определением границ хозяйственной деятельности субъекта, т. е. выделением собственной хозяйственной системы и отделением ее от других систем. Условия, стимулирующие образование корпоративной структуры, находящиеся внутри границ, относятся к внутренним факторам, а условия, находящиеся за границами индивидуальной хозяйственной системы, к внешним факторам.

Наиболее типичными внешними факторами, стимулирующими в Российской экономике объединение бизнеса в корпоративные структуры, называют следующие:

- необходимость соединения масштабных процессов приватизации и акционирования с демонополизацией, развитием конкуренции и структурной перестройкой экономики;
- радикальное изменение финансирования производства (почти в 2,5 раза снизился объем государственных инвестиций, резко сократились возможности пополнения оборотных средств);
- появление и значительный рост новых банковских, торговомедиа-посреднических и иных рыночных структур, аккумулирующих значительные капиталы;
- изменение всей структуры управления промышленностью, постепенное сокращение области применения высокодоходных краткосрочных торговых кредитов, обострение конкуренции в определенных сегментах внутреннего рынка;
- восстановление старых и форматирование новых долгосрочных связей (в том числе межгосударственных, в рамках СНГ) между промышленными и финансовыми структурами;
- относительное снижение доходности операций на финансовых рынках и поиск банками и прочими финансовыми институтами новых сфер приложения капитала.

Внутренними называются такие факторы, которые порождаются объединяющимися в систему отдельными предприятиями, группами хозяйствующих субъектов или всем их множеством. В существующих классификациях внутренних факторов наиболее часто акцент ставится на двух группах: целевые показатели получения синергических эффектов и связанная с ними группа факторов структурного развития систем.

Можно выделить несколько типов корпоративной синергии.

1. Эффект *масштаба* возникает в результате широкомасштабных операций. Например, выпуск больших партий товаров на предприятии, организация отделов сбыта, которые могут продавать большое количество подобных товаров в одно и то же время, разветвленная система логистики.

2. Эффект *интеграции*, или *целевая синергия*. Это относится к преимуществам, получаемым одним подразделением в процессе разработки, производства или продажи определенного товара. Целевая синергия, таким образом, противоположна функциональной синергии.

3. Эффект *комплекса преимуществ* означает, что «связка» разнообразных товаров и услуг или соглашений об оптовых поставках гораздо более привлекательна, чем простая сумма отдельных частей.

4. *Синергия конгломерата* означает, что чем больше подразделений, тем шире распределяется риск.

5. *Финансовая синергия* означает создание налоговых инвестиций, трансфер цен, концентрация финансовых потоков.

Существуют и другие подходы к типизации видов синергии, например, типизация И. Ансоффа.

Взаимное дополнение отличающихся тем или иным качеством структурных подразделений объединения в конгломерат должно обеспечивать более прочную связь системы в целом. Любой организационной структуре присуще свойство «достраивать» систему до завершенности. Очевидно, что структурная исходная организация бизнеса является лишь начальной и в дальнейшем может включать по мере необходимости и целесообразные дополнительные звенья. Очевидно, что исходная организация бизнеса является отправной точкой, к которой по необходимости подключаются целесообразные с позиций внешней организации звенья. Поэтому среди внутренних факторов большое значение имеют необходимые параметры образования конгломератов. Структура выступает не только системообразующим ключевым условием, но и системосохраняющим фактором. Однако данный типологический признак не требует четкого их разделения, поэтому в социально-экономической интерпретации системных свойств образования факторы объединяют в конгломерат, системным началом которого являются общая внутренняя цель и требования условия структуры, обеспечивающие эту цель. Примером могут служить классификации факторов, стимулирующих объединение предприятий в конгломерат, построенное на основе целей предпринимательства. Так, достижение общей цели – максимизации прибыли в

долгосрочном плане редуцируется по структуре функциональных областей хозяйственной деятельности образования. Сами факторы интерпретируются в двух аспектах: как желаемое условие, т. е. функциональная цель и как достигнутый результат в сравнении с аналогичными хозяйственными системами, т. е. преимущества объединения.

Дискуссионным вопросом в систематизации внешних и внутренних факторов является роль фактора времени. Время как длительность процессов создания и функционирования систем является всеобщим системообразующим фактором. Логичен вывод, что на различных стадиях жизненного цикла систем действуют различные совокупности факторов, стимулирующих развитие и сохранение корпоративных образований. Этот момент часто недооценивается при проектировании и реализации организационных изменений, особенно при формировании объединенных предпринимательских структур. Формирование такой структуры, развитие и укрепление связей между различными ее подразделениями требует достаточно длительного времени при одновременной смене приоритетности остальных стимулирующих интеграцию факторов. Это необходимо учитывать для того, чтобы реалистично планировать и оценивать возможное расхождение ожидаемых и фактических результатов ее деятельности. Спорным моментом является отнесение факторов относительно положения на временной оси, т. е. при использовании таких понятий как «прошлое», «настоящее» и «будущее». Прошлое — это опыт взаимодействия предприятий в составе данной отрасли (сложившаяся инфраструктура связей и отношений, информационных и материальных потоков, личных отношений руководителей предприятий и т. д.). Прошлое создает материальную и духовную базу для системообразования и развития настоящего. Неслучайно в последние годы интенсивно развивается такой аспект управленческой науки как рутинное управление. Вместе с этим существуют иные точки зрения на прошлое. Например, в стратегическом менеджменте достаточно широко распространено убеждение, что прошлый опыт непригоден для эффективного управления вследствие высокой динамики среды, высоких значений неопределенности появления и сочетания факторов. Настоящее достаточно часто понимается как скользящая точка на временной оси, как момент перехода будущего в прошлое. Более реалистична точка зрения на настоящее как на период осознания субъектом реальности, т. е. что остается в прошлом, что из прошлого переходит в будущее, что не существовало в прошлом, но появилось в данный момент и будет принадлежать будущему. Фактор будущего по-разному влияет на формирование корпоративных

образований. Видение хозяйствующим субъектом будущего своего состояния является движущей идеей, целью, смысловым оператором будущей и настоящей деятельности. Понятие «ради будущего» относится к процессу создания любых социальноэкономических, производственно-хозяйственных и других «антропогенных» систем.

Типологический признак «по отношению к изменениям» выражает действие фактора времени, относится к настоящему и обладает высокой условностью разделения факторов на группы изменяемых и неизменяемых, т. е. статических и динамических факторов.

Достаточно высокой условностью также обладает признак «по степени общности». Подходы к использованию этого признака разнообразны. В одних случаях под общими понимаются факторы и законы функционирования конгломерата, параметры хозяйствующего субъекта принимаются как частные факторы. В других подходах используется структурное представление корпоративного образования, в котором условия формирования образования как целого являются общими факторами, а элементные параметры — частными факторами. Таким образом, подход зависит от идентификации и соотношения понятий «общее» и «частное», переходящие при высоком уровне абстракции в философские категории.

Как показывает проведенное аналитическое исследование, в научно-исследовательской, проектной и управленческой практике для классификации факторов достаточно редко применяется только один признак. Это обусловлено потребностями управления организационными изменениями. Организационное проектирование формирования межотраслевых предпринимательских конгломератов представляется единством трех составных частей: среднего, структурного и ресурсно-операционного. Составляющие проектирования формируют целевые установки к последовательности использования типологических признаков. Чаще всего классификация строится на основе последовательного использования ряда признаков (2 и более) по схеме: признак мировоззренческой позиции (эгоцентрический, системный и т. д.), признак области и/или природы факторов (экономические, технические, социальные, природно-географические и т. д.), целевой признак в соответствии с целями исследования или принятия управленческого решения (например, для стратегических решений: факторы, положительно и отрицательно действующие на формирование межотраслевых предпринимательских конгломератов, т. е. возможности и угрозы и т. д.). Данное обстоятельство и заключение проведенного анализа позволяют предложить следующий методоло-

гический подход к типологии факторов, стимулирующих объединение хозяйствующих субъектов конгломерата, позволяющей выстраивать иерархические классификации.

Таким образом, можно сделать вывод, что классификационные признаки факторов, стимулирующих объединение хозяйствующих субъектов в межотраслевые предпринимательские конгломераты разделяются по следующим группам: по происхождению, по месту возникновения, по природе факторов, по системному представлению, по степени общности, по отношению к изменениям.

Гладкова В. Е.

*кандидат экономических наук, доцент, соискатель,
Российская академия предпринимательства*

Рынок микрофинансирования — существующее состояние и современные проблемы

Исследуя существующее состояние рынка микрофинансирования в России, в первую очередь следует отметить, что дискуссии о микрофинансовой деятельности в России в последнее время чаще всего имеют негативный оттенок, в частности, из-за «болезней роста» этого рынка, высоких процентных ставок и слабой финансовой грамотности населения.

Ключевые слова: микрофинансирование, рынок, риски, рейтинги.

The microfinancing market — an existing condition and modern problems

Investigating an existing condition of the market of microfinancing in Russia, first of all it is necessary to note that discussions about microfinancial activity in Russia have recently a negative shade, in particular, because of «growth diseases» this market, high interest rates and weak financial literacy of the population more often.

Keywords: microfinancing, market, risks, ratings.

Как отмечают специалисты данного рынка¹, результаты работы двух крупнейших на сегодня объединений микрофинансовых организаций, которые охватывают около 75% рынка. Совокупный портфель микрозаймов за 2011 год составил 16 млрд. руб., из них 13 млрд. руб. — это займы на развитие предпринимательской деятельности, 3 млрд. руб. — потребительские займы, из них займы до зарплаты составили 150 млн. руб. Вместе с тем следует отметить, что в Приказе Минфина РФ № 37 от 01.03.2012², который утверждает формы и сроки отчетности для МФО, займы до зарплаты выделены как высокорисковые кредитные продукты. С точки зрения существующих кредитных рисков, действующее законодательство определяет два критерия — это займы, выдаваемые физическим лицам в

¹ Носкова Е. Надзор за микрофинансовыми организациями приблизят к банковскому // Российская бизнес-газета № 844, 17 апреля 2012 года.

² Приказ Минфина РФ от 01.03. 2012 № 37Н «Об утверждении форм и сроков представления документов, содержащих отчет о микрофинансовой деятельности и персональном составе руководящих органов микрофинансовой организации».

размере до 45 тыс. руб. и сроком до двух месяцев. Иными словами, это краткосрочные микро кредиты, выдаваемые под небольшие суммы и высокие проценты. Среди экспертов рынка микрофинансирования сегодня бытует мнение о необходимости дифференцирования легального и «серого» рынка для потребителя путем введения запрета и ограничения на рекламные услуги и микрофинансовые продукты. Мы полностью разделяем данную позицию, однако считаем, что только ограничение на рекламные компании микрофинансовых организаций не сделают рынок в полной мере «прозрачным», наряду с данной мерой необходимы жесткие пруденциальные меры, направленные на раскрытие «эффективной» процентной ставки по микрозаймам, аналогичные принятым в отношении банковских кредитов. Официальная публикация такой информации позволит, в первую очередь заемщикам, разобраться в стоимости предоставления микрозайма и оградить себя от недобросовестных кредиторов, предлагающие свои услуги через публичные рекламные объявления.

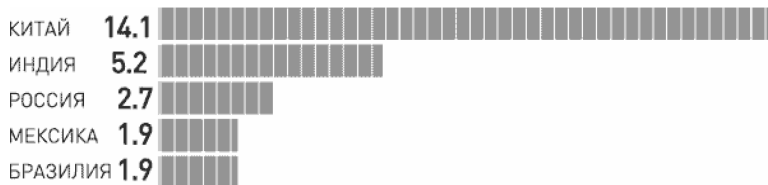
Относительно информации о пороговых значения процентов по микрозаймам, то в условиях развития и становления данного рынка — как самостоятельной кредитной ниши, введение «жестких» ограничений пока нецелесообразно в виду потенциальных рисков возвращения к «серым» схемам выдачи микрозаймов, однако раскрытие эффективной ставки будет способствовать ее постепенному снижению в условиях растущей конкуренции между основными участниками рынка.

Дискуссионным остается пока вопрос об обязательности участия МФО в саморегулируемых организациях. Этот механизм достаточно эффективно работает в сфере кредитных кооперативов: организации, объединившиеся в СРО, демонстрируют значительно лучшее качество работы, чем кооперативы, этого избегающие.

Что касается средневзвешенных процентных ставок по займам микрофинансовых организаций, по данным Российского микрофинансового центра³, на конец 2011 г. средняя ставка по займам бизнеса и потребительским микрозаймам составила 27% годовых (по 15 крупнейшим участникам рынка). При этом стоимость фондирования по кредитам и займам колеблется в районе 14% годовых, то есть маржа составляет примерно 13%. За 2011 год средняя ставка снизилась на 4% при практически неизменной стоимости фондирования, что, говорит о первых признаках конкуренции на рынке. Сравнительный анализ объема портфеля микрофинансовых организаций, приведен на рисунке 1⁴.

³ <http://www.rmcenter.ru/> [Официальный сайт Российского микрофинансового центра]

⁴ Носкова Е. Надзор за микрофинансовыми организациями приблизят к банковскому // Российская бизнес-газета. № 844, 17 апреля 2012 года.



Источник: Совет Федерации РФ

Рис. 1. Сравнительный анализ объема портфеля микрофинансовых организаций среди развивающихся экономик мира по состоянию на 01.01.2012 г. (млрд. долл. в год)

Как видно из сравнительных данных, Россия пока находится в среднем значении, уступая экономикам Индии и Китая, в то же время, рынок микрофинансирования в нашей стране активно развивается только последние пять лет, в связи с чем, считаем, что в ближайшие годы он будет, сопоставим с рынками указанных стран.

Однако основная причина, по которой развитие отечественного рынка микрофинансирования не осуществляется быстрыми темпами, заключается в вопросе ценообразования, о котором мы более подробно уже говорили в предыдущей главе исследования. Если провести обобщенный анализ предложения коммерческих банков по кредитам малому и среднему бизнесу, то станет очевиден существенный разрыв в процентных ставках и объемах предоставленных кредитов.

Как следует из информации рейтинга РБК по состоянию на апрель 2012 года⁵, объемы кредитов на развитие малого и среднего бизнеса в России продолжают расти, однако этот рост сложно назвать «взрывным». Так, совокупный объем выданных кредитов МиСБ в 2011 году всех 78 участников рейтинга составил чуть более 2.25 трлн. руб., тогда как по итогам 2010 года те же самые банки прокредитовали российский развивающийся бизнес на общую сумму в 1.46 трлн. руб. — таким образом, рост за год составил около 54%, в позапрошлом году темп прироста был ненамного ниже — в пределах 40%–45%.

С точки зрения финансовой стабильности и надежности МФО и кредитных организаций, безусловно, коммерческие банки — также можно выделить в числе лидеров. Однако в последние годы, некоторые рейтинговые агентства также стали проводить аналогичные исследования по МФО с учетом присвоения им суверенных рейтингов на-

⁵ Крупнейшие банки по кредитованию малого и среднего бизнеса в 2011 году [<http://rating.rbc.ru/article.shtml?2012>]

дежности и стабильности по международной шкале. В таблице 1 мы привели результаты такого рейтинга по крупнейшим МФО России за период 2011 – начало 2012 года⁶.

Обобщающий анализ существующего состояния основных участников рынка микрофинансирования показал, что основные риски присущие им, сконцентрированы на следующих основных аспектах:

- высокая концентрация инвестиционных вложений на расчетном счете одного банка, что обуславливает умеренно низкий уровень управления основными рисками, а также невысокое качество организации бизнес-процессов;
- умеренно высокий уровень валютных рисков и умеренно низкие показатели рентабельности капитала, что обусловлено ростом расходов на развитие бизнеса и тем, что микрофинансовые организации создают резервы на возможные потери по займам по РСБУ;
- недостаточно высокое качество ссудного портфеля, в связи с умеренно высокой концентрацией рисков;
- умеренно низкий уровень управления операционными рисками в связи с небольшой численностью персонала;
- невысокий уровень достаточности собственных средств при отсутствии в отчетности по РСБУ резервов на возможные потери по займам;
- непродолжительный период работы и низкий уровень регламентации управления основными рисками.

Для активного функционирования МФО, необходима в первую очередь государственная поддержка, которая поможет снизить существующие риски от микрофинансирования, связанные с отсутствием обеспечения по кредитам. Много уже сделано. Так на сегодняшний день, при поддержке Министерства экономического развития стала создаваться социальная сеть микрофинансовых организаций, которым выделяются деньги совместно министерством и региональными властями. Это так называемые региональные фонды и центры микрофинансирования.

Вместе с тем следует признать, что пока еще рынок микрофинансирования в России находится в стадии становления и развития, основные причины заключаются в следующем: высокая стоимость микрозаймов, отсутствие надлежащей практики оценки и нивелирования рисков, слабость ресурсной базы и наконец, достаточно ограничен-

⁶ <http://www.raexpert.ru/ratings> [Официальный сайт Рейтингового агентства Эксперт РА]

Таблица 1

Рейтинги надежности микрофинансовых организаций

Компания	Рейтинг		Динамика	Дата присвоения/актуализации/изменения рейтинга	Инфо	Прогноз	Дата присвоения/актуализации/изменения прогноза	Пресс-релиз по прогнозу
Агентство по поддержке малого бизнеса в Чувашской Республике	B++ .mfi	▲	повышен	28.12.2011	пресс-релиз	Стабильный	28.12.2011	пресс-релиз
Домашние деньги	A+ .mfi	▲	повышен	30.01.2012	пресс-релиз	Стабильный	30.01.2012	пресс-релиз
Кредитный Союз	B++ .mfi		присвоен	20.02.2012	пресс-релиз	Позитивный	20.02.2012	пресс-релиз
РФПМСП	B++ .mfi		присвоен	27.02.2012	пресс-релиз	Позитивный	27.02.2012	пресс-релиз
Рязанский областной фонд поддержки малого предпринимательства	A .mfi		присвоен	26.12.2011	пресс-релиз	Стабильный	26.12.2011	пресс-релиз
Ставропольский краевой фонд микрофинансирования	A .mfi		присвоен	20.12.2011	пресс-релиз	Стабильный	20.12.2011	пресс-релиз
Финотдел	A .mfi		присвоен	03.10.2011	пресс-релиз	Стабильный	27.10.2011	пресс-релиз
Фонд микрофинансирования Курганской области	B++ .mfi		присвоен	22.05.2012	пресс-релиз	Стабильный	22.05.2012	пресс-релиз

ные сроки кредитования. В отдельной плоскости лежат проблемы стимулирования инвесторов (доноров), в лице коммерческих банков или государственно-частных фондов для финансирования МФО. В первую очередь это относится к налоговому законодательству, а также вопросам денежно-кредитной политики, оказывающей огромное влияние на развитие современного рынка микрофинансирования.

Дмитриева Е. В.

*кандидат экономических наук,
доцент Российской академии предпринимательства*

Стратегические и тактические аспекты инвестиционной деятельности промышленных предприятий

В статье рассмотрено понятие инвестиционной стратегии и тактики, рассмотрено их влияние на реализацию стратегических целей и задач предприятия, рассмотрена последовательность реализации отдельных этапов процесса управления инвестиционной деятельностью предприятия.

Ключевые слова: инвестиционная стратегия, инвестиционная тактика, этапы инвестиционного управления, этапами формирования инвестиционной стратегии предприятия.

Strategic and tactical aspects of investment activity industrial enterprises

In article consideration the concept of investment strategy and tactics, is considered their influence on realization of strategic objectives and enterprise tasks, the sequence of realization of separate stages of management process is considered by investment activity of the enterprise.

Keywords: investment strategy, investment tactics, stages of investment management, stages of formation of investment strategy of the enterprise.

Управление инвестиционной деятельности включает стратегию и тактику управления финансовыми активами.

Формирование стратегии управления финансовыми активами включает ряд этапов:

- выработку системы целей инвестирования;
- разработку мер по достижению намеченных целей;
- конкретизацию стратегии по отдельным периодам;
- оценку инвестиционной стратегии.

Тактика управления представляет собой совокупность методов и приемов для достижения цели в конкретных условиях.

Под стратегией управления финансовыми инвестициями понимают направление и способы использования финансовых активов для извлечения максимально возможной выгоды. Стратегия управления разрабатывается в рамках установленных в стране правил и ограничений в области финансовых инвестиций.

Быстро меняющаяся конъюнктура на фондовом рынке, несовершенство и изменчивость законодательной базы, инфляционные всплески требуют использования гибкой инвестиционной стратегии.

Объектом инвестиционного менеджмента в области финансовых активов являются ценные бумаги и их производные.

Цель инвестиционного менеджмента – отбор таких ценных бумаг в портфель, которые обеспечили бы высокую доходность при минимально допустимом риске. Инвестиционный менеджмент в области финансовых активов включает различные методы и принципы принятия решения:

- о вложении денег в ценные бумаги;
- о видах и суммах финансовых инвестиций;
- о времени осуществления инвестиций.

Инвестиционный менеджмент содержит следующие этапы:

- 1) разработку инвестиционной политики;
- 2) анализ ценных бумаг;
- 3) формирование инвестиционного портфеля;
- 4) реструктуризацию инвестиционного портфеля;
- 5) оценку инвестиционной деятельности¹.

Разработка инвестиционной политики предполагает: определение цели вложения денежных средств в ценные бумаги; соотношение цели и финансовых возможностей; соотношение риска и доходности.

Инвестиционная стратегия – система долгосрочных целей инвестиционной деятельности предприятия, определяемых общими задачами его развития и инвестиционной идеологией, а также выбор наиболее эффективных путей их достижения.

Инвестиционная стратегия является эффективным инструментом перспективного управления инвестиционной деятельностью предприятия, представляет собой концепцию ее развития и в качестве генерального плана осуществления инвестиционной деятельности предприятия определяет:

- приоритеты направлений инвестиционной деятельности;
- формы инвестиционной деятельности;
- характер формирования инвестиционных ресурсов предприятия;
- последовательность этапов реализации долгосрочных инвестиционных целей предприятия;

¹ Дармилова Ж.Д. Выбор инвестиционной стратегии функционирования предприятия в конкурентной среде//Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2012. № 1. С. 141–145.

- границы возможной инвестиционной активности предприятия по направлениям и формам его инвестиционной деятельности;
- систему формализованных критериев, по которым предприятие моделирует, реализует и оценивает свою инвестиционную деятельность².

Выделяют следующие стадии инвестиционного процесса предприятия:

1. Определение стратегических целей инвестиционной деятельности предприятия;
2. Разработка стратегических направлений инвестиционной деятельности;
3. Разработка стратегии формирования инвестиционных ресурсов;
4. Оценка альтернатив и выбор инвестиционной стратегии;
5. Внедрение и осуществление разработанной стратегии;
6. Контроль реализации инвестиционной стратегии.

Из всего многообразия имеющихся в стратегическом менеджменте инструментов и методик авторы, в силу ограниченности в объеме данной статьи, выделили наиболее интересные и эффективные инструменты и методы:

- методология определения жизненного цикла предприятия;
- технология построения «дерева инвестиционных целей»;
- инвестиционный SWOT-анализ;
- инвестиционный GAP-анализ³.

Изначальным пунктом формирования инвестиционной стратегии предприятия является общая стратегия экономического развития предприятия. Инвестиционная стратегия должна согласовываться с ней по этапам и целям реализации. При этом инвестиционная стратегия является главным фактором обеспечения эффективного развития предприятия в соответствии с общей экономической стратегией, особенно на современном этапе развития экономических процессов и их крайней неустойчивостью.

В рамках реализации инвестиционной стратегии можно выделить три инвестиционные подстратегии:

1. Стратегию формирования или выбора инвестиционной программы. Эта стратегия базируется на разделении общей и стратегической цели организации на локальные, но взаимосвязанные задачи.

² Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия. М.: КНОРУС, 2006.

³ Казакова Н.В., Березуев О.В. Методы стратегического менеджмента в управлении инвестиционной деятельностью предприятия//Вестник Саратовского государственного технического университета. 2007. Т. 1. № 2. С. 165–170.

2. Стратегию привлечения инвестиционных ресурсов. Включает разработку принципов формирования основного и оборотного капитала (на основе анализа внешних и внутренних источников финансирования). Поскольку каждый источник средств имеет свою цену, возникает задача оптимизации структуры источников инвестиционных ресурсов.

3. Стратегию инвестирования ресурсов. Представляет собой комплекс принципов и мер по размещению временно свободных средств предприятия в финансовые инструменты или иные инвестиционные ценности с целью получения максимальной доходности и снижения риска.

Основными этапами процесса формирования инвестиционной стратегии предприятия являются:

- определение периода формирования инвестиционной стратегии;
- формирование стратегических целей инвестиционной стратегии;
- разработка наиболее эффективных путей реализации стратегических целей;
- конкретизация инвестиционной стратегии по периодам ее реализации;
- оценка разработанной инвестиционной стратегии.

Период формирования инвестиционной стратегии зависит от таких условий, как предсказуемость развития экономики и инвестиционного рынка; продолжительность периода, принятого для формирования базовой стратегии предприятия; отраслевая принадлежность предприятия; размер предприятия. Важным условием определения периода формирования инвестиционной стратегии является и продолжительность периода, принятого для формирования общей экономической стратегии предприятия. Так как инвестиционная стратегия носит по отношению к общей экономической стратегии подчиненный характер, она не может выходить за пределы этого периода⁴.

Инвестиционную стратегию следует рассматривать как неотъемлемую составную часть долгосрочной стратегии предприятия. Главными определяющими ее факторами являются рыночные условия функционирования предприятия и необходимость обеспечения прочных конкурентных позиций на рынке. Если базовой стратегией функционирования предприятия является стратегия стабилизации или выжи-

⁴ Рубина Р. Я., Мавриды К. П. Инвестиционная стратегия. Краснодар: Изд-во КубГТУ, 2005.

вания, то инвестиции рассматриваются в качестве важного фактора ее успешной реализации. Если базовой является стратегия развития, то без инвестиций она вообще неосуществима.

Возможна также стратегия неценовой конкуренции на основе предложения широкой, регулярно обновляемой номенклатуры продукции, которая требует значительных затрат, в том числе и инвестиций. Если предприятие по своим возможностям претендует на лидерство на рынке по уровню издержек в определенном виде бизнеса, то оно наряду с использованием организационно-экономических факторов должно разработать и реализовать программу использования технологических факторов снижения затрат, в том числе:

- снижения материалоемкости производства;
- снижения энергоемкости производства;
- повышения технологического уровня производства;
- снижения производственных потерь;
- повышения производительности труда.

Все эти направления деятельности, если не полностью, то в значительной степени предполагают реализацию соответствующих инвестиционных программ.

В экономически развитых странах главной задачей управленческой стратегии, следовательно менеджмента, являются повышения капитализации фирмы. В российских условиях эту задачу решают только некоторые крупные фирмы, стремящиеся завоевать определенные позиции на мировом рынке, главным образом, с целью привлечения инвестиций. В этой ситуации инвестиционная стратегия фирмы становится ведущей среди функциональных стратегий [3].

Таким образом, при всех условиях инвестиционная стратегия направлена на реализацию стратегических целей и задач предприятия. Она органически связана с другими функциональными стратегиями, но если предприятие реализует стратегию развития и усиления своих конкурентных позиций на рынке, то инвестиционная стратегия занимает ведущее место среди функциональных стратегий.

Таким образом, при всех условиях инвестиционная стратегия направлена на реализацию стратегических целей и задач предприятия и органически связана с другими функциональными стратегиями. В то же время объективно оценивая состояние инвестиционной деятельности предприятий, следует отметить наличие существенных негативных явлений в инвестиционной сфере:

- острый дефицит инвестиционных ресурсов;
- низкая инвестиционная активность предприятия;

- низкая инвестиционная привлекательность российских предприятий;
- низкая эффективность инвестиционной деятельности многих предприятий.

Понятно, что все эти отрицательные характеристики состояния инвестиционной сферы взаимосвязаны и взаимообусловлены. В связи с этим усиление инвестиционной активности предприятий невозможно без повышения эффективности управления инвестиционными процессами как на макро-, так и на микроуровне. Банковская система далеко не всегда удовлетворяет потребности реального сектора экономики в кредитах как источниках инвестиционных ресурсов. Инвестиционные программы предприятий реализуются в основном за счет самофинансирования, собственных источников средств предприятия. Высокие темпы инфляции приводят к обесцениванию амортизационных отчислений, но они не обеспечивают даже простого воспроизводства основных фондов, не говоря уже о расширенном. При этом многие предприятия, кроме амортизации, не имеют других источников собственных инвестиционных ресурсов.

Для того чтобы не допустить распыления средств и обеспечить достижение нужных результатов с меньшими затратами, необходимо четко определить приоритеты стратегического развития предприятия. На основе диагностики состояния предприятия и определения приоритетных целей его функционирования устанавливаются задачи, решение которых требует инвестиций. Инвестиционные проекты призваны обеспечить решение поставленных задач при наиболее рациональном распределении и использовании ресурсов. При наличии альтернативных вариантов инвестиционных проектов критериями выбора должны быть не только показатели эффективности инвестиций и степень риска, но и достижение приоритетных целей предприятия в результате реализации проекта. Инвестиционным проектам, направленным на обеспечение устойчивого развития предприятия в длительной перспективе, должно быть отдано предпочтение по сравнению с проектами, обеспечивающими хотя бы более значительный, но единовременный эффект.

В этом, в частности, проявляется подчиненность инвестиционных решений стратегическим целям предприятий. Если базовой стратегией предприятия является стратегия развития, то важными направлениями инвестиционной деятельности обычно являются интеграция, модернизация производственного аппарата, диверсификация производства.

В многочисленных исследованиях инвестиционных проблем указывается, что инвестиционные стратегии и программы разрабатываются по принципу «сверху вниз», т.е. исходя из стратегических целей, устанавливаемых высшим руководством, но с учетом предложений «снизу», со стороны функциональных подразделений и служб, бизнес-центров, точнее и, возможно, глубже учитывающих реальное состояние, внутренние возможности и потребности фирмы⁵.

Используемые источники

1. Абрамов С.И. Управление инвестициями в основной капитал. М.: Экзамен, 2002.
2. Дармилова Ж.Д. Выбор инвестиционной стратегии функционирования предприятия в конкурентной среде//Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2012. № 1. С. 141–145.
3. Казакова Н.В., Березуев О.В. Методы стратегического менеджмента в управлении инвестиционной деятельностью предприятия// Вестник Саратовского государственного технического университета. 2007. Т. 1. № 2. С. 165–170.
4. Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия. М.: КНОРУС, 2006.
5. Рубина Р.Я., Мавриди К.П. Инвестиционная стратегия. Краснодар: Изд-во КубГТУ, 2005.

⁵ Абрамов С.И. Управление инвестициями в основной капитал. М.: Экзамен, 2002.

Дормидонтов А. В.

*аспирант,
Российская академия предпринимательства*

Формирование эффективной структуры привлечения и размещения временно свободных денежных средств клиентов банка — юридических лиц как путь совершенствования политики диверсификации банка

Вспомните игру в «испорченный телефон», в которую каждый играл еще в детском саду. Вы шептали на ухо друг другу одно и то же слово, но в конце игры выяснялось, что оно не имело ничего общего с тем, которое было названо первым.

Ключевые слова: средние дневные остатки на счетах, депозиты юридических лиц, временно свободные денежные средства, привлечение и размещение средств юридических лиц.

Formation of effective structure of attraction and placement of temporarily free money of clients of bank — legal entities as a way of improvement of policy of a diversification of bank

Remember the game of «broken telephone» in which everyone played back in kindergarten. You whisper in each other's ear the same word, but at the end of the game it became clear that it had nothing to do with the fact, which was called first.

Keywords: Average daily balances, corporate deposits, temporarily idle funds, recruiting and placement of corporate funds.

Введение

Ресурсы коммерческих банков складываются из собственных, привлеченных и имитированных средств. Собственные средства, резервный капитал и нераспределенная прибыль составляют около 10–15% ресурсов современного коммерческого акционерного банка. Основная их часть (85–90%) — привлеченные средства в форме депозитов. Под депозитами понимаются как срочные, так и бессрочные (счета до востребования) вклады клиентов банка. Средства вкладов до востребования предназначены в основном для текущих расчетов. Срочные вклады вносят, как правило, на длительные сроки, и банк может располагать этими вкладами, выдавая кредиты и получая за них проценты¹.

¹ «Финансы и кредит», Маркет ДС Корпорейшн, Нешитой А.С., 2007.

Традиционным и основным профильным видом доходов банка является процентная разница между привлеченными и размещенными денежными средствами.

Банки постоянно ищут новые пути привлечения временно свободных денежных средств как уже существующих, так и потенциальных клиентов, а так же поддержания и увеличения уровня своих комиссионных доходов.

Пришло время борьбы не за одного-двух клиентов, а за рынок, за массы, время не единичных сверх выгодных сделок, а методичной, ежедневной, кропотливой работы², это, безусловно, верное утверждение, но однозначно, в своей работе банк должен обращать внимание на все показатели клиента.

Обоснованность решений

Наиболее надежным ресурсом ликвидности, были и остаются, средства уже имеющиеся у кредитных организаций клиентов, что делает необходимым пересмотр всей философии ведения банковского дела³. Ключевым показателем средств имеющихся на счетах открытых в банке являются средние дневные остатки на счетах клиентов. В целях сохранения и увеличения остатков на счетах клиентов, банки применяют различные маркетинговые ходы, предложения по тарифам, перевод клиента на премиальное обслуживание.

Считаем необходимым обратить внимание на то, что срочные и бессрочные счета дают клиенту право истребования своих денежных средств в любое время, следовательно, не зависимо от того, на какие счета были привлечены средства клиентов банк не может вести свои расчеты по кредитованию, опираясь только на них.

Корпоративный блок определен нами как отдельный элемент клиентского сектора банка, так как он является структурой, способной сосуществовать не зависимо от других параллельных направлений банковского бизнеса, это значит, что все виды деятельности и средства, привлеченные по корпоративному направлению банка вполне могут покрыть потребности организаций — существующих и потенциальных клиентов банка в получении кредитов и соответственно банка в размещении средств, в отличие от розничного блока.

В части привлечения денежных средств счета юридических лиц достигают до 3/4 от объема пассивов в разрезе средств клиентов, не

² Кортава Р. Обхаживайте и лелейте клиентов // Национальный банковский журнал. 2008. № 3.

³ «Развитие инновационных технологий в Российском банковском секторе», Анкил, Гафурова Д. И., 2009.

являющихся кредитными организациями, большую часть этого объема занимают средства находящиеся на расчетных счетах клиентов, что подтверждается данными таблицы № 1.

Таблица 1

Процентное выражение «Средств клиентов, не являющихся кредитными организациями» относительно всех обязательств

Отчетный период	Наименование банка						
	Сбербанк России	ВТБ	Газпромбанк	Русский Стандарт	Банк Москвы	Альфа-Банк	Райффайзен-Банк
2010	89.20	56.69	80.26	85.97	75.13	77.05	67.41
2011	86.38	53.87	74.50	84.27	74.32	77.72	79.29

Расчет представленных показателей произведен при помощи математической пропорции на основании бухгалтерских балансов указанных банков.

При привлечении на обслуживание новых клиентов юридических лиц банк, как правило, руководствуется следующими показателями:

- Финансовые показатели такие как: прибыль, обороты по счетам, заинтересованность в дополнительных услугах и продуктах банка.
- Масштаб ведения бизнеса: банку необходимо понимать, всю структуру бизнеса предполагаемого клиента, для того, чтобы оценить свои возможности в полном покрытии потребностей последнего в банковских продуктах и услугах.
- Влияние потенциального клиента на статус банка. Данный параметр можно рассмотреть в двух ракурсах:

- 1) Статус клиента в представляемой им нише рынка. Некоторая часть клиентов интересна банку не столько по их финансовым показателям, сколько из-за положения и статуса занимаемого им на рынке. В данном случае банк больше интересуют не деньги переходящие на его счета, а возможности использовать данных клиентов в маркетинговых целях для привлечения новых клиентов, либо разработки кобрендинговых⁴ продуктов и программ лояльности;
- 2) Уровень «чистоты клиента». Каждого потенциального клиента банк проверяет через службу безопасности, в целях исключения возможности заключения договоров с «фирмами однодневками»⁵ и орга-

⁴ Кобрендинг (англ. sobranding, также используется и co-branding), дословный перевод — «объединение брендов».

⁵ Подробнее вопросы выявления «фирм однодневок» рассмотрены в статье «Специфика выявления фирм — «однодневок» на этапе открытия банковского счета», к.э.н. Крестовский И.А., «Управление в кредитной организации», 2012, № 1.

низациями, которые зарекомендовали себя как недобросовестные плательщики по кредиту, либо потенциальные банкроты.

Считаем необходимым, обратить внимание на то, что банки, привлекая новых клиентов, делают акцент только на параметры этого клиента, что на наш взгляд является недостаточным для анализа.

Эти рассуждения позволили нам разработать две схемы по работе с существующими и потенциальными клиентами (юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями) для оптимизации процессов расчетов, как для банка, так и для клиента.

Предложение № 1

В части привлечения новых клиентов на расчетно-кассовое обслуживание придерживаться политики анализа баз данных типа CRM⁶, СПАРК (Система профессионального анализа рынков и компаний)⁷, информации с открытым доступом из единого государственного реестра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, а так же направления расчетов клиента (проведенных платежных поручений) на предмет выявления значительной части цепи контрагентов занятых в продажах, работах и услугах, проводимых как в пользу клиента, так и в пользу его контрагентов в целях привлечения их на обслуживание.

В процессе проведения такого анализа необходимо обратить внимание на периодичность и сумму проведения платежей со счета и на счет существующего клиента. Рекомендованный нами минимальный порог для привлечения клиентов на обслуживание является показатель проведения не менее 5 платежей за один календарный месяц на общую сумму не менее 100 000 рублей проведенных между клиентом банка и его контрагентом.

При реализации данного предложения лицо, привлекаемое на обслуживание не обязательно информировать о целях привлечения на обслуживание, тем не менее, при хорошо выстроенных отношениях с уже действующими клиентами, возможно, использовать межличностные отношения между представителем банка и клиентом.

Данный тип привлечения позволит увеличить средние дневные остатки на счетах, так как все расчеты по цепи контрагентов будут проводиться в одном банке, не смотря на то, что деньги будут переводиться по распоряжению клиентов с одного счета на другой, они, тем не менее, будут оставаться под контролем банка, и кроме того могут быть использованы для выдачи кредитов и других видов деятельности.

⁶ Сокр. от client relations management – управление взаимодействием с клиентами (элемент стратегии маркетинга).

⁷ <http://www.spark-interfax.ru>

Предложение № 2

Проведение встреч типа «круглый стол» между уже существующими клиентами банка с целью того, чтобы клиенты могли найти контрагентов в интересующих их сегментах рынка среди клиентов банка, в котором они обслуживаются. Формирование групп клиентов для каждой встречи будет происходить на основании анализа, предложенного нами выше. Дополнительно можно использовать информацию, предоставленную клиентом при открытии счета (данные анкетирования клиентов), в анкетах помимо сбора информации, можно предложить клиенту участие в выше обозначенных встречах. Целевой группой для реализации данного предложения является сегмент малого бизнеса⁸.

Внедрение данного предложения позволит не только сохранить в распоряжении банка денежные средства после проведения порученных клиентом платежей, но и повысить свой рейтинг как клиента-ориентированного банка поставившего своей целью помощь клиентам в развитии их бизнеса.

Дополнительным стимулом к заключению договоров с контрагентами, предложенными банком, можно обозначить снижение либо отмену комиссии за проведение платежей в их пользу, а так же сделать акцент на значительном ускорении перечисления денежных средств.

Оба приведенных предложения, возможно, принять к реализации как по основным видам деятельности организаций (по которым проводится наибольшая часть платежей), так и по сопутствующим и хозяйственно-организационным вопросам.

При внедрении указанных предложений банк кроме увеличения средних дневных остатков на счетах клиентов, которые не будут выводиться из под контроля банка существенно снизит затраты на комиссионные платежи в Центральный банк за проведение платежных поручений.

Важно отметить тот момент, что непосредственной работой с уполномоченными представителями клиента, на наш взгляд, должен заниматься руководящий состав подразделения банка, а не клиентские менеджеры, так как данные предложения не являются рядовыми и требуют определенного индивидуального подхода к каждому клиенту.

Необходимо обратить внимание, на то, что возможен вариант привлечения на обслуживание не только существующих контрагентов

⁸ Законодательно закрепленное понятие «малого бизнеса» отсутствует. Подробнее вопросы классифицирования бизнеса и предпринимательства рассмотрены в статье к.э.н. Кретова С.И. «Методология и практика исследования социально-экономических явлений в свете теории сложных систем», НПФИ «Путеводитель предпринимателя», 2012, № 15.

действующего клиента, но и аналогичных организаций, не имеющих договорных отношений с действующим клиентом для последующего их участия во встречах и «круглых столах».

Так же эффективно на наш взгляд для организаций, заинтересовавшихся участием в представленной схеме расчетов, может быть возможность предоставления специальных предложений клиентам – физическим лицам при оплате товаров, работ или услуг безналичным путем по средствам эквайринга с использованием пластиковых карт эмитированных банком, в котором организация обслуживается, что так же позволит сохранить денежные средства в распоряжение банка после проведения поручений своих клиентов, а так же привлечь дополнительных клиентов организации, находящейся на обслуживании в банке⁹.

Данные предложения являются актуальными как для универсальных банков, так и для специализированных (отраслевых) банков.

Преимущества данного вида привлечения клиентов показаны на схемах № 1 и № 2¹⁰.

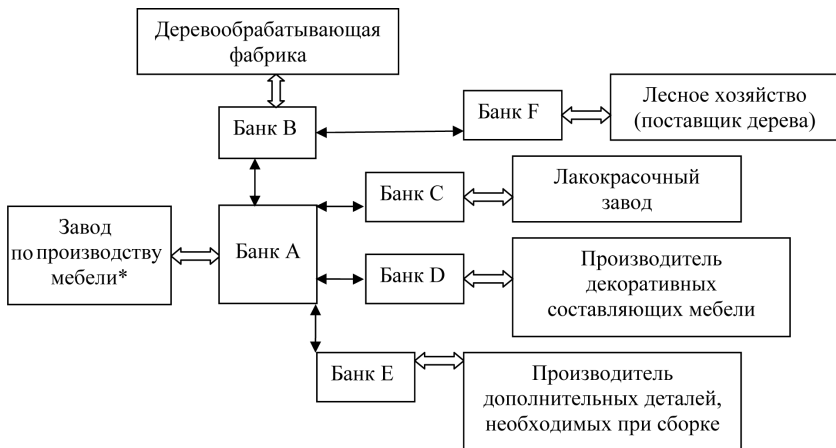


Схема №1. Перечисление денежных средств до внедрения предложений

Условные обозначения:

↔ операции списания и зачисления по счетам юридических лиц в банке

↔↔↔ перечисления по корреспондентским счетам между банками

⁹ Вопросы эквайринга рассмотрены автором статьи более подробно в сборнике научно-практической конференции «Проблемы сохранения экономического и экологического баланса в России во взаимодействии с тенденциями поступательного развития экономики», МГОУ, 21.12.2011.

¹⁰ Представленные схемы № 1 и № 2 являются авторской разработкой.

* существующий клиент «Банка А», через который он проводит расчеты с контрагентами

Примечание. Для привлечения на обслуживание «Лесного хозяйства» не являющегося контрагентом существующего клиента банка «Завода по производству мебели» необходимо использование инсайдерской информации. Привлечение клиентов второго уровня не является обязательным условием внедрения.

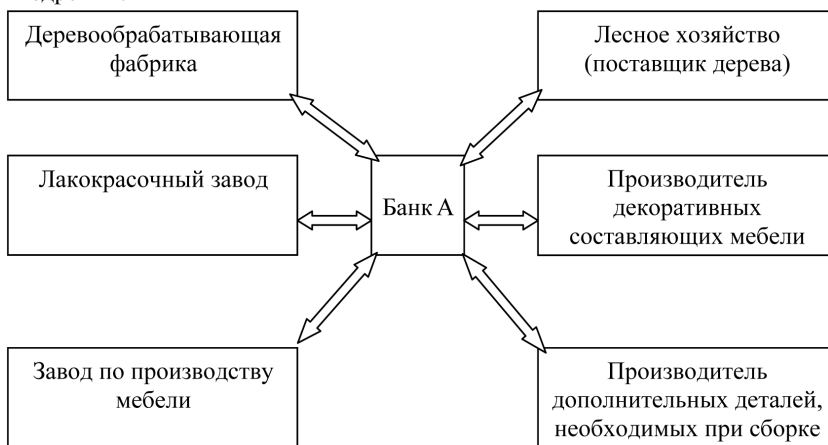


Схема № 2. Перечисление денежных средств после внедрения предложений

Условные обозначения:

↔ операции списания и зачисления по счетам юридических лиц в банке

Примечание. Данная схема расчетов исключает участие банков корреспондентов, расчеты проводятся внутри одного банка.

Таким образом, мы можем сделать следующие выводы по исследуемой теме. Внедрение указанных предложений позволит достичь следующих результатов:

- 1) Снижение затрат банка на проведение корреспондентских расчетов.
- 2) Повышение рейтинга банка на рынке по показателям клиента-ориентированности.
- 3) После проведения платежей денежные средства по-прежнему остаются в банке, что позволяет продолжить ему работу с этими суммами для извлечения прибыли.
- 4) Ускорение расчетов между клиентами.
- 5) При обращении по вопросам кредитования одной из организаций, участвующей в предложенных схемах расчета банк быстрее обрабатывает заявку, так как имеет достаточно полную и подробную информацию по партнерам обратившегося клиента.

Заключение

Исследование, результаты которого изложены нами в настоящей статье, несут в себе реальную новизну, на наш взгляд позволяющую банкам выйти на новый качественный уровень отношений с клиентами, а так же разработок за счет использования коммерческих (негосударственных) средств в сфере экономического развития. Кроме того, в современных условиях отсутствует наука, которую можно было бы назвать «экономическая практика», так как не существует уникального знания, применив которое возможно принять единственно верное и правильное решение. В отличие от математики, которая в большинстве случаев предлагает несколько вариантов развития, по прохождению которых будет достигнут желаемый результат, который необходимо достичь, экономика предполагает только один. В то же время применение математических методов в экономике не является гарантом получения желаемого результата, так как наибольшее число показателей имеет практически неограниченный диапазон колебаний, и кардинальное изменение даже одного из них в будущем периоде может привести к совершенно не предсказуемым результатам.

С опубликованием в 1936 году знаменитой книги Джона Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег» начинается кейнсианская революция в экономической теории, поворотный пункт в экономической науке XX века.

Новаторство экономического учения Джона Кейнса проявилось в анализе рынка и всей экономики, как единого целого организма, где все взаимосвязано, где действует система взаимообусловленных совокупных показателей национального дохода, потребления, сбережений, инвестиций. Тем самым, ключевые позиции, обозначенные нами в данной статье, были заложены более 50 лет назад, и до сих пор остаются основными при изучении экономических явлений.

Основной проблемой, освещенной в настоящей статье можно обозначить не привлечение временно свободных денежных средств, и их размещение, а отказ руководства кредитных организаций от изучения основ закономерностей такого привлечения на основе анализа прошлого опыта и теоретической базы.

Изучение основ науки, на которой базируется любая предпринимательская деятельность, банковский бизнес является выходом за рамки обыденного восприятия осуществления деятельности, выбору наиболее верных решений принимаемых при построение политики ¹¹.

¹¹ «политика есть самое концентрированное выражение экономики...» Ленин В. И., Полное собрание соч., 5-е изд., т. 42, С. 278.

Дорохина Е. Ю.

*доктор экономических наук, профессор,
Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова*

Огольцов К. Ю.

*аспирант,
Академия МНЭПУ*

О возможных стратегиях устойчивого развития и промышленной экологии

В статье рассматриваются стратегии экономичности, эффективности и состоятельности, обеспечивающие устойчивое развитие. Обосновывается необходимость применения комплексной стратегии.

Ключевые слова: устойчивое развитие, промышленная экология, промышленный метаболизм.

About possible strategy of sustainable development and industrial ecology

Strategy of sufficiency, efficiency and consistency providing a sustainable development are considered. Necessity of application of complex strategy is proved.

Keywords: sustainable development, industrial ecology, industrial metabolism.

В начале 90-х годов в англо-американском языковом пространстве появилось понятие «промышленная экология» («industrial ecology»), за которым скрываются два основных течения, развивающих концепцию устойчивых способов производства. Промышленная экология пытается посредством описательных методов найти такой естественнонаучный подход к материальным и энергетическим потокам промышленного производства (промышленному метаболизму), который рассматривает желаемое промышленное производство с позиций устойчивого развития и формирует сценарии устойчивых производственных систем [1]. При этом учитывается также перспектива производства устойчивых продуктов и услуг.

Для реализации концепции устойчивого развития предлагается ряд различных стратегий, в основе которых лежат конкретные инновации в технологиях, поведении и общественных институтах.

Стратегия экономности, бережливости, достаточности (суффициенции) касается поведения потребителей и выражается в образе жизни. В соответствии с принципом, «чем меньше, тем лучше» абсолютное потребление товаров и услуг должно постепенно снижаться из-за того, что нынешнее их потребление не только порождает экологические проблемы, но и угрожает национальной безопасности [2]. Потребность в более простом и менее «потребительском» образе жизни (так неохотно признаваемая владельцами ресурсов и некоторыми учеными-экономистами) обусловлена не только этическими нормами, но и проблемами поддержания уровня потребления, сложившегося в индустриальном обществе. Вытекающая отсюда избыточная эксплуатация источников ресурсов и предприятий по утилизации отходов должна элиминироваться не только путем повышения эффективности их использования, но и путем изменения уровня потребления в развитых странах. Пересмотр образа жизни, безусловно, очень важен, но до сих пор он был связан в основном с совершенствованием производственных процессов.

Следует подчеркнуть, что концентрация на эффективности и реализуемости промышленного метаболизма отнюдь не означает снижения значимости стратегии экономичности [8]. Совсем наоборот. Только единый учет всех возможных стратегий может привести к достижению цели. Ни в коем случае не должно сложиться впечатление, что по технологии можно судить обо всех общественных процессах. Но технология и, прежде всего, эффективность использования природных ресурсов неразрывно связана с дальнейшим развитием человеческого общества, и именно она порождает экологический кризис за счет высвобождения нежелательных веществ.

Промышленная экология в четырехугольнике устойчивого развития располагается по центру: между рыночным либерализмом и индифферентностью, между техническим и экологическим развитием [3]. Экономность при этом является необходимым компонентом, который обеспечивает пространство для маневра при росте численности населения. Можно заметить, что поведение людей в промышленно развитых странах (и как поставщиков рабочей силы, и как потребителей) имеет поисковый характер. Это — поиск путей карьерного роста, увеличения зарплаты, большего потребления и т.д. Этому подчиняются все другие жизненные установки, т. е. поисковое поведение в промышленно развитых странах рекурсивно усиливается за счет положительных обратных связей. Негативные побочные эффекты игнорируются. Воспринимаются только шансы, и считается, что поисковое

поведение вполне может быть устойчивым, не вызывая когнитивного диссонанса. А то, что требуется изменение сознания (по крайней мере, частичное), направленное на отказ от сиюминутной наживы, обсуждается только в кулуарах. Без распространения информации о невозможности сохранения существующего образа жизни (при любом повышении эффективности) невозможны устойчивое развитие и промышленная экология. Промышленная экология включает, в частности, этику и ответственность за потребление продуктов.

Стратегия эффективности подразумевает оптимальное использование ассортимента и объема природных ресурсов для удовлетворения общественных потребностей. Для предприятий это означает, что на протяжении всего жизненного цикла продуктов или услуг нужно заботиться о минимизации задействованных сырья и энергии на единицу сервиса. Применяемый в последние десятилетия подход направлен на повышение производительности труда и других показателей эффективности. Однако одного повышения эффективности недостаточно. Если экономика будет расти с теми же темпами, с которыми растет эффективность, то этот прогресс нивелируется. Это может происходить из-за модификации спроса на основе более благоприятных цен; дополнительного потребления других услуг; снижения рыночных цен, вторичных эффектов в результате снижения затрат; совершенно новых эталонов потребления. Этот эффект известен как парадокс Джевонса (Jevons) или «обратный эффект» [7]. Нежелательные побочные эффекты могут устраняться с помощью мер, направленных на повышение эффективности использования энергии.

Революция эффективности имеет признанное значение для достижения устойчивого развития. Некоторые технологические решения позволяют ничего не менять в имеющихся структурах и привычках. Однако любые меры должны обеспечивать целостный подход. В промышленности имеются вполне успешные примеры, в которых эффективность продукта, услуги, функции, производственного процесса значительно повышается. Но эффективность при этом не распространяется на весь образ жизни, который охватывает поведение потребителей. Промышленная экология только тогда обеспечивает устойчивость, когда она ориентируется на весь жизненный цикл продукта.

Стратегия состоятельности, реализуемости (консистенции), с точки зрения экологии, означает непротиворечивость природе сырьевых и энергетических потоков. Это относится как к качественным, так и к количественным аспектам. Стратегия учитывает необходимую адаптацию процессов производства и потребления к природным процес-

сам, последние изучает наука «экология». В центре дискуссии о состоятельности находится, прежде всего, качественное воплощение (соответственно и преобразование) материальных и энергетических потоков. Структура технических инноваций должна быть такова, чтобы возникало как можно меньше конфликтов с экологической системой. Необходимы базовые инновации, обеспечивающий устойчивый промышленный метаболизм. Эта концепция является родственной по отношению к промышленной экологии, поскольку преследует ту же цель: устойчиво интегрировать промышленный метаболизм в природную систему. Необходимо «учиться у природы», использовать природные образцы для формирования техносферы и соответствующего метаболизма.

Сопrotивляемость, адаптируемость, трансформируемость

Взятое из экологии понятие сопротивляемости (resiliency) применяется при моделировании устойчивого развития и является важнейшим свойством промышленной экологии. Сопrotивляемость – мера того, насколько сложная, живая система (находящаяся вне термодинамического равновесия) может быть отклонена от аттрактора, не будучи дестабилизирована и не превращаясь в новую систему [4].

Сопrotивляемость должна рассматриваться в непосредственной связи со стабильностью системы и ее способностью к реагированию. Сопrotивляемость меняет представление о стабильности, последняя должна быть заново определена в концепции сопротивляемости.

Само понятие «сопrotивляемость», как и многие другие понятия, связанные с устойчивым развитием, является весьма размытым и дает широкий простор для интерпретации. Тем не менее, предпринимаются попытки учитывать это свойство при моделировании, доказывать его значение для устойчивого развития [6]. Вообще говоря, сопротивляемость является способностью системы адекватно (в смысле собственного содержания) реагировать на изменения как внешних, так и внутренних условий; реагировать, реорганизовываясь, адаптируясь, но сохраняя собственную идентичность. Воздействия на систему поглощаются в результате того, что она реорганизуется на разных уровнях, но при этом сохраняет свои фундаментальные структуры, функции, обратные связи и, следовательно, свою идентичность. Согласно теории систем, это соответствует переустановке структурных связей между системой и окружающей средой. Структуру и свойства системы, отражаемые понятием «комплексность», необходимо проверить на их сопротивляемость, для того чтобы система могла функционировать в долгосрочной перспективе и развиваться вместе с окружающей средой. Перенесение понятия «сопrotивляемость» из естествознания

на социальные отношения требует учета важного отличия между природными и социальными системами: человечество (в идеальном случае) имеет представление о будущем, сознательно его планирует на базе своих знаний. Способность к предвосхищающему (антиципаторному) и адаптивному поведению, превентивное реагирование на еще не наступившие события, все это выходит за рамки адаптивных возможностей природной системы. Таким образом, свойство сопротивляемости весьма сложно определить для социально-экологических систем, потому что это свойство включает очень сильный психологический компонент. Сопротивляемость обуславливает этическую ответственность человека как создателя социально-экологических связей. Сопротивляемость необходима социально-экономической системе в условиях экологического кризиса, который порождает экономическая система в результате превышения границ экологической устойчивости. При достаточной способности к адаптации сама социально-экономическая система в комплексном взаимодействии «человек — окружающая среда» может управлять сопротивляемостью настолько, чтобы поддерживать работоспособность и идентичность совокупной системы. Решающим в социально-экологических системах является то, насколько высоки значения показателей, на которые система не способна адаптивно реагировать, насколько мы близки к этим значениям, насколько резистентно система реагирует на изменения, и на какой уровень системы оказывается воздействие. От этого, в конечном итоге, зависит вид и возможность соответствующей реакции. Сопротивляемость, таким образом, требует обратных связей в комплексе системных отношений. Для поддержания экономической деятельности требуются знания о чувствительности к «вмешательствам», несущим угрозу стабильности природно-экономической системы. Имеются различные виды взаимосвязанных реакций. От этих реакций зависят сопротивляемость и структурное единство системы. В случае промышленной экологии рассматривается способность реагировать и креативность при генерировании стратегий преобразований. Различают три формы стабильности: робастность в форме стабильных колебаний около исходных значений (коридорная сопротивляемость); способность к восстановлению после экзогенных воздействий (шоковая сопротивляемость); состояние реактивной способности системы (структурная сопротивляемость).

Эти формы корреспондируют с изменениями комплексности системы (меняются формы связи отдельных элементов, и растет изменчивость самих элементов).

Таким образом, любое изменение в системе по-разному влияет на различные формы сопротивляемости. Это требует высокой креативности участников и общественных институтов относительно системных связей, использования наиболее устойчивых комбинаций и форм сопротивляемости, а также комплексности. Успешный переход к промышленной экологии стал бы выражением социально-экономической адаптации для поддержания социально-экологической сопротивляемости, которая проявилась бы в микро-, мезо- и макроэкономической реструктуризации промышленной производственной системы. При этом качественно меняется организация производственных процессов. В идеальном случае будет осуществляться адаптивный цикл, который пройдет без революционных потрясений. Он будет определяться «потенциалом природного капитала» и «степенью связанности отдельных элементов системы». Система в целом работает устойчиво, если не превышает диапазон стабильности ни для одной из переменных. Его превышение приводит к возникновению новой системы, как правило, в виде коллапса (бифуркации).

Взаимодействие стратегий экономности, эффективности и состоятельности

Для реализации промышленной экологии необходимо взаимодействие вышеназванных стратегий. Хубер называет сочетание экологической эффективности и состоятельности «метаболической интеграцией в природе», которая непосредственно ведет к промышленной экологии [5]. Промышленная экология ориентируется на принципы устойчивого развития, которые, в свою очередь, не осуществимы без реализации концепции устойчивого способа производства.

Состоятельность и эффективность распространяются настолько, насколько простираются известные (реализуемые) материальные потоки, подразумевающие эффективное использование ресурсов. Тем не менее, два понятия могут конфликтовать. Стратегия эффективности может выдвигать некоторые требования, которые противоречат требованиям состоятельности потоков, и наоборот. Реализуемый вещественный поток (лучшим примером здесь является CO_2) при превышении границ устойчивости влечет за собой негативные последствия (в случае CO_2 : антропогенные изменения климата и закисание мирового океана).

Стратегия состоятельности из-за инноваций, необходимых для полного возобновления используемых в производственных процессах материалов, может требовать крупных инвестиций в НИОКР. Повышение эффективности, напротив, может достигаться путем модификации известных технологий. При этом может быть достаточно имею-

щихся капитала и специальных знаний. Консервативные стратегии устойчивого развития с высокой вероятности предпочитают эффективность состоятельности. С экономической точки зрения, такой подход кажется вполне рациональным, поскольку используются и приносят прибыль уже осуществленные инвестиции.

Стратегия состоятельности приобретает особое значение в рамках перехода к устойчивому развитию в связи с учетом вещественных потоков. Если применить к экономике экологические принципы, то стратегия состоятельности себя отнюдь не исчерпала. Она будет доминировать и потребует технологических, социальных и институциональных инноваций. Последствия инноваций непосредственно связаны с управлением устойчивостью. Так как диссипации веществ в процессах производства и потребления невозможно исключить, то необходимо гарантировать нейтрализацию поступающих веществ, включая их биоразложение или дальнейшее применение. Вещества, не удовлетворяющие данному требованию, должны находиться в контролируемых и закрытых экономических циркуляциях.

Для совмещения всех составляющих устойчивого развития нужно использовать в равной мере три стратегии. Экономность и эффективность в совокупности обеспечивают в лучшем случае «справедливость». Состоятельность добавляет именно экологическую составляющую будущего. Визуальное представление «гиперпространства» стратегий дано на рис. 1.

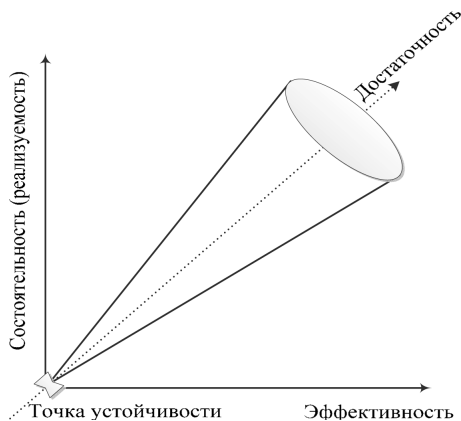


Рис. 1. Конус развития стратегий устойчивости

Направление развития характеризуется максимальным удалением от минимального уровня устойчивости (на пересечении осей). Если

установить количественные величины, которые описывают это пространство, то можно узнать нынешнее местоположение. Поскольку ни одна из составляющих не должна ущемляться, то для устойчивого развития остается только часть пространства. Речь идет о конусе, вершина которого находится в точке устойчивости, а оси вращения описывают цикличность системы координат. Устойчивый путь должен находиться в пределах этого конуса. Каждая точка внутри конуса считается «устойчивой», если все заинтересованные стороны договорились считать поверхность конуса границей устойчивости.

Чем дальше мы находимся в пределах конуса от начальной точки, тем больше будет пространство для маневра в направлении устойчивости. Таким образом, нельзя постоянно использовать единственную стратегию, потому что мы можем покинуть конус устойчивого развития. Комплекс стратегий позволяет в равной степени удовлетворить коллективные и индивидуальные цели всех заинтересованных сторон.

В литературе различают сильную и слабую устойчивость. Это связано с существующей (техничко-экономической и технологической) нереализуемостью устойчивого развития. Насколько важны различия? Могут ли потери природного капитала быть замещены накопленным искусственным капиталом (что собственно является предпосылкой слабой устойчивости)? Как выразить искусственный капитал в единицах природного и наоборот? Как обращаться с неоценимыми показателями в сомнительных случаях?

Сильная и слабая устойчивость

Безусловно, сильная устойчивость является существенно более строгой концепцией. Но что делать, если технические решения дают существенно большее повышение эффективности, чем природные? Например, энергия, аккумулированная солнечной батареей, может быть сопоставима со средней биологической продуктивностью (в форме заключенной в углероде). Как оценить полезность сельскохозяйственной площади, используемой для получения биоэнергии? Требуются соответствующие исследования для создания применимого на практике подхода. В каждом конкретном случае должно решаться, какая часть природного капитала должна заменяться искусственным. Безусловно, полная замена невозможна, так как не может быть технологически заменен человек как часть природы и как носитель культуры. Имеются и ресурсы, которые не могут быть заменены искусственным капиталом.

Двойственный подход называется «критической», «разумной» или «гибкой» устойчивостью. Он исходит из диалектики, ориентированной на реализуемость.

Используемые источники

1. Дорохина Е.Ю., Огольцов К.Ю. Промышленная экология: последовательный переход к реализации// Материалы VIII международной научно-практической конференции «Научный потенциал мира – 2012» 17–25 сентября 2012 г. Том 14. Биология. Химия и химические технологии. Экология. София «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2012. С. 61–63.
2. Харченко С. Г., Дорохина Е.Ю. Анализ рисков окружающей среды/ / Вопросы анализа риска. 2009. № 1–2 (15–16). С. 92–105.
3. Brand K.-W. «Zukunftsfähiges Deutschland» machte Nachhaltigkeit populär Aus: BUND/Misereor (Hrsg. 2002): Wegweiser für ein zukunftsfähiges Deutschland München 2002. S. 81–86.
4. Ehrenfeld J.R. Can Industrial Ecology be the «Science of Sustainability»? In: Journal of Industrial Ecology, 8. Jg. (2004), H. 1–2, S. 1–3.
5. Huber J. Industrielle Ökologie – Konsistenz, Effizienz und Suffizienz in zyklusanalytischer Betrachtung. Vortragsskript der «Global Change» VDW-Jahrestagung, Berlin, 28–29. Oktober 1999. – Berlin, 1999.
6. Janssen M.A., Scheffer M. Overexploitation of Renewable Resources by Ancient Societies and the Role of Sunk-Cost Effects www.ecologyandsociety.org/vol9/iss1/art6.print.pdf. In: Ecology and Society, 9. Jg. (2004), H. 1/6. S. 1–14.
7. Korhonen J. Theory of industrial ecology: The case of the concept of diversity In: Progress in Industrial Ecology, 2. Jg. (2005), H. 1, S. 35–72.
8. Zahrnt A. Kurzatmig zur Langfriststrategie Aus: BUND/Misereor (Hrsg. 2002): Wegweiser für ein zukunftsfähiges Deutschland. München, 2002. S. 150–162.

Жакипбеков Д. С.

*кандидат экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой «Учет и аудит»,
Южно-Казахстанский университет им. М. О. Ауезова*

Налоговый менеджмент как функция комплексного управления учетно-налоговыми отношениями компании

В данной статье рассмотрены теоретические вопросы сущности корпоративного налогового менеджмента, представлена последовательность осуществления деятельности корпоративного налогового менеджмента в период жизненного цикла компании, а также структура управления компанией с учетом корпоративного налогового менеджмента.

Ключевые слова: налоговый менеджмент, корпоративный налоговый менеджмент, налогообложение, налоговый учет, налоговая учетная политика, налоговое планирование, эффективное управление налогами, налоговый контроль, налоговый аудит, налоговый анализ.

Tax management as function of integrated management by the registration and tax relations of the company

In given article theoretical questions of essence of corporate tax management are considered, the sequence of realization of activity of corporate tax management in life cycle of the company is represented as well as the structure of management of the company taking into account corporate tax management is presented.

Keywords: Tax management, corporate tax management, the taxation, the tax account, the tax registration policy, tax planning, efficient control taxes, tax control, tax audit, the tax analysis.

Прежде чем перейти к корпоративному налоговому менеджменту, необходимо определить суть и значение самого понятия «налоговый менеджмент». Так, в словаре экономических терминов «налоговый менеджмент» определяется как набор мер и выбор способа бухгалтерского учета, направленного на законное снижение налогового бремени предприятия ¹.

¹ Служба тематических толковых словарей www.glossary.ru

По мнению Н.Н. Галеевой, в настоящее время возрастает значение налогового менеджмента как фактора экономического роста хозяйствующих субъектов, что обусловлено, прежде всего, следующими причинами:

- экономическая нестабильность и часто вносимые поправки в налоговое законодательство делают более конкурентоспособными те организации, которые оперативно реагируют на вносимые изменения, а сделать это могут, как правило, только хозяйствующие субъекты, занимающиеся многовариантными расчетами налоговой оптимизации;
- налоговая экономия является резервом для увеличения чистой прибыли фирмы и позволяет осуществлять модернизацию, техническое перевооружение, закупку нового оборудования, то есть служит источником финансирования инвестиционных долгосрочных программ и создает основу для финансовой значимости хозяйствующего субъекта;
- максимизация чистой прибыли создает условия для роста дивидендных выплат и соответственно стоимости акции и роста капитализации (цены) фирмы.

Отсутствие налогового менеджмента ставит хозяйствующие субъекты в такое положение, когда они: недостаточно полно понимают возможности развития бизнеса в более благоприятных условиях; оказываются в более слабой позиции по сравнению с другими участниками рыночной деятельности; не обеспечивают должной системности в своем развитии; могут допускать существенные ошибки в стратегическом развитии и реализации своей миссии. Применение же налогового менеджмента в организациях создает следующие важные преимущества для бизнеса: прояснение возникающих проблем, возможность анализа и использования будущих благоприятных условий, подготовку организации к изменениям во внешней среде, стимулирование участников налогового менеджмента к реализации своих решений в дальнейшей работе, создание предпосылок для повышения образовательной подготовки менеджеров; обеспечение более рационального распределения и использования различных видов ресурсов хозяйствующего субъекта, повышение финансовой устойчивости и значимости организации. Недостаточная теоретическая проработка и отсутствие четкой системы налогового менеджмента на практике, позволяющей всесторонне моделировать эффективные предпринимательские решения с учетом налогового фактора, свидетельствуют о незадействованности всех возможных резервов для оптимизации налогообложения с целью увеличения

эффективности финансово-хозяйственной деятельности. Именно поэтому в современных условиях так важно всестороннее изучение теоретических и практических аспектов налогового менеджмента, прежде всего в системе управления финансами хозяйствующих субъектов².

По мнению Л. В. Дуканич, управление налогообложением (корпоративный налоговый менеджмент) как вид специфической деятельности на уровне хозяйствующего субъекта (организации, индивидуального предпринимателя) возникло первоначально в хозяйственной среде, и лишь впоследствии появились попытки его теоретического обобщения и развития в качестве научно-практического направления. В своей работе Л. В. Дуканич объясняет налоговый менеджмент через его функции. Так, он считает, что налоговый менеджмент выполняет специфическую функцию в системе управления хозяйствующего субъекта и является, в силу этого, одним из важнейших элементов внутрифирменного (корпоративного) менеджмента. На уровне организации налоговый менеджмент реально представлен двумя основными функциями: корпоративным налоговым планированием и корпоративным налоговым контролем. Под корпоративным налоговым планированием понимается совокупность действий и процедур, связанных с предварительной оценкой решений в области финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика. Корпоративный налоговый контроль — это систематическая конструктивная деятельность налогового менеджера и специальной группы работников организации под его руководством, направленная на организацию надежного налогового учета на предприятии, контроль над правильностью расчетов налогов, а также превентивное (до проверки налоговых органов) выявление и устранение ошибок³.

Разработка финансовой политики организации предполагает взаимосвязь финансовой, налоговой учетной политики, оптимизацию налоговых платежей и формирования финансовых результатов. К основным направлениям финансовой политики относятся:

- анализ финансово-экономического состояния организации;
- разработка налоговой политики;
- выработка кредитной политики организации;
- управление оборотными средствами, кредиторской и дебиторской задолженностью;

² Галеева Н.Н., Совершенствование использования инструментария налогового менеджмента в управлении финансовыми потоками организации: дис...кан.эконом. наук: 08.00.10: защищена. Москва, 2007.

³ Дуканич Л.В. Налоги и налоговый менеджмент в России. Ростов н/Д: Феникс, 2008.

- управление издержками, включая налоговые издержки;
- выбор дивидендной политики.

Важнейшим направлением совершенствования финансовой политики организации является внедрение эффективной системы управления налоговыми расходами⁴. Это связано с тем, что на практике налоги оказывают существенное влияние на принятие управленческих решений, начиная с того, какую компанию создать и каким бизнесом заниматься до капитального инвестирования на многолетний период. Серьезные решения никогда не принимаются без учета влияния налогов и управления ими. Таким образом, становится очевидной необходимость внедрения механизма управления налоговыми расходами, способного уменьшить негативные последствия высокой налоговой нагрузки организации. Во внедрении такой системы нуждаются самые различные группы организаций, среди них можно выделить следующие основные:

- крупные корпоративные структуры (холдинги, финансово-промышленные группы), имеющие разветвленную сеть дочерних и зависимых компаний, где возникает круг дополнительных задач, связанных с оптимизацией, которые традиционно занимаются разработкой и внедрением гармонизированного налогового менеджмента;
- вновь возникшие частные компании, для которых необходимо определить будущее направление своей деятельности, спланировать и оценить свои будущие доходы и расходы, существенное влияние на которые оказывают налоги;
- приватизированные предприятия, имеющие традиционные функции планирования и нуждающиеся в пересмотре устаревших подходов и внедрению новых систем управления финансами, затратами и налогами, в частности;
- малые предприятия, применяющие различные системы налогообложения как традиционную, так и упрощенную.

Г. И. Хотинская считает, что налоговый менеджмент выполняет специфическую функцию в системе управления хозяйствующего субъекта, и является, в силу этого, одной из подсистем внутрифирменного (корпоративного) менеджмента. Его характеризуют как управление налогами предприятий-налогоплательщиков, регулирующее их финансовые взаимоотношения с государством в процессе перераспре-

⁴ Шерешевская А.Н., Совершенствование налогового менеджмента в России: дис... кан. эконом.наук: 08.00.10: защищена. Москва, 2006.

деления доходов хозяйствующих субъектов и формирования доходов бюджета. Налоговый менеджмент — управление всей работой, связанной с исчислением и уплатой налоговых обязательств на уровне предприятия как плательщика налогов и сборов, то есть управление налоговой политикой предприятия ⁵.

Налоговый менеджмент представляет собой некий непрерывный управленческий процесс, направленный на построение системы, обеспечивающей наиболее оптимальное налоговое бремя в сочетании с реализацией общих задач организации, — определяет А. Н. Шерешевская ⁶. А. П. Зрелов определяет налоговый менеджмент как систему управления налоговыми обязательствами и выплатами налогоплательщика, а также ресурсами, составляющими его налогооблагаемую базу; деятельность налогоплательщика, направленную на повышение эффективности его взаимодействия с государственным механизмом налогообложения ⁷.

В.В. Муравьев под налоговым менеджментом понимает интеграционный процесс, заключающийся в упорядочении хозяйственной деятельности в соответствии с действующим налоговым законодательством и стратегией развития предприятия ⁸. Н. Н. Галеевой налоговый менеджмент рассматривается как процесс выработки управляющих воздействий на налоговую составляющую финансовых ресурсов организации на каждом этапе ее развития, целью которого является обеспечение максимизации благосостояния собственников организаций в текущем и перспективном периоде. Налоговый менеджмент, по мнению Д. Ю. Мельника, — это управление налоговыми платежами с целью их оптимизации ⁹. М.В. Карп говорит о налоговом менеджменте как о процессе управления путем использования методов воздействия налогового механизма на налоговую систему в целях реализации налоговой политики ¹⁰. И. Н. Богатая подразумевает под налоговым менеджментом налоговое планирование, являющееся важнейшей составляющей финансового менеджмента ¹¹.

⁵ Хотинская Г.И. Налоговый менеджмент и его эффективность // Финансовый менеджмент № 2, 2002.

⁶ Шерешевская А.Н., Совершенствование налогового менеджмента в России: дис... кан.эконом.наук: 08.00.10: защищена. Москва, 2006.

⁷ Зрелов А.П. Современные возможности налогового планирования // Налоговое планирование №2, 2003.

⁸ Муравьев В.В. Организация налогового менеджмента на предприятии // Аудит и финансовый анализ. 2001. № 2.

⁹ Мельник Д.Ю. Налоговый менеджмент. М.: Финансы и статистика, 2000.

¹⁰ Карп М.В. Налоговый менеджмент: Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

¹¹ Богатая И.Н., Королева Н.Ю., Кузнецова Л.Н. Как минимизировать ваши налоги. Ростов н/Д: Феникс, 2001.

Вышеназванные определения существующих понятий налогового менеджмента позволяют говорить о том, что в экономической литературе по вопросам налогового менеджмента на уровне организаций отсутствует единое мнение в определении налогового менеджмента, зачастую каждый автор под налоговым менеджментом понимает либо его функции, либо его задачи.

Практическое применение оптимизации (минимизации) налогов, управление налоговыми отношениями, а фактически, их комплекс и составлял корпоративный налоговый менеджмент, который возник в период начала создания корпоративных предприятий. Однако развитие теоретико-практического обоснования корпоративного налогового менеджмента в Казахстане имел лишь эпизодический характер, рассматривая и обосновывая отдельные функции либо части корпоративного налогового менеджмента, таких как организация налогового учета, формирование налоговой учетной политики в целях налогообложения, налоговое планирование, эффективное управление налогами, налоговый контроль, налоговый аудит, налоговый анализ и т.д. По нашему мнению, рассматривая корпоративный налоговый менеджмент, необходимо применять комплексный подход к рассмотрению сложной системы корпоративного налогового менеджмента.

Корпоративный налоговый менеджмент — это управление налоговыми отношениями, возникающими у налогоплательщиков. В данном контексте, налоговые отношения рассматриваются, как комплекс ситуаций, имеющих место на предприятии при осуществлении экономической деятельности. В свою очередь, экономическая деятельность предприятия осуществляется в период жизнедеятельности компании, которая состоит из определенных стадий. Таким образом, нами представлена последовательность осуществления деятельности корпоративного налогового менеджмента в период жизнедеятельности компании:

Шаг 1: Создание компании — определяется цель финансовой деятельности (при знании вида деятельности и расположения корпорации), на этой стадии корпоративным налоговым менеджментом определяются виды налогов, и планируется налоговая нагрузка в зависимости от тактического и стратегического плана производства. На этой стадии важно отметить необходимость правильности постановки корпорации на учет в местном налоговом органе (определение юрисдикции), выбора налогового режима, постановки на учет по налогу на добавленную стоимость, постановки на учет нерезидентов в соответствующие структуры, полном и правильном принятии на налоговый учет всех объектов налогообложения.

Шаг 2: Ведение деятельности компании — на этой стадии корпоративным налоговым менеджментом должны быть полностью запланированы расходы по налогам, предусмотренным в будущем, организован правильный налоговый учет объектов налогообложения, достоверная и своевременная сдача налоговой отчетности в налоговые органы, своевременная уплата налогов, постоянный контроль за налоговым учетом и отчетностями, проведение внутреннего налогового аудита, а также постановка налогового администрирования (путем создания должности налогового юриста).

Шаг 3: Расширение компании — при расширении корпорации, корпоративным налоговым менеджментом изучаются варианты по месту создания филиала, по использованию налогового режима филиалом, возможности получения налоговых льгот. На этой стадии корпоративным налоговым менеджментом осуществляется выбор наиболее минимальных налоговых расходов с максимальным получением доходов. Однако нельзя забывать о том, что снижение определенных налогов ведет к увеличению других налогов.

Шаг 4: Продажа (покупка) филиала, части компании — налоговым менеджером должны быть рассчитаны все налоги при продаже филиала либо части самой корпорации для точного определения цены компании и дохода, получаемого по завершении сделки реализации. При покупке компании, налоговый менеджер должен будет получить сведения от налоговых органов о задолженности филиала (корпорации) по налогам, которые должны будут выплачиваться будущими владельцами, а также им будут рассчитываться будущие расходы по налогам, являющиеся неотъемлемой частью определения эффективности приобретения.

Шаг 5: Ликвидация компании (банкротство) — практика показывает, что легче открыть предприятие, чем закрыть его, поскольку государством инициируются проверки по всем пунктам его деятельности, а налоги являются основным показателем. На этой стадии корпоративным налоговым менеджментом должен быть четко организован план действий по ликвидации корпорации в порядке, установленном законодательством РК. На этой стадии для эффективного достижения цели должны быть задействованы налоговые менеджеры, налоговые аудиторы, налоговый юрист, налоговый адвокат корпорации.

Выше нами представлялись должностные лица в лице налоговых менеджеров, налоговых аудиторов, налогового юриста, налогового адвоката корпорации, которые должны заниматься корпоративным налоговым менеджментом компании.

Налоговый менеджер – служащий компании, работающий в отделе налогов корпорации. Требование: высшее экономическое (налоговое) образование (магистр), знание налогового законодательства, знание ведения налогового учета, составления налоговых отчетов, умение использовать новые технологии. Должностные обязанности: ведение налогового учета объектов налогообложения, составление и представление налоговых отчетностей в налоговые органы. В зависимости от количества и уровня менеджеров, дополнительно можно внедрять должность шеф-менеджера, старшего менеджера, менеджера, младшего менеджера, налогового клерка.

Налоговый аудитор – служащий компании, работающий в отделе внутреннего аудита. Требование: высшее экономическое (налоговое) образование (магистр), знание налогового законодательства, знание ведения налогового учета, составления налоговых отчетов, умение использовать новые технологии, знание методики осуществления налогового контроля и аудита. Должностные обязанности: проводить непрерывный контроль правильности ведения налогового учета, достоверности и своевременности составления налогового отчета, своевременности и полноты уплаты налогов; проведение запланированного внутреннего налогового аудита. При необходимости является налоговым аналитиком для проведения анализа эффективности налогообложения, определения налогового риска, рассмотрения оптимизации налогового бремени и пути его снижения. В отделе внутреннего контроля, в зависимости от масштабов компании можно внедрять должности: главный аудитор, старший аудитор-аналитик, менеджер по налоговому контролю, менеджер по налоговому аудиту, младший аудитор-аналитик, специалист по налоговому контролю, специалист по налоговому аудиту.

Налоговый юрист – служащий компании, работающий в юридическом отделе. Требование: высшее юридическое (налоговое) образование (магистр), знание налогового, юридического законодательства, знание налогового администрирования, знание методики ведения судебного процесса. Должностные обязанности: подтверждение налогово-юридической законности сделки, ведение судебных процессов по вопросам налогового администрирования. При необходимости налоговый юрист компании может быть и налоговым адвокатом, представляющим интересы корпорации в суде.

На рисунке 1 представлена примерная структура управления корпорации с указанием отделов и должностных лиц, непосредственно задействованных в корпоративном налоговом менеджменте.



Рис. 1. Структура управления компанией с учетом корпоративного налогового менеджмента

Казаченко Л. Д.

*кандидат экономических наук, соискатель,
Российская академия предпринимательства*

Социальная среда и ее влияние на процессы технологической модернизации

В статье рассматриваются вопросы социальной среды как своеобразного механизма воспроизводства и амортизации человеческого капитала, который в цивилизованном мире признается частью национального богатства и важнейшим фактором экономического роста, инноваций и технологической модернизации.

Ключевые слова: социальная среда; социальные проблемы; технологическая модернизация; человеческий капитал; государство.

Social environment and its influence on processes of technological modernization

In article questions of the social environment as peculiar mechanism of reproduction and depreciation of the human capital which admits the civilized world part of national wealth and the most important factor of economic growth, innovations and technological modernization are considered.

Keywords: social environment; social problems; technological modernization; human capital; state.

Социальная среда выступает своеобразным механизмом воспроизводства и амортизации человеческого капитала, который в цивилизованном мире признается частью национального богатства и важнейшим фактором экономического роста, инноваций и технологической модернизации.

Технологическая модернизация включает несколько основных компонентов, которые необходимо создавать и развивать до конкурентоспособного уровня по мировым критериям, все эти компоненты являются встроенными механизмами социальной среды государства:

- 1) образование;
- 2) наука;
- 3) качество жизни и специалистов высшей квалификации;
- 4) миграционная политика и занятость населения;
- 5) демография с учетом возможности восполнения научного капитала.

В совокупности данные компоненты являются необходимым условием осуществления технологической модернизации во всем мире, однако важность их развития, требует научного осмысления и обоснования с точки зрения дальнейшего совершенствования социальной среды. В связи с чем, считаем необходимым последовательно рассмотреть все компоненты социальной среды с позиции научной проблемы и доказать их влияние на процессы развития технологической модернизации.

Социальная среда представляет собой открытую систему, в которой экономические процессы обеспечивают демографический цикл воспроизводство населения (являются аналогом обмена веществ в организме) и совершенствуются в процессе эволюции. При этом как каждой открытой системе социальной среде свойственны ряд наиболее существенных проблем, таких как безработица, низкий уровень грамотности и образования, демографические проблемы (рождаемость, смертность, неконтролируемая миграция). С нашей точки зрения, перечень данных проблем не носит исчерпывающий характер и может быть расширен и дополнен с учетом специфики конкретного государства.

Безработица как экономическая категория является производным определением занятости населения. Иными словами, отражением сложности процесса согласования предложения рабочей силы со спросом на неё.

Согласно учению Маркса К. глубинная причина безработицы заключается в изменении строения капитала: доля затрат на его вещественные факторы растет, а доля затрат на рабочую силу снижается.

Применительно к современным условиям многие авторы близки в своих взглядах на обоснованную Марксом К. классификацию безработицы ¹.

С нашей точки зрения, на процесс технологической модернизации оказывают влияние все виды безработицы, поскольку все они в той или иной степени связаны с состоянием социальной среды, которая является движущей силой для развития экономического прогресса. НТП, фактически способствует сокращению рынка труда, об этих тенденциях упоминали еще классики экономической теории — Пигу А. ² и Маршалл А. ³ В связи с чем, считаем, что рынок труда, гибко реагирую-

¹ Колосницына М.Г. Экономика труда: Учебное пособие для студентов бакалавриата экономических вузов. М.:ИЧП «Издательство Магистр», 2008. С.6.; Генкин Б.М. Экономика и социология труда: Учебник для вузов. М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 2005.

² Пигу А. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М.: Прогресс, 2006. Т. 1. С. 58

³ Маршалл А. Принципы экономической науки. М.: Прогресс, 1993. Т. 3. С. 84.

щий на процессы технологической модернизации, должен также гибко реагировать на социальные потрясения, обусловленные влиянием на него НТП.

В этой связи, глубокий научный интерес вызывает базовая концепция датской модели гибкого реагирования на социальные потрясения — получившая название *flexicurity*⁴.

Термин состоит из двух частей: адаптация, приспособляемость к условиям на рынке труда и гарантированность, надежность, безопасность для работников наемного труда. В отношении первого компонента подразумевается численная составляющая (адаптация многочисленной рабочей силы к актуальным потребностям в производственном секторе или торговле) и функциональная адаптация (приспособляемость к разного рода проблемам), гибкий график рабочего времени и изменение уровня заработной платы. Датская система *flexicurity* основана на идее о том, что социальное обеспечение работников не только дает гарантии работающим, но и создает возможности для работы, и все это достигается благодаря постоянному совершенствованию квалификации в соответствии с нуждами постоянно меняющихся условий на рынке труда.

Исходя из существующих научных взглядов, обосновывающих рынок труда и его производные — занятость и безработицу, мы отчетливо видим, что развитие технологий имеет двойственную природу, с одной стороны, уменьшая потребность в рабочей силе, с другой, способствующей модернизации ручного труда и как следствие — снижению издержек в производстве. В связи с чем, считаем, что наряду с совершенствованием технологий, необходимо проводить и модернизацию рынка труда, что в первую очередь, связано с возможностью совершенствования квалификации и знаний в соответствии с изменяющимися потребностями рыночной экономики.

Грамотность и образование также являются элементами человеческого капитала, с точки зрения способности индивида сознательно участвовать в общественном воспроизводстве и модернизации в качестве инвестора, которые при разумном и ответственном подходе к выбору соответствующих инструментов их развития должны генерировать доход или, по крайней мере, обеспечивать финансовую стабильность носителю знаний и образования. Параллельно с организацией процессов образования и знаний необходимо создавать привлекательные ус-

⁴ Хасселбалк О. Мировой экономический кризис и датская система реагирования на социальные потрясения (*Danish flexicurity system*) // Международное публичное и частное право. 2010. № 5. С. 25–32.

ловия реализации полученных компетентностей. Таким образом, при выполнении этого условия институциональная среда оказывает влияние на социальную среду, посредством манипулирования на поведение человека.

Демографическая проблема самым тесным образом связана с проблемами безработицы и образовательной сферы. Следовательно, решение предыдущих проблем, впринципи, решает и проблему воспроизводства населения. Рассматривая демографию с точки зрения проблемы социальной среды, необходимо отметить, что традиционно она ассоциируется с научной областью, изучающей изменение численности населения, рождаемость и смертность, миграцию, половозрастную структуру, национальный состав, географическое распределение и их зависимость от социально-экономических, исторических и других факторов⁵.

Однако проблему демографии мы будем рассматривать не с точки зрения социологической категории, а с позиции возможности развития социальной среды в государстве и возможности влияния демографии на процесс технологической модернизации.

Процесс воспроизводства или рождаемость, обеспечивает общество новыми трудовыми, интеллектуальными, и как следствие технологическими ресурсами. В свою очередь смертность или убыль населения, приводит к истощению данных ресурсов. А превышение смертности над рождаемостью в любом обществе сопровождается исчезновением человеческого капитала, что предопределяет социально-экономический, политический и технологический статус отдельного государства.

Как справедливо утверждает Наймушин А. А.⁶, увеличение численности населения происходит в геометрической прогрессии, накопление средств существования происходит в арифметической прогрессии; прирост населения «съедает» весь прирост производства промышленной и сельскохозяйственной продукции; высокая рождаемость создает неблагоприятную для: экономического развития возрастную структуру населения; быстрое увеличение населения превышает возможности страны по организации просвещения, здравоохранения, жилищного строительства и предоставлению рабочих мест; рост населения является определяющим фактором социально-экономического развития, создающим пере-население, а, следовательно, нищету, голод, безработицу, войны и т.д.

⁵ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М. 1999.

⁶ Наймушин А.А. Демография. Часть I. Теоретические основы демографии/Учебное пособие. Уфа.: Дизайн Полиграф Сервис», 2000. С. 44–45.

С учетом рассмотренных научным позиций, можно совершенно справедливо утверждать, что демографические проблемы социальной среды, самым тесным образом связаны с возможностью роста и развития экономики государства с учетом возможности ее технологической модернизации. Поскольку без решения демографических проблем, в любом государстве, достаточно сложно восполнить необходимый объем человеческого капитала. А как показывает практика развитых стран, только посредством трудовой миграции данная проблема не решается, а усугубляется межнациональными конфликтами и влечет потерю суверенитета государства.

Кроме того, как нам представляется, решение демографических проблем, в дальнейшем позволяет если не решить, то минимизировать другие проблемы социальной среды, без которых государство не может перейти на путь технологического развития. Безработица, низкий уровень образования и демографические проблемы – фактически определяют остановку экономического роста в государстве. Переход любого государства на новый этап развития, требует совершенно иной институциональной инфраструктуры, развитие которой требует не только ликвидации социальных проблем, но и их полное отсутствие. В противном случае, страна может оказаться в «технологическом вакууме», постепенно деформируя и деградируя в глазах мирового сообщества. Однако дальнейшее развитие социальной среды для каждого государства, определено собственным вектором развития, аналогично институциональной среде.

Довольствуясь только повышением социальных пособий и выплат и не развивая соответствующую инфраструктуру, невозможно добиться качественных изменений в научной, научно-технологической и инновационной сфере. Таким образом, решая социальные проблемы государство фактически экспортирует на безвозмездной основе новые знания, технологии, продукцию инновационной сферы, которые в сущности и определяют судьбу дальнейшей технологической модернизации в государстве.

Карваи К. В.

*аспирант кафедры «Банковское дело»,
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова*

Развитие и становление электронных денег

Входя в век электронных технологий, нужно отметить и развитие таких сфер экономической деятельности, как: интернет-коммерция, интернет-банкинг, электронные деньги, электронные платёжные системы и пр. В настоящей статье приведена история развития и становления данного сегмента рынка. Рассмотрены вопросы и проблемы определения трактовки, использования и возможных путей развития электронных денег. Сделан вывод о том, что необходимо создать теоретическую, экономическую и юридическую базу для более успешного и полного развития данного сегмента рынка.

Ключевые слова: электронные деньги, электронная коммерция, электронные средства платежа, технологии.

Development and formation of e-money

Entering into a century of electronic technologies, is necessary to note the development of such spheres of economic activities, as: Internet commerce, Internet-banking, e-cash/e-money, electronic payment system. In the present work is resulted the history of development and formation of the given segment of the market. Questions and problems of definition of treatment, use and possible ways of development of e-money are considered. The conclusion that it is necessary to create theoretical, economic and legal bases for more successful and full development of the given market segments is drawn.

Keywords: E-money, internet commerce, electronic payment instrument, technologies.

Электронные деньги — это новый, только развивающийся сектор экономики финансового рынка. С момента своего появления в качестве денег они стали серьёзным катализатором не только развития финансовых операций, но и экономического роста в целом. Их формирование и последующая эволюция создали объективную возможность для осуществления доставки или перевода денег мгновенно от одного участника экономического процесса к другому, тем самым ускоряя протекание самого процесса. Рост объёмов передачи не только информации, но и денег дал толчок к ускорению проведения привычных для рыночной экономики операций, таких, как, например, перевод средств из одного банка в другой. Появились новые сферы рыночной и финансовой деятельности: интернет-маркетинг, интернет-банкинг и др. К новым спо-

собам обслуживания населения и бизнеса всё чаще прибегают и банки, и платёжные системы как национальные, так и международные.

Быстрое развитие интернета с 1990х гг. способствовало появлению большого количества интернет-магазинов, а также финансовых и банковско-кредитных клиентоориентированных интернет-проектов. В связи с их быстрым развитием встал вопрос о способе оплаты товаров и услуг, приобретаемых в сети интернет. И наиболее простым и удобным средством оказались электронные деньги.

Настороженность со стороны центральных банков различных стран в отношении использования и развития на национальных финансовых рынках электронных денег, привела к тому, что в 1996 году руководители центральных банков стран «большой десятки» (G10), заявили о намерении осуществлять мониторинг операций, осуществляемых с использованием электронных денег во всех странах с рыночной экономикой¹. С этого времени, Банк международных расчётов (БМР, г. Базель), при поддержке большинства национальных центральных банков, регулярно анализирует особенности развития электронных денег и соответствующих электронных платёжных систем².

В первые годы после появления электронных денег данные по операциям с ними были конфиденциальными и доступными только центральному банку, но с мая 2000 года они стали общедоступными. Тем не менее, до сих пор не существует ясного и однозначного определения электронных денег, которое правомерно было бы использовать на межнациональном уровне.

Наиболее часто встречающееся определение электронных денег, следующее: электронные деньги — это требование на эмитента, хранящееся в форме электронного файла (script) на микропроцессорной карте или жёстком диске компьютера³.

Определение электронных денег, как нового вида денег, на наш взгляд некорректно. Но операции с электронными деньгами, как и со смарт-картами/пластиковыми картами возможны лишь при наличии

¹ «История развития электронных денег», интернет журнал: «ActionForex.ru Финансы, Экономика, Бизнес», февраль 2010, ссылка: <http://actionforex.ru/page/istoriya-razvitiya-elektronnyh-deneg>

² Bank for International Settlements: «Implications for Central Banks of the development of electronic money», Basle, October 1996, ссылка: <http://www.bis.org/publ/bisp01.pdf?noframes=1>

³ Directive 2000/46/EC of the European Parliament and of the Council of 18 September 2000 on the taking up, pursuit of and prudential supervision of the business of electronic money institutions, ссылка: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0046:EN:HTML>

реальных денег. Следовательно, реальные деньги всегда будут являться базой для существования электронных денег, т.к. пользователю необходимо внести реальные деньги либо на счёт, либо в свой электронный кошелёк, чтобы получить доступ к электронным деньгам.

Учитывая тот факт, что электронные деньги – это не новый вид денег, а именно новая форма реальных обращающихся денег, можно утверждать, что электронные деньги так же, как и реальные деньги, выполняют основные функции денег:

1) Мера стоимости: деньги являются всеобщим эквивалентом производимых товаров и услуг.

Интернет-магазины производят и продают свою продукцию по той же распространённой схеме, как и реальные торговые точки. Разница состоит лишь в том, что интернет-магазин может снизить цены на свои товары посредством:

- обложения меньшим налогом и снижения таким образом цены товара;
- привлечения меньшего количества работников и т.д.

Цена на товары и услуги, как известно, выражает их денежную стоимость, не зависящую от того факта, в какой именно торговой точке, в реальной или электронной, они предоставлены. Именно поэтому электронные деньги, как и их реальные формы, являются эквивалентом стоимости произведённых товаров и услуг.

2) Средство обращения: деньги выступают как посредники в процессе обращения товаров.

Электронные деньги также участвуют в последовательности смены форм товарно-денежных отношений: товар-деньги-товар. Собственник товара может продать его либо в интернет-магазине, либо на специальных электронных сайтах-рынках и получить за товар электронные деньги. А затем, используя те же самые электронные средства, приобрести товар в другом интернет-магазине или на другом интернет-сайте.

3) Средство платежа: деньги служат общепризнанным платёжным средством во всех формах расчетов.

Выполнение данной функции в общем понимании электронных денег полностью соответствует их природе и не противоречит их основным свойствам. Ведь именно использование электронных денег в интернет среде сделало возможным куплю-продажу и сопровождающие расчеты любых товаров и услуг. Следует только отметить, что в интернет среде торговые точки могут не принимать ту или иную электронную валюту. Но данная проблема уже решается с введением единых электронных валют.

4) Средство накопления: деньги, накопленные, но не использованные, позволяют переносить их покупательную способность из настоящего в будущее.

Электронные деньги, как и реальные можно не только накапливать, но и хранить. Их хранение происходит либо на счетах, открытых в банках, либо в интернет-кошельках, открытых в той или иной платёжной системе. Их ценность и покупательная способность не изменяются и ими в любой момент можно расплатиться за товары и услуги в интернет среде.

5) Мировые деньги: деньги выступают как всеобщее покупательное и платёжное средство.

Электронные деньги в целом позволяют производить оплату товаров и услуг по всему миру, посредством их перечисления в интернет-кошелёк или на счёт продавца, с последующей отправкой товара покупателю.

По мнению автора, сущность электронных денег состоит в том, чтобы перенести реальные деньги в виртуальную форму, с целью получения как реальных, так и виртуальных товаров и услуг, не нарушая при этом законы денежного обращения. Другими словами реальные деньги переводятся в безналичную форму, которая представлена электронными деньгами. Вывод реальных денег из оборота осуществляется либо банками, либо платёжными системами, в которые перечисляются эти суммы для последующих платежей и расчетов в электронных деньгах. В то же время, электронные деньги могут храниться на счетах или в интернет-кошельках, но их использование возможно только при их конвертировании в электронные валюты. Этот процесс обратим, вплоть до получения реальных денег, взамен электронных, посредством обратного перевода электронных денег из интернет-кошельков на счета в банке.

Следовательно, электронные деньги можно определить как деньги, обслуживающие безналичные формы платежей и расчётов, подтверждённые реальными бумажными эквивалентами и осуществляемые посредством перечисления денежных средств со счетов в кредитных организациях, с одновременной передачей прав требований от одного лица другому посредством сети интернет.

Необходимо также отметить, что подписанный Президентом России Дмитрием Медведевым Федеральный закон № 161: «О национальной платёжной системе» 27 июня, принятый Госдумой 14 июня и одобренный Советом Федерации 22 июня 2011 года, законодательно определил электронные деньги как средство безналичных форм расчётов и платежей.

Началом зарождения электронных денег принято считать 1950-е годы. В середине прошлого столетия в США появились первые кредитные карты, т.е. сумма денег, информация о которых содержалась на пластиковых носителях — картах. С появлением пластиковых карт стало возможным говорить о наступлении эры электронных денег.

Этот вид взаиморасчётов в безналичной форме давал возможность иметь доступ к своим средствам, хранящимся на банковских счетах и с помощью пластиковой карты производить оплату, приобретаемого товара, переводя средства на счёт продавца без использования наличных денег.

С развитием интернета, когда к Всемирной сети получили доступ любые пользователи, имевшие в своём доме персональный компьютер (ПК), с подключённым к нему интернет кабелем — произошёл настоящий «прорыв» в сфере электронных денег.

Родоначальником электронных денег принято считать американского криптографа — Дэвида Чома⁴. Его основной идеей было то, что электронные деньги подобно своему наличному аналогу на бумажном или пластиковом носителе теоретически может обеспечить анонимность проводимых платежей. Для совершения оплаты между двумя заинтересованными лицами необходима авторизация платежа через центральный сервер, но оператор этого сервера не имеет возможности узнать о содержании такой транзакции. Этот эффект был достигнут с использованием криптографического протокола слепой электронной подписи, разработанным Чомом.

Основанная Д.Чомом в 1990 году для практического воплощения концепции электронных наличных компания DigiCash явно опередила своё время, и поэтому не стала коммерчески успешным проектом. Причиной было недостаточное развитие интернета, и отсутствие экономической ниши, которая могла бы успешно осуществлять оборот электронных денег. Кроме того она породила ряд подражаний и попыток копирования работы системы.

Вторым источником формирования новой формы электронных денег, стали попытки напрямую воспроизвести хождение электронной наличности, опирающейся на технологию смарт-карт. В большинстве случаев смарт-карты содержат микропроцессор и операционную систему, контролирующую устройство и доступ к объектам в его памяти. Кроме того, с помощью смарт-карт можно проводить криптографические

⁴ «Традиция» — русская интернет энциклопедия, ссылка: [http://traditio.ru/wiki/Электронные денги](http://traditio.ru/wiki/Электронные_денги)

вычисления. Но главным их назначением является одно- и двухфакторная аутентификация пользователей, хранение ключевой информации и проведение криптографических операций в доверенной среде⁵.

Изобретателями технологии смарт-карт являются Гельмут Греттруп и Юрген Деслоф (1968г.). В 1974 году — Роланд Морено, а затем в 1977 году — Мишель Угон развили данную технологию доведя смарт-карту до карточки со встроенным микропроцессором. Компания «Motorola» создала первый чип CP8, основанный на предыдущих изобретениях 1981 года. Патент на это изобретение был окончательно утверждён в 1982 году, компанией «Honeywell Bull».

Наибольший подъём в использовании смарт-карт пришёлся на 1990-е годы, с введением сим-карт, основанных на смарт-картах, в аппараты мобильных телефонов GSM в Европе. С распространением мобильных телефонов в Европе, смарт-карты стали повсеместным дополнением к мобильным телефонам. Международные платёжные системы MasterCard, Visa и Europay в 1993 году подписали соглашение о совместной работе с целью совершенствования технических характеристик для использования смарт-карт при оплате счетов кредитными и дебетовыми картами. Первая версия систем стандарта EMV (Europay, MasterCard, Visa) была выпущена в 1994 году. В 1998 году стала доступна следующая версия технических характеристик. Тогда же была создана EMVco, компания, ответственная за долгосрочное содержание систем, обновленных в 2000 и затем в 2004 годах. Цель EMVco — предоставить отраслевой стандарт, который обеспечит совместимость смарт-карт и терминального оборудования, работающего с этими картами.

Сегодня смарт-карты внедряются в многие области: идентификацию личности и документацию на региональном, национальном и международном уровне, гражданские карточки, водительские права, медицинские документы, страховые полисы и т.д. Например, в Малайзии карточки удостоверения личности MyKad, включающие в себя 8 различных функций, есть у 18 миллионов жителей⁶. Бесконтактные смарт-карты внедряются в биометрические паспорта, чтобы увеличить уровень безопасности в международных поездках.

Одна из важных проблем смарт-карт — это большая степень вероятности их выхода из строя. Пластиковая карта, в которую встроен

⁵ «Википедия» бесплатная интернет энциклопедия: «Смарт-карта», ссылка: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82-%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0>

⁶ Официальный сайт «MSC Malaysia», ссылка: <http://www.mscomalaysia.my/topic/12073023980550>

чип, представляет собой гнущуюся карточку и чем больше чип, тем больше вероятность его повредить. Смарт-карты в основном носят в кошельке или кармане, а это довольно жёсткие условия эксплуатации для чипа. Однако, у крупных банковских систем затраты, связанные с отказами смарт-карт, компенсируют возможные затраты, связанные с мошенничеством.

К тому же, использование смарт-карт в общественном транспорте — представляет собой угрозу для конфиденциальности, потому что такая система даёт возможность третьим лицам следить за передвижением владельцев карт.

Использование смарт-карт для идентификации и аутентификации владельца — это наиболее безопасный вариант банковских интернет-приложений, но и в этом случае безопасность не стопроцентная. Если на персональном компьютере (ПК) установлено какое-то вредоносное программное обеспечение (ПО), то безопасное выполнение интернет-приложений не гарантировано.

В дополнение к техническим сложностям есть проблема нехватки стандартов для смарт-карт. Для решения этой проблемы был запущен проект ERIDANE⁷, занимающийся разработкой новой структуры смарт-карт, которые будут работать на оборудовании Point Of Interaction (POI).

По сути дела, разработчики такого рода платёжных продуктов попытались заменить бумажные банкноты, металлические монеты и пластиковые карты на интеллектуальные микроэлектронные устройства, почти ничего не изменяя в бытовых процедурах пользования деньгами (единственное изменение состояло в том, что, в отличие от обычных наличных денег, электронные для проведения транзакций требовали компьютерных устройств/считывателей данных).

Первый проект такого рода — Mondex (в 1997 его выкупила международная платёжная система MasterCard), так же как и DigiCash стартовал в 1990-ом году и породил достаточно серьёзную волну энтузиазма и оптимистических ожиданий.

В 1998 году программисты в США создали первую систему PayPal, которая позволяла пользователям компьютеров пересылать друг другу деньги по электронной почте. В Европе примерно в это же время была разработана система PhonePaid, позволяющая проводить транзакции с помощью мобильных телефонов. Но это были пока ещё гибридные

⁷ The Berlin Group — A European Initiative working for card payments in Europe, ERIDANE ссылка: <http://www.berlin-group.org/related-eridane.html>

системы электронных платежей, для которых требовались всё-таки номера и данные реальных пластиковых карточек.

В это же время в России была создана первая электронная платёжная система WebMoney Transfer, основанная в 1998 году компанией WM Transfer Ltd, — электронная платёжная система, на сегодняшний день являющейся одной из наиболее популярных систем России и стран СНГ.

Начиная с 2000-х годов, когда интернет стал общедоступным средством пользования, возможности электронных денег и электронных платёжных систем стали более широкими. Благодаря их разнообразным функциям (беспроцентный перевод средств, хранение средств, покупка товаров и услуг не выходя из дома, и т.д.) данный сегмент рынка начал стремительно развиваться. В ходе развития появились такие известные платёжные системы как: Clickshare, E-gold, Internet Cash, NetCheque, MoneyBookers, WebMoney, Яндекс-Деньги и пр.

Несмотря на существующие недостатки на рынке электронной коммерции, как в техническом, так и в организационно-правовом плане, развитие этой отрасли имеет явные положительные тенденции. Так компании, специализирующиеся на операциях с электронными финансами, 8 октября 2009 года заявили о создании Ассоциации «Электронные деньги» (АЭД). В 2011 году в объединении состояли: i-Free, WebMoney, «Яндекс. Деньги», Qiwi, Национальное партнёрство участников микроэлектронного рынка (НАУМИР) и Национальная ассоциация участников электронной торговли (НАУЭТ). Ассоциация уже сотрудничает с компаниями — представителями рынка универсальных транспортных, бонусных и подарочных карт, системами мобильных платежей и банками ⁸.

Благодаря тесному сотрудничеству АЭД с другими представителями рынка электронной коммерции, была разработана система сервисов на базе NFC (Near Field Communication), широкое внедрение которых в России началось в 2010 году:

- пилотные решения бесконтактной оплаты проезда в метро запустили компании МТС и «МегаФон»;
- компания «Технологии процессинга» реализовала пилотный проект для аэроэкспрессов: теперь проезд в них можно оплатить при помощи сотового телефона с поддержкой NFC (Near Field Communication, коммуникация ближнего поля);

⁸ «Электронных денег в 2010 году станет в два раза больше», Российская газета: «Общество», март 2010 г., ссылка: <http://www.rg.ru/2010/03/16/dengi-site-anons.html>

- компания i-Free начала опытную эксплуатацию платёжной системы, полностью базирующуюся на NFC-технологиях в рамках своего проекта «Школа Онлайн».

Внедрение новейших технологий для широкого пользования значительно облегчают жизнь их пользователей. В ближайшем будущем, учитывая возможности и цели компаний мобильных телефонов и связи, электронных платёжных систем, банков и др., сделать свои продукты более компактными, стильными и эффективными можно говорить о том, что вместо кошелька и телефона, которые обычно занимают такое большое пространство в наших карманах – будет лишь небольшой прозрачный стекло-волоконный пластик размером с современный тонкий мобильный телефон и со встроенной микросхемой, незаметной даже для глаз.

Таким образом, можно смело говорить о зарождении новой ниши бизнеса, которая может полностью развиваться и на финансовом рынке, и в экономике в целом. Интернет-коммерция, интернет-банкинг представляют собой лишь начало развития экономики по этому пути. Создание юридической, экономической и теоретической базы для широкого применения электронных денег ускорит темпы их развития.

Клепалов Н. Н.

*аспирант,
Российская академия предпринимательства*

Проблемы совершенствования механизма устойчивого развития промышленных предприятий на основе формирования конкурентной среды

Статья посвящена проблемам совершенствования механизма устойчивого развития промышленных предприятий на основе формирования конкурентной среды.

Ключевые слова: конкурентная среда, промышленное предприятие, устойчивое развитие.

Problems of improvement of the mechanism of a sustainable development of the industrial enterprises on the basis of formation of the competitive environment

Article is devoted to problems of improvement of the mechanism of a sustainable development of the industrial enterprises on the basis of formation of the competitive environment.

Keywords: competitive environment, industrial enterprise, sustainable development.

Задачи успешного социально-экономического развития России, особенно в условиях преодоления факторов влияния мирового финансово-экономического кризиса и с учетом перспектив его завершения, требуют повышения эффективности мер по формированию благоприятной конкурентной рыночной среды в экономике нашей страны. Современная ситуация в экономике России делает особенно актуальными меры по оздоровлению конкурентной среды.

Проблема формирования механизмов устойчивого развития промышленных предприятий остается актуальной, несмотря на то, что акценты в теории и практике менеджмента смещаются в сферу услуг. Это объясняется, с одной стороны, тем, что роль традиционной сферы промышленности обусловлена материальными потребностями экономических субъектов, которые лежат в основании пирамиды потребностей индивидуума. С другой стороны, промышленность самообеспечивает и обеспечивает средствами производства все сферы экономики. В.И. Мавевский называет «ядром саморазвития» набор машиностроительных и

строительных отраслей, которые обладают способностью своим совместным действием воспроизводить в природе самих себя и создавать орудия труда для других отраслей народного хозяйства.

Понятие устойчивого развития промышленных предприятий неоднозначно. Под устойчивым развитием понимают внутренние изменения как улучшение приспособленности предприятия к изменению внешних условий и факторов, рост количественных показателей деятельности промышленного предприятия и качественные изменения в структуре (организационной, технико-технологической и т.д.), поступательное увеличение сложности техники и технологии. Устойчивое развитие связывают с приоритетами будущих поколений, экономическим ростом, качественно новым типом развития. Все это означает многогранность данного понятия, отражает его комплексный характер.

Промышленное предприятие является сложной системой, включающей подсистемы и элементы, и поэтому от степени их слаженности, своевременности комплексного реагирования на изменения внешней и внутренней среды зависит дискретное положение предприятия во времени и экономической среде. Закономерности современного этапа экономического развития (глобализация, интеграция, усиление конкуренции, истощение природных ресурсов и др.), усиление взаимозависимости хозяйствующих субъектов дают синергический экономический эффект. Следовательно, формирование адекватного механизма устойчивого развития должно находиться в центре внимания как самого промышленного предприятия, так и государства в целом.

Под механизмом устойчивого развития промышленного предприятия следует понимать совокупность организационных структур, форм, методов управления, правовых норм, с помощью которых реализуется процесс воспроизводства на уровне предприятия, как необратимое закономерное, направленное поступательное движение. Промышленное предприятие как система включает технико-технологическую, организационную, экономическую, финансовую, информационную, социальную, маркетинговую, экологическую и другие подсистемы или компоненты, которые могут быть детализированы или перекомпонованы. Каждое предприятие, в свою очередь, является элементом мезосистемы – региона, отрасли и макросистемы – народного хозяйства. Устойчивое развитие предприятия предполагает выделение системообразующих и вспомогательных подсистем и элементов, а также определение устойчивых взаимосвязей с конкретными системами и элементами внешней среды.

Формирование механизма устойчивого развития является непрерывным спиралевидным процессом, который протекает в условиях постоянно меняющихся факторов внешней и внутренней среды. Элементы этого механизма должны обладать свойствами подвижности, регулируемой, однако степень их гибкости зависит от норм действующего законодательства, организационно-правовой формы предприятия, внутренней организационной структуры, квалификации и мотивации персонала, конкуренции, источников финансовых ресурсов. Представляется, что механизм устойчивого развития промышленного предприятия должен включать: инструменты анализа рынка и потребностей потребителей продукции, инструменты определения стратегии предприятия, инструменты разработки и управления новыми товарами и услугами, маркетинговые инструменты, инструменты организации производства, инструменты управления человеческими ресурсами, инструменты управления информационными ресурсами, инструменты управления финансовыми ресурсами, инструменты управления окружающей средой, инструменты управления внешними связями, инструменты управления инновациями, инструменты управления рисками.

В настоящее время в рамках расширенной промышленной политики государства используются инструменты государственно-частного партнерства, финансирование из федерального бюджета в рамках федеральных и ведомственных целевых программ, субсидирование производств, предоставление государственных гарантий, поддержка важнейших инвестиционных проектов.

Все инструменты совершенствования механизма устойчивого развития промышленных предприятий можно разбить на три группы. Первую группу составляют инструменты, направленные на экономическую составляющую механизма устойчивого развития предприятия. Вторая группа инструментов активизирует социальную составляющую механизма устойчивого развития. Третья группа инструментов направлена на формирование экологической составляющей исследуемого механизма.

В первую «экономическую» группу инструментов входят:

1) инструменты усиления конкурентных позиций российских промышленных предприятий на внутреннем рынке (финансирование из федерального бюджета в рамках федеральных целевых программ; субсидирование за счет бюджетных средств части затрат на уплату процентов по кредитам, направляемым на поддержку производства и реализацию на осуществление сезонных закупок сырья и материалов; поддержка казенных предприятий; возмещение убытков исполнителям государственного оборонного заказа; покупка акций дополнитель-

ных эмиссий стратегически важных предприятий – открытых акционерных обществ; бюджетное кредитование системообразующих предприятий; рефинансирование задолженности предприятий; предоставление гарантий по кредитам);

2) инструменты, используемые для расширения доли российских промышленных предприятия на сужающихся рынках (субсидирование российских экспортеров промышленной продукции; государственные закупки продукции промышленности; увеличение объемов авансирования при размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ и услуг для государственных нужд; отмена НДС на перечни технологического оборудования, ввозимого в Россию, аналоги которого в стране не производятся);

3) инструменты стимулирования инновационного развития промышленных предприятий (использование механизма государственно-частного партнерства; развитие инфраструктуры поддержки инновационной деятельности; создание интегрированных структур в высокотехнологичном машиностроении; субсидирование за счет бюджетных средств части затрат на уплату процентов по кредитам, направляемым на техническое перевооружение и модернизацию производства для выпуска продукции с высокой добавленной стоимостью, в том числе в лесной и легкой промышленности, транспортном и энергетическом машиностроении, трубной отрасли, автомобильной промышленности, оборонно-промышленном комплексе; использование средств Инвестиционного фонда для поддержки ключевых инвестиционных проектов; предоставление государственных гарантий для реализации инвестиционных проектов промышленных предприятий).

Вторая «социальная» группа инструментов, используемых государством и встраиваемых в механизм устойчивого развития промышленного предприятия, способствует активизации человеческого капитала. Следует отметить, что инструменты данной группы направлены на обеспечение доступности, высокого качества и эффективности образования, интеграцию образования и науки; повышение квалификации работников сферы промышленности; развитие программ в сфере обязательного медицинского, социального и пенсионного страхования. Основным видом инструментов выступают ведомственные целевые программы, предусматривающие целевое финансирование соответствующих необходимых расходов.

Третья «экологическая» группа инструментов направлена на формирование ресурсно-экологической составляющей исследуемого механизма и предусматривает в конечном счете создание правовых меха-

низмов, обеспечивающих формирование у промышленных предприятий мотивации к снижению энергопотребления, стимулирование внедрения энергосберегающих технологий и реализации энергоэффективных инновационных проектов, ускоренное развитие электро- и теплоэнергетики на основе экологически чистых технологий. К инструментам относятся федеральные целевые программы.

Особенность инструментов, формирующих механизм устойчивого развития промышленных предприятий со стороны государства, заключается в том, что инструментами «экономической» группы могут пользоваться предприятия исключительно на конкурсной основе либо предприятия, включенные в перечень получателей бюджетных средств на основе федерального или регионального закона о бюджете на очередной год и плановый период. Инструменты «социальной» и «экологической» групп чаще всего задают параметры и условия для разработки промышленным предприятием собственных инструментов.

Проблема развития благоприятной конкурентной среды как условие дальнейшей успешной рыночной трансформации экономики России, неоднократно подчеркивалась в документах и выступлениях Президента и Правительства Российской Федерации, нормативных актах министерств и ведомств, а также органов законодательной власти разного уровня.

Решение задач формирования комплексного механизма формирования благоприятной конкурентной среды для регулирования и надзора за конкурентной деятельностью предполагается обеспечить поэтапно:

- на первом этапе (в 2012 году) основными целями совершенствования механизма регулирования конкурентной деятельности будут являться преодоление негативных тенденций, кризисных явлений, возникших в российских рыночных процессах и создание объективных предпосылок для повышения эффективности механизмов регулирования и надзора за конкурентной деятельностью на основе формирования Центра мониторинга конкурентной деятельности России;
- на втором этапе (2013–2017 годы) наряду с закреплением достижений первого этапа предполагается завершить процесс реорганизации механизмов регулирования и надзора за конкурентной деятельностью путем организации и развития объединенной системы на основе Центра мониторинга конкурентной деятельности России, налаживания их взаимодействия для формирования единого конкурентного пространства

и координированных действий по оздоровлению конкурентной среды.

В связи с высокой динамичностью участников финансово-хозяйственных операций на товарных и финансовых рынках необходимо продолжить политику формирования благоприятной конкурентной среды через:

- активизацию работы государственных ведомств в сфере регулирования и надзора за конкурентной деятельностью в Российской Федерации посредством выработки эффективных механизмов обеспечения добросовестной конкуренции на товарных и финансовых рынках;
- расширение надзорных полномочий государственных ведомств в отношении хозяйствующих субъектов, чья деятельность выходит за рамки антимонопольного и иного регулирования конкурентной деятельности, включая госкорпорации;
- усиление штрафных санкций и расширение спектра уголовной ответственности за злоупотребления, недобросовестную конкуренцию и монопольные действия, задевающие интересы более 10% населения соответствующего региона;
- установление специальных конкурентных требований к российским предпринимательским структурам транснационального характера, имеющим ДЗО за рубежом;
- создание объединенной для единого конкурентного пространства Таможенного союза дифференцированной системы санкций, применяемых к предпринимательским структурам за нарушение предъявляемых к ним нормативных и иных требований, направленных на обеспечение добросовестной конкуренции;
- совершенствование статистических форм учета и отчетности путем перенесения их в электронную среду и синхронизации с программами развития Электронного правительства.

Рассмотрим развитие конкуренции на строительном рынке.

Рынок строительства в Российской Федерации достаточно развит. Искажения в конкурентную среду данного рынка вносят в основном действия региональных властей, предоставляющих преференции отдельным застройщикам. Экономические параметры реализации инвестиционных проектов в строительстве, особенно при сравнении строительства жилья в рамках государственного и муниципального заказа с девелопментом земельных участков и других объектов недвижимости и отдельным производством, снижают инвестиционную привлекательность строительной отрасли.

Значительное изменение затрат на строительство не покрывается начальной сметной стоимостью строительства объектов. Причиной этого является низкое качество утверждаемой на ранней стадии проектной документации, по которой формируются начальные цены для проведения торгов, особенно на освоение и инженерные сети, в то время как застройка осуществляется согласно «рабочей документации», которая значительно отличается от утвержденного на ранней стадии проекта, по которому ведется финансирование.

Значительные некомпенсируемые издержки возникают за счет обременений, возлагаемых администрациями местных органов власти на застройщиков-инвесторов при жилищном строительстве.

Размещение государственного и муниципального заказа часто происходит с нарушениями: несвоевременное размещение либо ограниченный доступ к информации о торгах, необоснованный отказ в допуске к участию в торгах, отсутствие прозрачности процедуры проведения торгов.

Нормативно-правовая база, устанавливающая требования к проектным документам, а также заключения, выдаваемые надзорными органами, носят оценочный, субъективный характер, поэтому любая проектная документация может быть признана несоответствующей установленным требованиям.

Для развития конкуренции на строительном рынке, во-первых, необходимо обеспечить равные условия при получении государственных и муниципальных заказов путем создания системы электронных торгов и равный доступ к ним всех субъектов хозяйственной деятельности.

Во-вторых, совершенствование сметного ценообразования в Российской Федерации, позволяющий обеспечить достоверность расчетов стоимости строительной продукции на ранних стадиях строительного процесса, организовать экспертизу качества проектной документации объектов капитального строительства.

В-третьих, разработать необходимые нормативные правовые акты, направленные на упрощение процедуры выдачи разрешений на строительство и технические регламенты, которые формализуют требования по биологической, химической, промышленной и иных видов безопасности строительства объектов.

Таким образом, для совершенствования механизма устойчивого развития промышленных предприятий необходимо сочетать внутренние и внешние инструменты.

Используемые источники

1. Артеменков И.Ю. Проблемы формирования механизмов устойчивого развития экономики России на основе совершенствования регулирования и надзора за конкурентной деятельностью // Экономические науки. 2011. № 3. С. 19–26.
2. Горловская И.Г. Особенности формирования механизма устойчивого развития промышленных предприятий в условиях перехода к новому технологическому укладу // Экономические науки. 2010. № 9. С. 203–206.
3. Маевский В.И. О началах экономической генетики (концептуальные подходы) // Вопросы экономической генетики / ИЭ РАПН. М., 1993. С. 11.
4. Шепель Р.А. Инновации как фактор устойчивого развития предприятия. Монография. М.: Информационный центр «Маркетинг», 2009.
5. Яковлева Н.В. Инновационное развитие региональных промышленных систем: автореф. дис. ... д-ра. экон. наук. М., 2009. С. 20.

Костылев А. К.

*кандидат юридических наук,
Тюменский государственный университет,
Институт государства и права*

Минковская Т. И.

*соискатель,
Тюменский государственный университет,
Институт государства и права*

Совершенствование муниципального земельного контроля за использованием земельных ресурсов

Рассмотрены вопросы совершенствования муниципального земельного контроля за использованием земельных ресурсов в части его взаимодействия с общественным земельным контролем на уровне муниципальных образований.

Ключевые слова: земельный контроль, органы местного самоуправления, муниципальная власть.

Municipal improvement land control over land resources

The issues of improving municipal land control over land use in terms of its interaction with the social control of the land at the municipal level.

Keywords: ground control, local governments, municipal authorities.

Совершенствование муниципального земельного контроля за использованием земельных ресурсов направлено на увеличение налогооблагаемой базы, привлечение инвестиций в развитие муниципальных образований, создании эффективной системы обеспечения гарантий для субъектов земельных отношений. От эффективности управления земельными ресурсами муниципальными органами власти зависит устойчивость развития поселения, социальная стабильность и его инвестиционная привлекательность.

Отношения в сфере муниципального земельного контроля в регионах России далеки от совершенства. Как отмечают исследователи, городские земли все чаще становятся объектами различных правонарушений, в том числе самовольного захвата¹. При этом давно сформирова-

¹ Поставная Н.П. Муниципальный земельный контроль и интересы населения// Журнал российского права. 2009. С. 34.

ровано и уже прочно вошло и в учебную литературу понимание того, что для повышения эффективности контроля необходимо, прежде всего, усиление публичности, открытости². На практике, однако, этого не происходит.

Регулирование земельных отношений в условиях развивающейся рыночной экономики процесс сложный и не быстрый. Так попытки советского правительства в период НЭПа упорядочить земельные отношения успехом не увенчались, поскольку, как отмечает Л.В. Алиева, благие начинания в результате их практического применения на местах сталкивались с многочисленными трудностями. В результате к 1928 г. земельные проблемы так и не были решены³.

В современных условиях в литературе разработаны и предложены базовая методика определения арендной платы за землю⁴, а также модель единой системы информационного обеспечения муниципального управления, на базе структур отдельно взятого муниципального образования⁵, однако на практике они почти не применяются. Да их и сложно применять ввиду отсутствия полной ясности предмета надзора. На заседании Госсовета 12 октября 2012 г. В.В. Путин отметил, что в целях более эффективного проведения земельного контроля возникает необходимость уточнения предмета государственного земельного надзора⁶.

На сегодня предметом муниципального земельного контроля является проверка соблюдения установленных правовыми нормами правил использования земель. Этим, в частности, муниципальный земельный контроль отличается от государственного, в сферу которого входит проверка исполнения юридических требований в области не только использования, но и охраны земель (см. также ст. 71 Земельного кодекса РФ, далее — ЗК РФ). Таким образом, в подзаконных актах муниципальный земельный контроль определяется как осуществляемый органами местного самоуправления или уполномоченными ими

² Боголюбов С.А. Земельное право: Учеб. М., 2006. С. 247.

³ Алиева Л.В. Реализация Земельного кодекса РСФСР 1922 г. в контексте эволюции крестьянской поземельной общины (на материале Псковской губернии)// Псков. 2006. №24. С.151.

⁴ В основу методики положены показатели как удельной кадастровой, так и рыночной стоимости земли, детальная дифференциация по видам использования, доходности земель и категориям плательщиков.

⁵ Лемин А. В. Повышение эффективности управления земельными ресурсами муниципалитета: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Иркутск, 2006.

⁶ Государственный совет. Президент России. Официальный сайт. http://state.kremlin.ru/state_council/16618

органами муниципальный контроль за использованием земель на территории муниципального образования ⁷.

В соответствии с ч. 1 ст. 72 ЗК РФ земельный контроль за использованием земель на территории муниципальных образований осуществляется в соответствии с законодательством РФ и в порядке, установленном нормативными правовыми актами органов местного самоуправления. Общественный земельный контроль осуществляется органами территориального общественного самоуправления, другими общественными организациями (объединениями), а также гражданами за соблюдением установленного порядка подготовки и принятия исполнительными органами государственной власти и органами местного самоуправления, предусмотренных в ст. 29 ЗК РФ решений, затрагивающих предусмотренные ЗК РФ права и законные интересы граждан и юридических лиц, а также за соблюдением требований использования и охраны земель. Можно предположить, что порядок осуществления муниципального земельного контроля, установленный нормативными правовыми актами органов местного самоуправления, должен содержать правовые нормы, регулирующие вопросы взаимодействия органов местного самоуправления, граждан и общественных объединений по осуществлению земельного контроля на территории муниципального образования. В законодательстве определены три субъекта, наделенные полномочиями по осуществлению общественного земельного контроля. Это органы территориального общественного самоуправления, общественные организации и граждане. Правовой статус каждого из названных субъектов регулируется отдельными правовыми актами, и, соответственно, вопросы взаимодействия с органами муниципального земельного контроля должны рассматриваться отдельно. Первым субъектом общественного земельного контроля являются органы территориального общественного самоуправления ⁸.

Следующими субъектами общественного земельного контроля законодателем названы общественные организации (объединения) и граждане. Взаимодействие последних с органами местного самоуправ-

⁷ Методические рекомендации по порядку взаимодействия органа, осуществляющего муниципальный земельный контроль, и управления Федерального агентства кадастра объектов недвижимости по субъекту Российской Федерации// Письмо Федерального агентства кадастра объектов недвижимости от 20.07.2005 г. № ММ/0644 «О взаимодействии органов государственного земельного контроля с органами муниципального земельного контроля».

⁸ Правовой статус названного субъекта определен в ст. 27 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 16.10.2012) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

ления по вопросам земельного контроля должно строиться также на основе норм федерального законодательства и правовых актов органов местного самоуправления. Полагаем, что муниципальный и общественный земельный контроль необходимо рассматривать во взаимодействии и даже в совокупности. Научно-практическое обоснование необходимости соединения муниципального и общественного земельного контроля требует законодательной проработки, как на федеральном, так и на муниципальном уровне. Институт муниципального земельного контроля мы рассматриваем как часть системы муниципальных гарантий прав и свобод человека. Местное самоуправление, являясь формой и первичным уровнем осуществления власти, призвано обеспечивать гарантированные права и свободы человека и гражданина, так права и свободы реализуются, прежде всего, по месту жительства в муниципальных образованиях.

Конституционные основы использования земель, предусмотренные в ч. 1 ст. 9 Конституции РФ, являются основой и муниципального земельного контроля, который осуществляется в соответствии с законодательством в порядке, установленном нормативными правовыми актами органов местного самоуправления (акты представительных органов местного самоуправления по вопросам местного значения).

Контроль за использованием земель на территории муниципального образования вместе с рядом других отнесен к вопросам, где органам местного самоуправления предоставляется возможность создания своего собственного механизма их решения, исходя из выделенных им законодательством в соответствующих предметах ведения участков управления. Поэтому законодателем необоснованно включены вопросы осуществления муниципального земельного контроля в один пункт с такими вопросами местного значения городского округа, как утверждение генеральных планов городского округа, правил землепользования и застройки, утверждение на основе генеральных планов городского округа документации по планировке территории, утверждение местных нормативов градостроительного проектирования городского округа, ведение информационной системы обеспечения градостроительной деятельности, осуществляемой на территории городского округа, резервирование и изъятие, в том числе путем выкупа земельных участков в границах городского округа для муниципальных нужд. Эти вопросы органы местного самоуправления решают совместно с государственными органами. Кроме того, перечисленный блок вопросов, как далее будет отражено, нуждается в земельном контроле, так как связан с основным видом использования земель городского

округа — застройкой территории. Однако этот вид использования территории земель муниципальных образований является не единственным, и поэтому, полагаем, муниципальный земельный контроль должен рассматриваться как отдельный вопрос местного значения. Кроме того, процессуально вопросы муниципального земельного контроля определяются нормами муниципального права (порядок осуществления), но содержание определено нормами земельного права (ст. 72 ЗК РФ), и это также дает основание рассматривать его как отдельный вопрос местного значения городского округа.

Решение такого вопроса местного значения, как создание собственного механизма муниципального земельного контроля и принятие соответствующего нормативного правового акта, необходимо начать с того, чтобы определить органы местного самоуправления, осуществляющие муниципальный земельный контроль, и по возможности определить перечень тех вопросов местного значения, решение которых связано с использованием территории муниципальных образований.

В соответствии со ст. 72 ЗК РФ муниципальный земельный контроль осуществляется органами местного самоуправления или уполномоченными ими органами. Данная формулировка позволяет сделать вывод, что в осуществление муниципального земельного контроля задействован не один орган местного самоуправления. Законодателем в качестве уполномоченных органов рассматривались функциональные и территориальные органы местной администрации, которые наделены собственными полномочиями, в том числе и по осуществлению муниципального земельного контроля. Задачи по осуществлению муниципального земельного контроля могут изменяться в силу различных причин, что может повлечь либо уменьшение, либо увеличение количества органов местного самоуправления, обязанных принять участие в их решении.

Мы предлагаем разделить на две группы все органы местного самоуправления или уполномоченные ими органы по осуществлению муниципального земельного контроля: органы общего контроля и органы специального контроля. В основе такого разделения учитывается следующее. В рамках административной реформы⁹ должны быть разграничены функции контроля и надзора от функции управления. При этом

⁹ Распоряжение Правительства РФ от 25.10.2005 № 1789-р (ред. от 10.03.2009) «О Концепции административной реформы в Российской Федерации в 2006 – 2010 годах»; Указ Президента РФ от 23.07.2003 № 824 «О мерах по проведению административной реформы в 2003–2004 годах»// СЗ РФ. 28.07.2003. N 30. Ст. 3046.

комитеты, отделы и управления администрации отраслевых (функциональных) территориальных органов местной администрации, выполняющие функции управления использованием земель, обязаны контролировать использование земель территории муниципальных образований в пределах полномочий органов местного самоуправления как органы общего муниципального контроля. Органы специального муниципального земельного контроля будут контролировать выполнение функций управления органами местного самоуправления. Это не обязывает к созданию дополнительного отдела и соответственно численности муниципальных служащих в случае отсутствия необходимости, так как эти обязанности могут выполняться временными комиссиями. Правовое обеспечение деятельности органов, осуществляющих общий муниципальный земельный контроль и специальный муниципальный контроль, осуществляется в соответствии с нормами федерального законодательства, законов субъектов федерации и муниципальных правовых актов, исходя из целей и задач муниципального земельного контроля по использованию территории муниципальных образований.

Система органов муниципального земельного контроля должна представлять конструктивно связанные элементы общего и специального муниципального земельного контроля, выполняемого функциональными и территориальными органами местного самоуправления во взаимодействии с органами территориального общественного самоуправления в соответствии с порядком, установленном нормативными правовыми актами органов местного самоуправления. Правовое обеспечение работы этих органов осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальными правовыми актами. Наряду с принятием основного нормативного правового акта для обеспечения муниципального земельного контроля вышеуказанная система будет работать с достаточной эффективностью, если все вопросы общего муниципального земельного контроля будут заложены в положениях функциональных, территориальных органов и органов территориального общественного самоуправления. Специальный муниципальный земельный контроль на альтернативной основе может выполняться как функциональным органом, действующим на постоянной основе, так и уполномоченным органом путем создания комиссии муниципального земельного контроля на основании утвержденного положения. В функциональных территориальных органах для конкретных лиц должны быть разработаны должностные инструкции, в соответствии с которыми они будут выполнять обязанности по осуществлению муниципального земельного контроля.

Таким образом, создание системы контроля за использованием земель муниципальными образованиями на основе закона может обеспечить поставленные государством задачи по обеспечению интересов населения муниципальных образований в области использования земель территорий, где оно проживает.

Кузнецов А. С.

аспирант,

Российская академия предпринимательства

Проблемы кооперации потребительского рынка на муниципальном уровне

В статье рассматриваются актуальные проблемы кооперации потребительского рынка на различных уровнях управления, в том числе на муниципальном. Приведены особенности кооперации, присущие российскому потребительскому рынку, взаимодействию его участников, в первую очередь предпринимательских структур, с учетом зарубежного опыта.

Ключевые слова: потребительский рынок, кооперация, муниципальные структуры, управление, товары, конкуренция, функционирование, объединения, ассоциации, закупочные конторы, оптовые рынки, координация, исследование, потребление, транспортировка, хранение, опыт, реализация, приватизация, страна.

Problems of cooperation of the consumer market at municipal level

In article actual problems of cooperation of the consumer market at various levels of management, including on the municipal are considered. The features of cooperation inherent in the Russian consumer market, interaction of its participants, first of all enterprise structures, taking into account foreign experience are given.

Keywords: consumer market, cooperation, municipal structures, management, goods, competition, functioning, associations, associations, purchasing offices, wholesale markets, coordination, research, consumption, transportation, storage, experience, realization, privatization, country.

Российские торговые предприятия, как показывает опыт их функционирования, сталкиваются с множеством экономических проблем на всех уровнях своей деятельности, в том числе и на муниципальном. Наряду с такими проблемами как закупка, транспортировка, хранение товаров и продукции, финансирование, следует назвать также проблемы заключения, реализации и контроля за исполнением договоров. Существует множество организационных и технических задач, с которыми отдельные торговые предприятия часто не справляются. Объясняются эти трудности в первую очередь тем, что во время перехода от плановой экономики к рыночной большая часть старых структур были ликвидированы и некоторые, хотя и продолжают существовать, но не функционируют, и

вместо них сразу не сформировались новые. Особенно эти трудности проявляются при осуществлении предпринимательской деятельности на потребительском рынке в муниципальных структурах. Так например, это проявилось в закупочной деятельности, когда на смену иерархическим отношениям поставок между производителями, оптовой и розничной торговлей в рамках государственных торговых организаций еще не пришел обновленный потребительский рынок, в условиях которого партнеры, включая и предпринимательские структуры, эффективно сотрудничают на благо потребителя. Вследствие инфляции и неустойчивого функционирования рыночной системы предприятия имеют большие проблемы с оплатой товаров или осуществлением инвестиций. В отношении же гарантий по договорам и разрешении возникающих споров и претензий немаловажную роль играют загруженные делами суды и недостаточно обоснованные, а иногда и противоречивые законодательные нормативно-правовые акты.

Смягчению влияния этих трудностей для торговых предприятий могут способствовать различные формы их кооперации. Под формами кооперационных объединений понимаются различные возможности для предприятий оказывать друг другу поддержку при решении различных производственных проблем, с одновременной конкуренцией между ними. Кооперационные объединения в западной рыночной экономике зарекомендовали себя как эффективное решение существующих проблем¹.

Этот опыт не может быть просто перенесен, он должен быть адаптирован к российским условиям и его развитие должно учитывать специфику деятельности торговых структур в условиях российской действительности.

Под кооперацией понимается сотрудничество двух или нескольких самостоятельных предприятий на основе добровольных соглашений в целях повышения их конкурентоспособности. Кооперационное объединение должно создаваться с целью более эффективного решения производственных задач, чем это возможно на индивидуальной основе. Основными сферами кооперации торговых предприятий на муниципальном уровне могут стать:

- закупочная кооперация (например, в сфере закупки товаров, финансирования, приобретения производственных помещений, привлечения производственных помещений, привлечения персонала);

¹ Сипко Л.А., Наговицина Л.П. Актуальные проблемы потребительской кооперации. М.: МУПК, 2010. С. 19–20.

- кооперация в сфере транспортного и складского хозяйства;
- сбытовая кооперация (например, в области ценовой политики, условий закупки, политики ассортимента, организации сбыта, формирования путей сбыта, рекламы или сервиса);
- управленческая кооперация.

В зависимости от партнеров по кооперации выделяются следующие ее виды:

1. Горизонтальная кооперация – наблюдается там, где сотрудничают предприятия, находящиеся на одной хозяйственной ступени (например, несколько производителей, сбытовых предприятий оптовой торговли или несколько предприятий розничной торговли).

2. Вертикальная кооперация – имеет место, когда предприятия не скольких хозяйственных ступеней работают вместе (например, производители и оптовая торговля, производители и розничная торговля).

Если оптовая торговля хочет утвердиться по отношению к своему поставщику или покупателю, то она сама должна стать участником горизонтальной кооперации в сфере закупки или сбыта.

Задачей формирования ассортимента (планирование, политика в этой области) является приспособление ассортимента к постоянно меняющимся условиям рынка. Если расширение ассортимента или мощностей невозможно (скажем, вследствие недостатка помещений, трудностей с закупками или финансированием), то кооперация по ассортименту между несколькими предприятиями оптовой торговли могла бы способствовать расширению ассортимента, а значит, сохранению основной массы покупателей, а также обеспечению сбыта.

Закупочные конторы являются «непрямой» кооперацией торговых предприятий в сфере закупок, поскольку они имеют собственную правовую форму (например, общество с ограниченной ответственностью). Они могут действовать от собственного имени и за счет предприятий оптовой торговли, которые их организуют. Наряду с закупками закупочная контора может оказывать предприятиям оптовой торговли дополнительные услуги, например, решать управленческие задачи (скажем, вести бухгалтерский учет, составлять статистические материалы, проводить производственные сравнительные анализы) и осуществлять рекламные мероприятия. Кооперируясь в сфере сбыта, предприятия оптовой торговли могли бы пользоваться услугами крупных оптовых рынков и торговых домов, которые относятся к центрам оптовой торговли.

Под крупными оптовыми рынками понимаются проводимые регулярно в определенных местах, как правило, на крытых площадках рыночные распродажи, организуемые оптовой торговлей. Чаще всего, та-

ким образом, производится торговля скоропортящимися товарами. Преимущество кооперации в целях проведения рекламы состоит, в том, что при имеющемся круге лиц, области и времени распространения затраты на рекламу составляют лишь часть общих затрат, которые должны быть использованы на проведение рекламы в целом. Недостатком, видимо, является то, что при проведении рекламы по одному продукту или для фирменной группы имидж отдельного предприятия не формируется. Вертикальная кооперация предприятий оптовой и розничной торговли может быть представлена добровольными цепочками. Под добровольными торговыми цепочками понимаются кооперационные объединения предприятий оптовой и розничной торговли одной отрасли с целью осуществления совместной стратегии на рынке (политика сбыта). Толчок образованию добровольных торговых цепочек обычно дают предприятия оптовой торговли. Целью добровольной цепочки является, как правило, противодействие тенденциям исключения (например, отстранения оптовой торговли вследствие организации закупочных объединений, образованных предприятиями розничной торговли, или осуществления производителями прямого сбыта).

Кооперация между производителями и торговыми предприятиями на потребительском рынке может осуществляться в форме представительств предприятий, сбытовых объединений либо франшизы².

Под сбытовыми объединениями понимается система договоров между производителями и предприятиями торговли с целью сбыта продукции лишь по определенным путям сбыта (каналам) и лишь в определенное время. В России нельзя недооценивать возможности создания систем франчайзинга. С помощью иностранного партнера в качестве лицензиара франшизы может быть создана эффективная система в сфере торговли продуктами питания и потребительскими товарами. Благодаря совместной организации закупок несколькими предпринимателями в сфере розничной торговли может возрасти мощь и этой группы по отношению к поставщикам.

С этой целью на уровне розничной торговли может быть сформирована закупочная кооперация, в том числе и на муниципальном уровне. Такая кооперация позволит получать больше информации о поставщиках, товарах и закупочных ценах. Кроме того, группа предприятий располагает большими финансовыми средствами, чем отдельно взятый магазин. В рамках кооператива могут быть совместно разработаны кон-

² Кущегеров Р.М. Кооперация и рынок. М.: Издательство «Пул», 2008. С. 142.

цепции маркетинга и рекламы. Далее могут быть созданы торговые марки и организован селективный сбыт определенных продуктов (эксклюзивное предложение). В этом случае членами кооператива будут продаваться товары, недоступные конкурентам. Деятельность кооператива может осуществляться, например, по следующим направлениям: закупки, формирование ассортимента, реклама, обучение персонала, исследование рынка, обмен опытом, консультирование.

Немаловажное значение для российских предпринимателей, имеет также организационная форма хозяйственных объединений. Из всего многообразия договорных объединений, существующих в мировой, а в последнее время и в отечественной практике, наиболее приемлемыми для торговли следует признать хозяйственные ассоциации, концерны и консорциумы, выступающие в качестве вспомогательных управленческих структур, в особенности на муниципальном уровне, и ориентирующие предприятия на наиболее эффективную деятельность в условиях рыночных отношений.

Названные виды договорных объединений могут образовываться по отраслевому, территориальному или иным принципам в целях координации деятельности, обеспечения защиты прав учредителей, представления общих интересов в соответствующих государственных и иных органах.

Под хозяйственной ассоциацией понимается добровольное объединение предприятий, организованное для решения ограниченного круга задач, как правило, не заменяющих и не централизующих основные виды деятельности участников, а лишь способствующих, в конечном счете, укреплению финансовой устойчивости предприятий — участников.

Самое широкое распространение хозяйственная ассоциация может получить в розничной торговле, в том числе и на муниципальном уровне. С одной стороны, это объясняется тем, что для образования данного вида договорного объединения относительно хорошо развита базовая структура розничных торговых предприятий с различными формами собственности. С другой стороны, ассоциация практически не ограничивает экономическую свободу предприятий — участников, предполагая определенные выгоды. В конкретных условиях ведения розничной торговли достаточно эффективными, очевидно, могут оказаться ассоциации предприятий, базирующихся на коллективной или индивидуальной форме собственности, создаваемые с целью укрепления позиций предпринимательства. Не составляет исключения и оптовая торговля. Анализ показывает, что создаваемые в оптовом звене

ассоциации ставят перед собой задачи содействия насыщению рынка товарами, укрепления материально-технической базы, рационализации использования всех видов ресурсов, решения социальных вопросов, развития новых производств по выпуску дефицитных товаров народного потребления (на основе создания при ассоциациях малых предприятий), развития новых форм внешнеэкономического сотрудничества. Достижению поставленных целей на муниципальном уровне в наибольшей степени, может способствовать создание ассоциаций по товарному признаку: оптовых предприятий по торговле изделиями легкой промышленности, оптовых предприятий по торговле товарами культурно-бытового и хозяйственного назначения.

Примером региональной ассоциации является создание в Санкт-Петербурге Лиги предпринимателей торговли Санкт-Петербурга и Ленинградской области³. Экспортно-аналитический совет Лиги создал крупную торговую фирму, которая объединила в себе (и экономически, и юридически) по 10–15 устойчиво работающих предприятий. Это позволило добиться увеличения оборота. Такая фирма является крупным партнером товаропроизводителей на местном рынке и обеспечивает продвижение национальных товаров на рынок. В дальнейшем предполагается создание целой корпорации с участием банков, товаропроизводителей и розничного звена. Корпоративные взаиморасчеты через пластиковые карты при этом позволяют решить проблему неплатежей и недоплат.

Многообразие задач и целей, которые могут поставить перед собой учредители ассоциации, обуславливает многообразие ее функций. Анализ практики функционирования торговых ассоциаций в нашей стране и за рубежом показывает, что эти виды добровольных объединений предприятий могут выполнять следующие функции:

- координация деятельности входящих в их состав предприятий-участников;
- защита и представление интересов участников в органах государственного управления, арбитраже и суде, международных органах и организациях;
- исследование рынка потребительских товаров региона деятельности и представление предприятиям конъюнктурных образцов и прогнозов;
- анализ, обобщение, распространение и внедрение в практику торговли передового опыта, достижений научно-технического

³ Шаланов Н.В. Исследование развития региональной системы торговли. М.: Наука, 2008. С. 243–245.

- прогресса в области организации, транспортировки, хранения и реализации товаров народного потребления;
- поиск контрагентов и оказание помощи в заключении договоров, юридическая экспертиза заключаемых сделок и соглашений;
 - подготовка кадров в области менеджмента, маркетинга, стратегического планирования и управления, а также других направлений;
 - решение вопросов социального развития коллективов предприятий, входящих в ассоциацию;
 - содействие во внешнеэкономической деятельности предприятий, осуществление бартерных и других внешнеторговых сделок;
 - создание производственной инфраструктуры и другие функции.

Необходимо отметить, что торговые ассоциации, могли бы создаваться по некоторым из нижеследующих признаков:

- региональные (районные, городские, муниципальные) и межрегиональные;
- товарные (наиболее присущи оптовым предприятиям определенной товарной специализации) или потребительские (предприятия по обслуживанию определенных потребностей покупателя — в товарах и услугах определенного комплекса);
- межотраслевые или межподотраслевые (оптовая и розничная торговля);
- зависящие от типа предприятий — участников (ассоциации универсамов, универсамов и т.п.);
- зависящие от формы собственности предприятий (ассоциация частных, коллективных и других предприятий);
- зависящие от размеров деятельности предприятий (ассоциация малых предприятий);
- другие признаки, в том числе, смешанный, функциональный и т.п.

Относительно меньшее развитие в торговле может получить консорциум — временное объединение на договорной основе нескольких предприятий, осуществляемое в целях координации их деятельности при решении конкретной затратной задачи или крупной целевой программы. При выполнении поставленной перед консорциумом задачи он прекращает свое существование либо преобразуется в другой вид договорного объединения⁴.

⁴ Панкратов Ф.Г. Вопросы интенсивного развития кооперативной торговли. М.: МКИ, 2009. С.18.

По признаку взаимоотношений со сторонними организациями могут образоваться консорциумы закрытого и открытого типа. В первом случае в договорные отношения с третьими лицами может вступать одно из предприятий, выбранное остальными участниками консорциума, и несущее полную ответственность за выполнение всего комплекса обязательств. Отношения остальных участников консорциума строятся на договорной основе, где предусматривается, в том числе, доля участника в обязательствах, принятых на себя лидером. Лидером консорциума становятся обычно предприятия, имеющие наибольший удельный вес в выполнении поставленных перед консорциумом задач, знающие особенности избранной сферы деятельности или рынка сбыта предполагаемой продукции, принявшие на себя обязанности генерального подрядчика. Во втором случае в договорные отношения с третьими лицами вступает каждый участник консорциума, несущий полную ответственность по своим обязательствам.

По признаку членства, как показывает практика, консорциумы могут носить как исключительный, так и неисключительный характер. В последнем случае член консорциума оставляет за собой право участвовать в работе других консорциумов.

Образовавшие консорциум предприятия обычно сохраняют свою хозяйственную и юридическую самостоятельность, но подчиняются консорциуму в части решения поставленной перед ним задачи.

Образование консорциумов во внутренней торговле нашей страны может быть оправдано при выполнении комплексных программ с целевым централизованным финансированием. В розничной торговле такой консорциум может быть образован, скажем, при выполнении программы развития обслуживания населения. В этом случае в консорциальном соглашении должны, видимо, оговариваться размеры средств, размещаемых между участниками, виды и порядок осуществления работ, ответственность участников, сроки завершения программы и т.д.

Оптовыми предприятиями консорциум может быть создан для выполнения государственного заказа по закладке и хранению этими предприятиями конкретного резерва товарной массы, необходимой для удовлетворения государственных нужд либо нужд конкретного заказчика. Вполне реальное развитие в оптовом звене могут получить консорциумы при решении таких задач как развитие материально-технической базы, а также особых видов торговой деятельности, например, посылочной торговли.

Опыт функционирования отечественных и зарубежных объединений показывает, что принципиальная схема построения их внутренней структуры может предусматривать выделение следующих основных звеньев: высший орган управления, в котором представлены все участники; исполнительный орган, формируемый высшим и осуществляющий оперативно-хозяйственное руководство текущей деятельностью объединения; исполнительный аппарат, обеспечивающий подготовку и реализацию принимаемых решений; ревизионная комиссия, контролирующая всю финансовую деятельность, осуществляемую исполнительным органом и аппаратом.

С углублением рыночных преобразований в России первоначальное стремление, во что бы то ни стало разьединиться, сменилось необходимостью создания различного рода отраслевых и межотраслевых структур, торгово-промышленных, оптово-розничных, торгово-финансовых объединений. Такое объединение представляет реальную возможность оживить торговлю, расширить ассортимент, повысить качество торговых услуг. В настоящее время в России имеется около 100 тысяч различных объединений, в состав которых вошло три четверти общего наличия сетей предприятий розничной торговли и общественного питания⁵.

Необходимо, однако, отметить, что на втором этапе приватизации, когда активизировались процессы вторичной смены собственников и перераспределения собственности, неконтролируемый процесс образования объединений может привести к возникновению мощных частных торговых монополий взамен бывших государственных монополий. Последствиями такого монополизма могут стать необоснованный рост цен, сужение ассортимента товаров, реализация только выгодной и дорогостоящей продукции. Поэтому задача органов управления торговой сферой муниципальных структур — отслеживать возникновение таких тенденций. Для этого необходимо не только иметь четкую картину торговой инфраструктуры, но и тесно взаимодействовать с органами Госкомимущества и антимонопольными комитетами, участвовать в формировании местных программ приватизации и демополизации.

Кооперация и самоорганизация торговых предприятий — это, по сути дела, самоорганизация среднего класса — опора демократического развития общества. Следовательно, необходимо стимулировать и поддерживать кооперацию предпринимателей, ибо это есть мощный стимул и рычаг в развитии, в конечном счете, всей страны в целом.

⁵ <http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/>

Кузнецова Н. Н.

*аспирант кафедры «Менеджмент»,
Московский городской университет управления
Правительства Москвы,
САП Консультант, ЗАО «Делойт и Туш СНГ»*

Концепция управления нефинансовыми рисками в нефтегазовых компаниях

В статье рассматривается концепция управления нефинансовыми рисками в нефтегазовом секторе.

Ключевые слова: управление нефинансовыми рисками, нефтегазовая компания, IT-стратегия, облачные технологии, аутсорсинг, процесса мониторинга и контроля нефинансового риска.

The concept of non-financial risk management in the oil and gas companies

The article discusses the concept of non-financial risk management in the oil and gas sector.

Keywords: non-financial risk management, oil and gas company, IT-strategy, cloud technology, outsourcing, monitoring and control process of non-financial risk.

Управление нефинансовыми рисками является поддержкой бизнес-деятельности нефтегазовой компании. Управление нефинансовыми рисками включает формирование связей и отношений с компаниями, организациями и социальными группами из внешнего окружения (партнерами, конкурентами, регуляторами и т. п.), на которых оказывает определенное влияние деятельность нефтегазовой компании. Вместе с ними в систему управления нефинансовыми рисками входит формирование и сохранение связей со всевозможными властными и предпринимательскими структурами и физическими лицами, чьи действия или отношения могут или уже оказывают воздействие на компанию, а также все внутрикорпоративные отношения. Таким образом, система управления нефинансовыми рисками состоит из формирования, сохранения и развития многообразных по форме и разнообразных по содержанию связей и отношений компании с внешним миром, а также из связей и отношений внутри самой компании.

Очевидно, что каждая отдельно взятая нефтегазовая компания обладает конкретной и уникальной системой управления нефинансо-

выми рисками. Несмотря на разнообразие этих систем, можно определить унифицированные цель и основные задачи, детерминирующие процесс управления нефинансовых рисков любой нефтегазовой компании. Нефтегазовая компания рассматривается как социальный институт, который сам формирует общественные представления о себе, создает новые комбинации ресурсов и качественно новые стоимости для общества. В этом случае, управление нефинансовыми рисками в нефтегазовой компании — это одно из направлений современного управления нефтегазовой компании, изучающее проблемы управления нефинансовыми рисками, возникающими в деятельности самостоятельной хозяйственной компании. При этом компания сама формирует связи и отношения со своими стейкхолдерами, формирует свои ценности и правила, стимулирует личные инициативы.

Для эффективного бизнеса нефтегазовой компании необходимо выстроить ИТ-стратегию компании. Правильно выбрать ИТ-стратегию уже давно не означает просто сократить возрастающие ИТ-расходы. Такая стратегия как минимум высвечивает узкие места и помогает лучше выстроить основной бизнес. ИТ способны предложить бизнесу настоящие новации¹. Крупные нефтегазовые компании понимают, что нельзя жалеть деньги на информационные технологии, хотя это является дорогостоящим вложением в развитие нефтегазовой компании. «Затраты на развитие и модернизацию в целом определяются стратегией развития бизнеса компании»². Такая тенденция вообще характерна для крупных бизнес-структур: в общих затратах на ИТ от 20% до 50% приходится на инвестиции. Так, Сбербанк в первом полугодии 2012 г. потратил около 16 млрд руб. только на развитие ИТ-решений, и рост инвестиций составил 150% к аналогичному прошлогоднему периоду 2011 г. Газпромбанк по сравнению с предыдущим годом сохранил уровень инвестиций на развитие за первое полугодие при общем ИТ-бюджете в 158 млн. руб.

Одной из самой популярной ИТ-стратегий оказывается аутсорсинг. Ситуации, когда компании имеет смысл развивать собственную ИТ-инфраструктуру, единичные, и носят они скорее политический, чем технологический характер. «По прогнозам аналитиков, на Западе в ближайшие 5–10 лет наращивать свои мощности будут только крупные ИТ-компании и провайдеры связи, а остальные перейдут к потреблению ИТ как услуги»³. В США, например, к 2015 г. планируется 5%-

¹ Суть дела: Превращение в локомотив бизнеса//Ведомости. 05.09.2012.

² Евгений Соколов, руководитель практики аутсорсинга Accenture.

³ <http://www.youtube.com/watch?v=uDaPtOHZeRU>

ное увеличение госбюджета именно на аутсорсинг — до \$110 млрд в год»⁴. По оценкам «Техносерв», около 37% компаний корпоративного сегмента в России уже используют ИТ-аутсорсинг, а 28% из них планируют в 2012 г. увеличить эту статью расходов⁵.

Так как внедрение новейших ИТ-систем инициируют новые подходы и технологии управления, то представляется целесообразным и для осуществления управления нефинансовыми рисками в нефтегазовой компании «приспособить» ИТ-системы. Как известно⁶, одной из самых конкурентоспособных ИТ-систем является ERP—система SAP R/3 — самый известный продукт компании SAP AG-компании, производителя программного обеспечения для организаций. ERP-система SAP R/3 ориентирована на крупные и средние предприятия, разработана и реализуема компанией с начала 1990-х годов. Буква R из R/3 является начальной буквой слова «Realtime» и означает немедленную проводку и актуализацию данных, которые в рамках интеграции немедленно доступны всем заинтересованным отделам предприятия. Цифра «3» означает, что в системе реализована архитектура клиент/сервер приложений/система управления базами данных (трёхзвенная модель).

Специалисты по ИТ уверены, что будущее — за облачными ИТ-технологиями⁷. При традиционном ИТ-подходе каждому приложению нужен свой сервер и система хранения данных, в результате и то, и другое используется на 10–15% возможностей. В случае с облачными технологиями ИТ-ресурсы используются со значительно большей эффективностью — на уровне 60–70%. В США крупные компании экономят \$5 млн. в год и планируют сэкономить \$10 трн. в течение 10 лет на ИТ-инфраструктуре только за счет аутсорсинга и использования облачных технологий при этом⁸.

За облачными технологиями лежит будущее аутсорсинга, так как они позволяют получать именно столько ресурсов, сколько необходимо бизнесу в определенной ситуации, причем можно платить только за те вычислительные мощности, которые действительно пошли в дело. Благодаря облачным вычислениям можно получать необходимые ресурсы в нужный момент: при этом они не будут простаивать в остальное время и заказчик не понесет капитальные затраты на их приобретение»⁹.

⁴ http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/304541/prevraschenie_v_lokomotiv_biznesa

⁵ Суть дела: Превращение в локомотив бизнеса//Ведомости. 05.09.2012.

⁶ http://www.sap.com/cis/pdf/SAP_Maintenance.pdf

⁷ Суть дела: Превращение в локомотив бизнеса//Ведомости. 05.09.2012.

⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=uDaPtOHZeRU>

⁹ Там же.

Таким образом, использование готового продукта ERP-системы SAP R/3 для управления нефинансовыми рисками, является чрезвычайно актуальным и в будущем востребованным. Если сейчас ERP-систему SAP R/3 используют для управления финансовыми рисками, необходимо разработать модули и использовать SAP R/3 для управления нефинансовыми рисками в нефтегазовых компаниях. Для успешного развития нефтегазовой компании необходимо сформировать основные цели и задачи при участии ERP-системы SAP R/3. Это означает, что система отношений должна быть выстроена таким образом, чтобы она обеспечивала нефтегазовой компании возможность стабильной деятельности по всем направлениям ее бизнеса, предотвращая кризисные ситуации, минимизируя всевозможные нефинансовые риски и повышая стоимость её нематериальных активов. Рассмотрим основные задачи, решение которых целесообразно осуществлять в рамках IT-системы.

Задача 1. Переход на рейтинговую систему.

Процесс управления нефинансовыми рисками может быть эффективным, если созданная инфраструктура управления основана на надёжной рейтинговой системе. Рейтинговая система включает в себя все методы, процедуры, системы контроля и сбора данных, а также информационные системы, которые содействуют оценке нефинансового риска, присвоению внутренних рейтингов и качественным оценкам вероятности потерь и ущерба. Важным элементом системы является рейтинговая модель управления нефинансовыми рисками, которая включает показатели (атрибуты модели): подверженности нефинансовому риску, вероятности его проявления, уровня потерь в случае реализации нефинансового риска, ожидаемых потерь, непредвиденных потерь и другие параметры (индикаторы) бизнес-процессов. Набор атрибутов рейтинговой модели называют профилем нефинансового риска.

Процесс управления нефинансовыми рисками — это информационный процесс, состоящий из двух этапов: 1) стратегии управления нефинансовыми рисками и 2) процессного управления нефинансовыми рисками.

На этапе 1 решается задача определения целей управления на основе а) состояний внешней и внутренней среды нефтегазовой компании, политики управления нефинансовыми рисками; б) принципов, правил управления нефинансовыми рисками, показателей рейтинговой системы (потребностей).

На этапе 2 решается задача синтеза управляющих воздействий на основе рейтинговой модели управления нефинансовыми рисками. Про-

цессное управление состоит из идентификации, оценки, мониторинга, контроля и (или) минимизации нефинансовых рисков (включая выбор параметров модели). Общую задачу управления нефинансовыми рисками следует разделить на подзадачи так, чтобы поставленные бизнес-цели выполнялись и при этом не создавались конфликтные ситуации.

Задача 2. Схема вертикальной декомпозиции задачи управления нефинансовыми рисками. Термин «вертикальная» означает разбиение задачи на этапы и типы работ, в отличие от «горизонтальной» декомпозиции по потребителям бизнес-процессов. Все элементы схемы охвачены прямыми и обратными информационными связями, которые формируются в соответствии с утверждённой политикой (программой) управления нефинансовыми рисками на уровне организационного управления нефинансовыми рисками.

Эффективное решение задач управления нефинансовым риском достигается посредством: применения системного подхода (путём формирования замкнутой согласованной цепочки элементов: цели и планы — ресурсы — исполнители — процессы — угрозы — мониторинг и контроль — управление — эффект); улучшения процесса принятия решений (путём формирования понимания структуры бизнес-процессов, изменений в окружающей среде, угроз); эффективного использования ресурсов и капитала нефтегазовой компании; снижения степени неопределённости при осуществлении основной деятельности нефтегазовой компании; оптимизации бизнес-процессов, включая минимизацию нефинансового риска; защиты имущественных интересов нефинансовой компании, повышения квалификации сотрудников и улучшения общественной репутации нефтегазовой компании.

Задача 3. Идентификация рисков.

Анализ нефинансовых рисков включает идентификацию рисков и описание рисков. Идентификация рисков — процесс выявления нефинансовыми рисками, характерных для определённого вида деятельности нефтегазовых компаний, и определения их характеристик. Функциональное описание процесса идентификации нефинансовыми рисками приведено в Таблице 1.

Задача 4. Отчёт о нефинансовых рисках.

Основные положения отчёта об нефинансовых рисках должны быть чётко определены, а информация об нефинансовых рисках должна быть доступна для заинтересованных лиц. В этой связи нефтегазовым компаниям необходимо внедрять системы SAP R/3, которая позволяет организовать процессное управление нефинансовыми рисками. При системе SAP, нефтегазовая компания может использо-

Процесс идентификации нефинансовыми рисками

Входы	Функции	Выходы
1. План управления нефинансовыми рисками 2. Список источников нефин. риска 3. Классификатор направлений деятельности 4. Классификатор событий 5. Структурные модели БП 6. Данные (потери, индикаторы, ресурсы)	1. Сбор данных 2. Выявление источников нефин. риска 3. Классификация нефин. риска 4. Определение эффекта воздействия нефин. риска	1. Заполненные экспертные идентификационные формы 2. Причины, факторы, характеристики нефин. риска 3. Информация в БД нефин. рисков 4. Связи с другими БП

вать локальный ресурс компании для хранения основных положений отчёта об нефинансовых рисках.

Задача 5. Принятие решения, которое обеспечит минимальный уровень нефинансового риска.

Здесь под принятием решения понимается выбор из конечного множества альтернатив такого варианта, который обеспечит минимальный уровень нефинансового риска. Для современного и качественного управления нефинансовыми рисками предлагается внедрять модули для управления нефинансовыми рисками системы SAP R/3. Аналитическая отчетность и модуль по управлению проектами (engagement management) позволит проанализировать варианты принятия решения и выбрать наиболее выгодный и конкурентоспособный для нефтегазовой компании.

Задача 6. Мониторинг нефинансовых рисков.

Мониторинг нефинансовых рисков — систематическое наблюдение за состоянием нефинансовой компании в целях оценки, контроля и прогнозирования нефинансового риска. Мониторинг обеспечивает систематический контроль бизнес-процессов и оценку эффективности действий по управлению нефинансового риска на основе принятой системы индикаторов. Для каждого индикатора необходимо установить лимиты (пороговые значения), что позволит обеспечить выявление значимых для предприятия нефинансовых рисков и своевременное адекватное воздействие на них. Мониторинг нефинансового риска может проводиться как на уровне подразделений, так и в целом по компании. Полученную в процессе мониторинга нефинансового риска информацию о потенциальном изменении уровня нефинансового риска следует своевременно доводить до соответствующих органов управления, подразделений, служащих для принятия необходимых мер. Функциональ-

ное описание процесса мониторинга и контроля нефинансового риска приведено в Таблице 2.

Таблица 2

Функциональное описание процесса мониторинга и контроля нефинансового риска

Входы	Функции	Выходы
1. План управления нефинансовыми рисками 2. Информация базы данных нефинансовых рисков 3. Данные внутреннего аудита	1. Слежение за идентификацией нефинансовых рисков 2. Структурный анализ БП и операционного риска 3. Контроль выполнения плана управления нефинансовыми рисками 4. Контроль эффективности («план-факт» на основе индикаторов нефинансового риска) 5. Подготовка информации для ЛПР	1. Переработанный план управления нефинансовыми рисками 2. Корректирующие действия 3. Требования на реструктуризацию или реинжиниринг (если необходимо) 4. Отчёты

Таким образом, главными задачами мониторинга и контроля нефинансовыми рисками являются: приведение плана мероприятий противодействия нефинансовым рискам в соответствие с текущим состоянием направлений деятельности нефтегазовой компании отдельных бизнес-процессов, количественные и преимущественно качественные анализы нефинансовых рисков, дополнительная идентификация нефинансовых рисков в ходе технологического процесса.

Используемые источники

1. Суть дела: Превращение в локомотив бизнеса//Ведомости. 05.09.2012.
2. Конференция «Современный бизнес в России. Управление эффективностью бизнеса в условиях дефицита денежных средств». Сессия 1: На пути к достижению стратегических целей. Ускоряем внедрение инноваций: прогрессивные инструменты уже и в России. Часть 1. Б. Бобровников. Внедрение инноваций. Эл. ресурс: <http://www.youtube.com/watch?v=uDaPtOHZeRU>
3. http://www.sap.com/cis/pdf/SAP_Maintenance.pdf

Лихошерстова Г. Н.

*кандидат экономических наук, доцент,
НИУ «Белгородский государственный университет»*

Роль туристско-рекреационного кластера в формировании инновационно-ориентированной экономики региона

В статье уделяется внимание роли туристско-рекреационного кластера, участвующего в формировании инновационно-ориентированной экономики региона.

Ключевые слова: региональный кластер, туристский кластер, стратегия развития туризма.

Role of a tourist and recreational cluster in formation innovative focused economy of the region

The article focuses on the role of the tourist-recreation cluster, participating in formation of innovation-oriented economy of the region.

Key words: regional cluster, tourism cluster, the strategy of development of tourism.

В настоящее время широко используется кластерный подход к сегментированию региональной экономики в целях достижения глобальной цели — получения максимальной прибыли, способствующей развитию региона в целом. Формирование и развитие кластеров как общероссийских, так и региональных, отвечает как макропотребностям общенациональной экономики, так и микропотребностям предпринимательских кругов. Формирование кластера происходит на базе одного или нескольких крупных предприятий одной отрасли, конкурирующих на глобальном рынке, вокруг которых кооперируются предприятия сферы услуг, поставщиков сырья, финансовые институты и организации, научно-исследовательские организации, учебные заведения, администрации регионов, профессиональные и общественные организации. Важнейшую роль в кластерах играют сетевые институты, организующие взаимодействие субъектов кластера между собой, способствующие формальному и неформальному обмену знаниями, сотрудничеству между организациями. Региональный кластер, как субъект новой постиндустриальной экономики, является источником знаний. Механизмы поддержки принятия управленческих решений,

связанные с вопросами хранения корпоративных знаний, процедурами их извлечения и актуализации, должны функционировать в единой среде, связывающей всех участников кластера, — информационном пространстве, создание которого имеет ряд особенностей, поскольку аспекты информационной интеграции внутри кластера слабо изучены [1].

Объективно существующая дифференциация регионов РФ по уровню социально-экономического развития формирует на каждой территории свои условия и базу для развития сферы услуг, структуру и объемы их потребления населением, что в совокупности определяет направления развития потенциала туристско-рекреационного сектора в разрезе его видов, а также соответствующую систему управления. Это усиливает значимость формирования стратегии развития сферы услуг, анализа ее «макроэкономического фона» в регионе, прежде всего, динамики денежных доходов и расходов населения, как индикатора потребления, в том числе продукции сферы услуг.

Процесс территориальной организации туристско-рекреационного пространства и развития туризма представляет важную задачу для решения народно-хозяйственных проблем. Географическая проблематика проведения исследований туристско-рекреационного пространства связана с влиянием природных, социально-культурных ресурсов на развитие туризма, формированием и территориальной организацией туристско-рекреационных комплексов.

Очевидно, что в стратегической перспективе региональная политика в сфере туризма становится по актуальности в один ряд с политической федеральной в силу следующих обстоятельств. Во-первых, принятая в 2008 году «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 г.» (далее Стратегия) в принципе не в состоянии учесть специфику российских регионов, которые отличаются чрезвычайным разнообразием территорий, природно-ландшафтными, климатическими характеристиками, традициями, этническим составом населения, ремеслами, промыслами, составляющими уникальность и самобытность конкретной республики (области, края) и района. Во-вторых, необходимость разработки собственной политики в области туризма региона определяется возможностями данной отрасли решить широкий круг социально-экономических проблем. Мировой опыт свидетельствует, что с помощью туризма можно преодолеть неравномерность развития отдельных территорий региона, оживить региональную экономику за счет привлечения инвестиций, дополнительных поступлений доходов в местный бюджет; улучшить инфраструктуру; обеспечить занятость

населения и предотвратить внешнюю миграцию трудоспособного населения; поддержать предпринимательство и местную промышленность, обеспечив спрос на товары местных товаропроизводителей; улучшить экологическую обстановку за счет дополнительного финансирования природоохранных программ. В-третьих, грядущий передел всего мирового экономического пространства несет в себе возможности для занятия российскими туристическими компаниями и целыми регионами (с их уникальным туристическим и рекреационным потенциалом) новых конкурентных позиций. Применительно к туристическому комплексу России это предполагает эволюцию в области законодательства, развитие региональной инфраструктуры, внедрение разнообразных технологий, включая информационные, рекреационные и транспортные, развитие объектов и географии туристских центров, создание сетевого взаимодействия всех участников туристического сектора региона, внедрение новых технологий управления.

Представляется, что новые технологии управления должны системно воплотиться в региональных стратегиях по созданию и развитию конкурентоспособных туристско — рекреационных кластеров. Несмотря на то, что формирование региональных туристско- рекреационных кластеров является принципиально новым подходом к управлению развитием в России, в некоторых российских регионах (Москва, Санкт-Петербург, Татарстан, Самарская область, Бурятия) уже приняты подобные кластерные стратегии. Тема выделения и формирования отраслевых и региональных кластеров и кластерной политики с некоторых пор нашла отражение и в правительственных документах. Так, например, в «Концепции долгосрочного развития социально-экономического развития РФ до 2020г.» кластерная политика признана «новым институтом развития, способствующим снятию барьеров в развитии экономических связей». В то же время в мире кластерный подход широко и успешно апробирован как инструмент повышения конкурентоспособности отраслей и территорий. Стремительное развитие кластерных инициатив во всем мире обусловлено тем, что с начала 1980-х гг. экономическая наука и практика государственного управления за рубежом тесно связывает участие территории в глобальных обменах с кластерной формой территориально-отраслевой организации производства. Однако в современной экономической науке исследованы преимущественно промышленно-производственные и научно- технологические кластеры. Относительно методики формирования туристско-рекреационных кластеров, то в силу отмеченных выше стремительных изменений в туристской отрасли мировой экономики, теория данного вопроса являет-

ся неструктурированной и нуждается в дальнейшей разработке. Так, в ранее отмеченной Стратегии развития туризма в РФ задача создания туристско-рекреационных кластеров даже не поставлена, тогда как в семи туристско-рекреационных зонах, создание которых законодательно объявлено еще в 2008 г. на территории Калининградской и Иркутской областей, Краснодарского, Ставропольского и Алтайского краев, а также в республиках Бурятия и Алтай, лежат принципы кластерной организации [2].

Основываясь на принятой методологии кластерного анализа и общих принципах кластерной теории, предлагается ряд положений по обоснованию эффективности кластерного подхода к развитию туризма, а также исследованию проблематики и перспективы создания туристско-рекреационного кластера в Южном федеральном округе (ЮФО). При этом под туристским кластером предлагается понимать группу географически локализованных взаимосвязанных компаний, поставщиков специализированных услуг, инфраструктуры, образовательных центров органов государственной власти и других организаций, взаимодополняющих друг друга и ориентированных на удовлетворение общественных потребностей в туризме и рекреации.

Регион, производство в котором сформировано по кластерному принципу, принято называть сетевым. Сетевая организация экономического пространства является проекцией производственных сетей на территорию — так называемые сети, привязанные к месту (*networks of place*). Она основана на том, что включает в себя автономные и взаимозаменяемые звенья — производственные комплексы и предприятия. Также как и в случае с промышленным кластером, экономическая мощь рекреационного региона, должна определяться не физическими объемами туристских услуг, а мобилизационным ресурсом всей сети, ее общим влиянием на национальные и глобальные обмены региона. Эффект мобилизации сети позволит быстрее и более гибко реагировать на изменения в системе глобального обмена. *Tourist Networks of Place* (туристские сети региона) формируют своеобразную «матрицу капитализации», которая обеспечивает «дооценку» активов, попадающих в сетевой регион: перемещение на его территорию дает работнику возможность повысить стоимость своей рабочей силы; формирование сети предприятий по перемещению, размещению, питанию, рекреации и анимации туристов позволяет повысить стоимость земли, на которой они размещены и т. д. Туристская сеть, образующая структуру кластера региона, тем самым добавляет к капиталу размещенных в нем предприятий своеобразную «территориальную маржу».

По М. Портеру, неотъемлемый целевой атрибут и главное свойство кластера — его конкурентоспособность в национальном и мировом хозяйстве. Следуя данной логике, туристский кластер должен быть, открыт для глобального рынка и в этом смысле является частью мировой экономики. Этот тезис подтверждается выводами целого ряда авторов, исследующих теорию и международную практику функционирования кластеров, которые солидарны с мнением М. Портера, что без участия в глобальном обмене и управлении потоками ценностей открытость территории, даже будучи закрепленной в публично-правовой интеграции государств и регионов в зоны свободной торговли и экономические союзы, в эпоху развития глобализации не означает наличие на этой территории полноценного кластера. В частности, отмечают В. Княгинин и П. Щедровицкий, невзирая на огромные средства, направляемые ЕС на развитие юга Италии, пока не удалось сократить отставание данного региона от северных районов страны. Присоединение к ЕС Великобритании и Греции также не привело к автоматическому решению региональных проблем этих стран.

Опираясь на известные исследования, предлагается ряд отличительных признаков, которыми должен обладать туристско-рекреационный кластер:

- темп прироста продукции кластера превышает средний темп прироста ВРП;
- конкурентоспособность кластера с учетом удельных затрат и качества продукции не уступает конкурентоспособности соответствующих секторов экономики других стран и регионов;
- происходит устойчивое кооперирование отраслей, входящих в кластер, формирование на этой основе агломерационных процессов и сетевых форм организаций;
- развитие информационных и маркетинговых связей между предприятиями кластера осуществляется на основе современных технологий, в рамках межрегиональной экономической интеграции формируются недостающие звенья цепочки создания стоимости, общие стандарты производства, поставок и управления, активно развиваются туристические бренды.

Эффект туристско-рекреационной кластеризации проявляется в том, что для эффективного использования рекреационных ресурсов в регионе появляются более прогрессивные формы для исполнения мультипликативных функций, дополнительных к хозяйственному комплексу региона, которые в конечном счете, проявляются в устойчивом развитии самого региона. Ключевые ценности наряду с формирова-

нием территориальных кластеров (туристско-продуктовых цепочек), комплексным освоением территории институциональным инвестором, маркетинговой стратегией и встраиванием в туристские продукты большого масштаба (сети) отражают освоение новых технологий развития российского туризма. Кластер является реальным механизмом сотрудничества в проведении совместной деятельности всех заинтересованных акторов, туристского инвайронмента, с целью реализации программ и планов, направленных на эффективизацию туристского направления в развитии города, области, региона. Кластеры призваны регулировать взаимоотношения частных компаний и государственных структур. Важно использовать существующие межотраслевые связи и работать в пользу сотрудничества государственного и частного сектора, развивать диалог и отраслевые профессиональные ассоциации. Для принятия решения о создании и развитии кластера необходимо накопить критическую массу знаний по многим вопросам. В настоящее время исследователями предлагается ряд характеристик, комбинации которых обосновывают выбор определенной кластерной стратегии: географическая, горизонтальная, вертикальная, латеральная, технологическая, фокусная, качественная. Неотъемлемой составляющей кластера является физическая инфраструктура - автомобильные и железные дороги, инфраструктура гостеприимства и досуга, научно-информационное обеспечение. Поэтому, туристский кластер является специфической формой пространственной организации индустрии туризма, позволяющей синтезировать изучение устойчивости туристской системы как социально-экономического феномена с анализом последствий туристской деятельности и значения индустрии туризма для устойчивого регионального развития [3].

Таким образом, туристско-рекреационный кластер – географически соседствующие взаимодействующая группа субъектов предпринимательства и бизнеса, общественных организаций и связанных с ними органов государственного управления, формирующих и обслуживающих туристские потоки, использующие туристско-рекреационный потенциал территории.

Туристско-рекреационный кластер – сконцентрированная на определенной территории группа социальных институтов сферы туризма и гостеприимства: туристские операторы, туристские агенты, средства размещения, организации общественного питания, транспортные компании, вузы, научно-исследовательские институты, органы государственной власти и др., взаимодополняющие и усиливающие конкурентные преимущества отдельных компонентов и кластера в целом [4].

Кластерный подход в сфере регионального управления, предполагает отказ от традиционной системы отраслевых приоритетов и переход к политике государственной поддержки конкурентоспособных кластеров взаимосвязанных компаний. Систематизированный подход к формированию и управлению кластерами как территориальными современными формами объединений, основывается на использовании механизма алгоритма их синтеза, который позволяет сформировать кластерные экономические образования, идентифицировать их основные параметры и стратегические направления развития.

Следовательно, для поддержания высокоэффективного механизма управления региональным туристско-рекреационным развитием, региональная система управления должна стремиться к созданию инновационных кластеров на своей территории, т.к. это является одной из форм реализации возможностей устойчивого, а не инерционного, развития.

Используемые источники

1. Сафиуллин М.Р., Сафиуллин Л.Н., Сафиуллин Н.З. Анализ конкурентоспособности России за 2010–2011 гг. (по материалам всемирного экономического форума) // Экономический вестник РТ. 2010. № 4.
2. Багаутдинова Н.Г. Главные задачи государственной образовательной политики: из опыта развитых стран // Проблемы современной экономики. 2002. № 3/4.
3. Багаутдинова Н.Г. Формирование промышленных кластеров на основе вертикально-интегрированных компаний как фактор устойчивого развития региональной экономики // Экономика и управление. 2009. № 1.
4. Махновский Д.Е. Управление региональным туристско-рекреационным комплексом в условиях глобализации // Общество. Личность. Культура : Сб. научн. трудов. Белгород – Санкт-Петербург, 2007.

Ложкин А. Г.

*кандидат экономических наук, соискатель,
ФГБОУ ВПО «Уфимская государственная
академия экономики и сервиса»*

Социокультурные факторы трансформации сетевых форм предпринимательства в современной России

Существенное повышение внимания к проблемам развития предпринимательских сетей в современной России основано на значительных преимуществах данной модели предпринимательского взаимодействия. Тем не менее, значительная часть исследований, посвященных вызовам сетевизации экономики, опирается на изучение проблем глобализации экономики и внедрения новых технологий, облегчающих взаимодействие предприятий, оставляя в стороне социокультурные факторы трансляции сетевых форм предпринимательства в отечественной экономике.

Ключевые слова: предпринимательские сети, социокультурные факторы.

Social and cultural factors of transformation of network forms of business in modern Russia

Essential increase of attention to problems of development of enterprise networks in modern Russia is based on considerable advantages of this model of enterprise interaction. Nevertheless, the major part of the researches devoted to challenges of a turning to the network of economy, relies on studying of problems of globalization of economy and introduction of the new technologies facilitating interaction of the enterprises, laying aside sociocultural factors of translation of network forms of business in domestic economy.

Keywords: Entrepreneurial networks, sociocultural factors.

Значительные перемены в нашей стране, обусловленные масштабной трансформацией социально-экономической сферы, помимо прочих атрибутов, характеризуются процессами «сетевизации» экономики — тенденции, не получившей в настоящее время серьезного осмысления ни со стороны ее генезиса, распространения и дальнейших перспектив развития в российских социокультурных условиях, ни со стороны однозначного толкования влияния феномена сетевого предпринимательства на собственно экономические процессы и их динамику.

1. Социокультурное значение и внеглобализационные особенности развития предпринимательских сетей

Рядом авторов полагается, что выход сетей за пределы собственно промышленного сектора и их активное распространение в других сферах, ознаменовавшие новый этап внимания к сетевым взаимодействиям в экономике, обусловлены глобализацией экономики и внедрением новых технологий, облегчающих взаимодействие предприятий, а также расширением сферы услуг.

Результаты работ зарубежных исследователей (среди наиболее значимых из которых следует отметить Й. Йохансона, Х. Хаканссона, И. Снехоты, М. Кастельса, Г. Минса, Д. Шнайдера, Ф. Котлера, Р. Ахрола и ряда других) показывают значительные преимущества сетевой организации бизнеса в этих условиях.

И действительно, активное зарождение и развитие в России сетевых форм предпринимательства в настоящее время обуславливается наличием таких преимуществ, реализуемых в обстоятельствах, характерных в том числе и для отечественной экономики, что актуализирует их научное осмысление российскими исследователями.

Вопросам исследования сетевых процессов в экономике, в первую очередь, в предпринимательстве, посвящены работы многих отечественных ученых, среди наиболее значимых из которых следует отметить работы А.Стерлина, А.Ардишвили, О.Третьяк, В.Масленникова, С.Авдашевой, В.Дементьева, В.Радаева и ряда других.

Тем не менее, несмотря на глубину исследований, механика реализации сетевых преимуществ в отечественных условиях наталкивается на ряд условий, отличных от упомянутых, в том числе: а) существенной дифференциации внешней экономической среды, в которых действует предпринимательство; б) разных исторических условий формирования и функционирования института обычаев делового оборота и предпринимательского взаимодействия; в) различия ценностных установок и поведенческих стратегий предпринимателя.

В этой связи изучение механизмов трансляции сетевых форм предпринимательства в России, не может ограничиваться проблемами глобализации экономики и внедрения новых технологий, облегчающих взаимодействие предприятий, а также расширения сферы услуг.

Вопрос значительно шире. Косвенная оценка количественного и качественного изменения процесса «сетевизации» экономики основывается на запросах бизнес-сообщества и реакции просветительской и образовательной сфер на этот растущий спрос к новым формам оптимизации предпринимательской деятельности, росте тиражей и ко-

личества наименований литературы о предпринимательских сетях, росте публикаций в периодических изданиях, формировании настоящей индустрии бизнес-консалтинга.

Социокультурное значение предпринимательских сетей заключается во все большем его влиянии на формы реализации предпринимательской практики. В этой связи имеются и социально-эпистемологические предпосылки изучения тенденций «сетевизации» предпринимательства, выходящие, однако, за рамки настоящего исследования. Это знание о сетевом взаимодействии имеет множество форм различной степени объективности, верификации и объяснительной способности, начиная от теоретических научных концепций до популярной периодики. Многообразие порождает неоднозначность статуса и роли предпринимательской сети в экономике.

2. Социокультурное влияние на характер развития предпринимательских сетей

По большому счету, взаимодействие собственно социокультурных институтов само носит сетевой характер. Такая характеристика позволяет предположить трансляцию внутреннего институционального обустройства на институт предпринимательства.

Как отмечает И.М. Реморенко¹, сеть – совокупность институций, выполняющих определенную функцию.

С.Г. Кирдина² отмечает, что «... институциональная матрица – это триединая социальная форма; она представляет собой систему экономических, политических и идеологических институтов, находящихся в неизменном соответствии. Схематическое изображение институциональной матрицы в виде треугольника – жесткой фигуры – обращает наше внимание на жесткость связи между базовыми институтами, их взаимообусловленность» (рис. 1).

Исследования С.Г. Кирдиной позволяют установить, что для России и её регионов характерна X-матрица, которая образована следующими базовыми институтами:

- в экономической сфере – институтами редиистрибутивной экономики: обязательное опосредование центром движения ценностей и услуг, а также прав по их производству и использованию;
- в политической сфере – институтами унитарного политического устройства;

¹ Реморенко И. М. Разное управление для разного образования. СПб., М.: Агентство образовательного сотрудничества. 2005.

² Кирдина С. Г. Институциональные матрицы и развитие России. Новосибирск: ИЭ и ОПП СО РАН. 2001. С. 59.

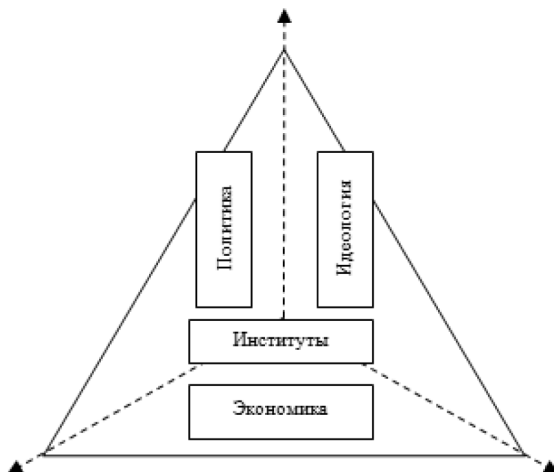


Рис. 1. Схематическое представление институциональной матрицы

- в идеологической — институтами коммунитарной идеологии, основное содержание которой состоит в доминировании коллективных, общих ценностей над индивидуальными, приоритете «мы» над «я»³.

Более того, как отмечают Н. В. Пинчук, М. С. Якушкина⁴, сегодня сети, которые создают условия для возможного действия, но не обеспечивают взаимный интерес субъектов, не столь важны. Появляются сети, порождающие новые человеческие отношения, поддерживающие реальные взаимодействия субъектов и идей (их сопоставление и возникновение новых идей). Цель такой сети — «поставить в известность», выработать новую связь, достичь изменения ее субъектов.

Смысл — во встрече разных и непохожих друг на друга участников сетевого взаимодействия. Иногда эти сети называют социально-функциональными или контактными.

М. Ю. Кожаринов⁵ характеризует сеть как структуру без центра, где есть множество узловых точек, относительно равноправных по отно-

³ Кирдина С. Г. Институциональные матрицы и развитие России.-Новосибирск: ИЭ и ОПП СО РАН. 2001. С. 65.

⁴ Пинчук Н.В., Якушкина М. С. Моделирование социокультурных сетей в процессе формирования образовательного пространства//Человек и образование. 2011. № 4 (29). С. 35–39.

⁵ Кожаринов М. Ю. Несостоявшаяся сеть малых школ: какова «критическая масса»?//Конференция «Сетевой подход в образовании» [Электронный ресурс].URL: <http://setilab.ru/modules/conference/view.article.php/>

шению друг к другу. Сеть, как отмечается исследователем, подразумевает разнообразие и прочность горизонтальных связей. Их плотность намного выше, чем в иерархичных структурах, и в целом они доминируют над вертикальными связями, определяя динамику развития сообщества. Такая плотность существования горизонтальных связей, по мнению М.Ю. Кожаринова, возможна только на определённом этапе развития общества, что связано с технологическими проблемами.

Тем не менее, развитие сетей не обуславливается лишь научно-техническим прогрессом. Само по себе развитие технологий, в первую очередь, информационно-коммуникационных технологий, выступает необходимым, но недостаточным условием сетевизации экономики. Его влияние явно коррелирует с положительным вектором развития исследуемого явления, но все же не может выступать определяющим.

Глубинная основа – влияние социокультурных факторов, формирующих иные – и не только положительные – векторы распространения предпринимательских сетей в глобальном обществе. Для настоящего времени характерно наличие ряда социокультурных тенденций⁶:

- нарастание социально-демографических проблем перенаселенности, одним из результатов которого становится реструктуризация социальной схемы общества на иных, нетрадиционных основаниях, формирование новой социально-культурной стратификации. Такие социальные регуляторы, как этническая, сословная и конфессиональная принадлежность человека, безусловно, сохраняют свою значимость, но лишь на микросоциальном уровне, при том, что макросоциальный уровень будет регулироваться главным образом транснациональными социально-профессиональными объединениями (концернами), отчасти концентрирующими в своих руках и политические функции управления глобальными процессами (прежде всего энергетику и информатику). Проявление повышения роли социально-профессиональных объединений мы видим не через развитие иерархических структур, а посредством уплотнения горизонтальных – сетевых – связей;
- существенное возрастание интенсивности материального и интеллектуального производства, а также социального управления на основе, во-первых, общего научно-технического развития (прогресса) цивилизации, и, во-вторых, дальнейшей дифференциации и углубления специализации в профессиональной деятельности, т.е. наступление эпохи доминирования специалистов. Эта общемировая тенденция

⁶ Флиер А.Я. Культурология для культурологов: Учебное пособие для магистрантов, аспирантов и соискателей, а так же преподавателей культурологии. 2-е издание, исправленное и дополненное. М.: МГУКИ. 2009. С. 659–672.

разделения труда, наблюдающаяся на всем протяжении истории человечества, в XX в. получила особенно интенсивный характер развития. В такой форме выражено решение дискуссии о выборе пути развития: эксплуатации метода интенсификации (экономия ресурсов и достижение целей за счет использования современных технологий, высокого качества подготовки и лучшего использования человеческого потенциала) или метода экстенсификации (основанном на прямом воспроизводстве традиционного образа жизни и деятельности). Интенсивный способ предполагает постоянное повышение качества человеческого потенциала. Специализация неразделима от кооперирования, реализуемого в новых условиях через сетевые механизмы;

- существенное уплотнение информационного поля, в котором живет человек, обретение новых принципов и способов упорядочивания и систематизации возрастающего потока информации. Сегодня общество стоит на пороге формирования принципиально нового способа систематизации и аккумуляции информации и, соответственно, обеспечения ускорения темпов прогресса в эффективности распространения и усвоения информации, в технологиях взаимодействия людей.

Имеется и ряд других особенностей, в числе которых радикальное упрощение массового среднего образования наряду с нарастанием уровня сложности отдельных областей профессионального знания, формирование крупной элитарной прослойки высококлассных специалистов международного уровня и пр.

3. Социокультурные особенности развития предпринимательских сетей в России

Теория институциональных матриц определяет, что действует принцип доминантности базовых институтов. Он выражается в том, что в каждом конкретном обществе базовые институты, характерные для его институциональной матрицы, доминируют над институтами комплементарными. Комплементарные институты носят вспомогательный, дополнительный характер, обеспечивая устойчивость институциональной среды в той или иной сфере общества⁷. Следовательно, в перспективе в России независимо от экономической, политической, международной конъюнктуры, будет полноценно реализовано главенство базовых институтов, характерных для российского общества, но при этом существенно обновятся и модернизируются формы, в которых они проявляются.

⁷ Кирдина С. Г. Институциональные матрицы и развитие России. Новосибирск: ИЭ и ОПП СО РАН. 2001. С. 69.

Продолжится поиск ниш для комплементарных институтов, являющихся в свою очередь базовыми в альтернативной институциональной У-матрице, для которой характерны: в экономической сфере – институты рыночной экономики; в политической сфере – институты федеративного политического устройства; в идеологической – институты субсидиарной идеологии, закрепляющие главенство личности в сравнении со всеми организациями, участником которых она является.

Следовательно, комплементарные институты могут работать не сами по себе, а в рамках, задаваемых институциональной матрицей нашего общества. Так, в сфере экономики речь идет о закреплении элементов рыночного механизма – конкурсности, выделении сегментов для индивидуального предпринимательства, четком правовом обособлении прав собственности на все объекты хозяйствования. Политическая жизнь дополняется законодательно регулируемыми выборами, элементами местного самоуправления. В идеологической сфере формируется понятие социального государства⁸.

Таким образом, имеются и отечественные особенности, в числе важнейших из которых стоит отметить следующие.

1. Рядом авторов описывается социокультурная особенность, выражающаяся в общественной традиции хозяйствования. Как отмечает Фихтнер О. А.⁹, средневековая торговля Руси носила ярко выраженный кооперативный характер, что нашло отражение в организации различных купеческих объединений, складничестве, устройстве гостинных дворов в крупных торговых центрах. Рыбиной Е. А.¹⁰ описано, что купеческие гильдии занимались не только организацией и обеспечением безопасности торговых поездок, но и гарантировали ее членам определенные привилегии в торгующей стране, строили собственные церкви, которые служили одновременно надежным хранилищем товаров.

2. Далее, существенное влияние имеет незавершенность переходных процессов развития экономики России. На начальном этапе рыночных преобразований было выявлено, что при декларировании экономической свободы на деле стереотипы прошлого еще продолжают действовать на общественное мировоззрение¹¹. На практике предпри-

⁸ Кирдина С. Г. Институциональные матрицы и развитие России. -Новосибирск: ИЭ и ОПП СО РАН. 2001. С. 64–65.

⁹ Фихтнер, О.А. Сетевая предпринимательская культура в России. // Экономический журнал. 2011 г. № 1 (21). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.economicarggu.ru/2011_1/fihtner.pdf.

¹⁰ Рыбина Е.А. Торговля средневекового Новгорода: Историко-археологические очерки. В.Норгород: Новгородский гос. университет им. Я. Мудрого. 2001 г.

¹¹ Юнусов И. А. Малое предпринимательство в условиях постиндустриальной эволюции национальной экономики: Дис. ... канд. экон. наук. Казань, 2006. С. 3–4.

нимательские активность и поведение, равно как и формы и цели предпринимательского — сетевого — взаимодействия «человека советского» в новых условиях весьма специфичны.

3. Сохраняющееся транзитарное состояние экономики, которое проявляется в противоречиях, складывающихся между обстоятельствами взаимодействия имеющихся производственных комплексов, связи между которыми сформированы в условиях «плановой» кооперации, и формированием новой среды, обеспечивающей воспроизводство на основе предпринимательской инициативы, где становление и развитие хозяйственных связей имеет существенные особенности и не подчиняется прежним закономерностям.

Трансформация хозяйственного механизма национальной экономики с необходимостью требует адаптации условий организации такого взаимодействия, т.е. изменения института хозяйственных связей. Однако прилагаемые организационно-экономические усилия в данном вопросе не обеспечивают превышение центробежных сил над центростремительными в сетевых процессах в предпринимательском сообществе.

4. Такая транзитарность накладывается на специфику процессов реформирования. Как указывает Т.А. Селищева, «одна из особенностей современного этапа развития российской экономики заключается в том, что в ней происходят параллельно два переходных процесса: к рынку и к информационной стадии развития... В экономике СССР сложились глубокие диспропорции между гражданской и военной экономикой, производством средств производства и предметов потребления, производственной и социальной сферами, сырьевой и обрабатывающей промышленностью и т.д. СССР, несмотря на созданную мощную индустриальную экономику, «пропустил» революцию в информационных технологиях, которая произошла в середине 70-х гг. XX в.»¹².

5. Повышенное внимание к технологическим факторам развития сетей предпринимательских структур оставляет в стороне тот факт, что информационные технологии суть есть способ — форма — обеспечения предпринимательского взаимодействия, тогда как собственно сетевое взаимодействие — это технология социальная. Наблюдающаяся сегодня вторичность содержания социальных технологий по отношению к форме — информационным технологиям — также выступает важнейшей

¹² Селищева Т. А. Структурные трансформации и проблемы формирования информационной экономики России: Дис. ... д-ра экон. наук. СПб., 2006. С. 5.

социокультурной особенностью, приводящей, однако, к постепенному повышению внимания исследователей к данному явлению.

Вне сомнения, данный список может и должен быть расширен. Значительная часть исследований, посвященных вызовам сетевизации экономики, опирается на изучение проблем глобализации экономики и внедрения новых технологий, облегчающих взаимодействие предприятий, оставляя в стороне социокультурные факторы трансляции сетевых форм предпринимательства. Тем не менее, рост значения развития предпринимательских сетей в современной России основано на значительных преимуществах данной модели предпринимательского взаимодействия и требует самого тщательного исследования.

Макарова О. В.

*аспирант,
Российская академия предпринимательства*

Управление человеческим капиталом как фактором увеличения рентабельности капитала организации

В статье рассматриваются подходы к определению понятий капитала и человеческого капитала. Выявлена взаимосвязь между практиками управления человеческим капиталом и эффективностью деятельности организации.

Ключевые слова: человеческий капитал, персоналистика, стоимость, капитал, рентабельность, производительность труда.

Management of the Human Capital as the Factor of Increase in Profitability of the Capital of the Organization

In the article approaches to definition of the concepts of the capital and the human capital are considered. The interrelation between practices of management of the human capital and efficiency of activity of the organization is revealed.

Keywords: human capital, personalistic, cost, capital, profitability, labor productivity.

Роль капитала в экономическом развитии организации определяет его как главный объект ее финансового управления. Уровень эффективности хозяйственной деятельности компании во многом определяется целенаправленным формированием объема и структуры капитала. Целью управления капиталом фирмы являются удовлетворение потребностей в приобретении необходимых активов и оптимизации структуры капитала для минимизации его стоимости и максимизации стоимости компании при допустимом уровне риска ¹.

В отечественной и зарубежной научной литературе понятие капитал имеет неоднозначную трактовку, несмотря на то, что это одна из самых употребляемых в экономической науке категория. Понятие капитала не имеет общепризнанного значения в силу многообразия форм и их проявлений.

¹ Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. Управление финансами: Учеб. пособие для вузов. 2-е изд. Перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. С. 405.

Традиционно говорят об экономическом и бухгалтерском подходах². Согласно экономическому подходу реализуется концепция физического капитала, согласно которой капитал рассматривается в широком смысле как совокупность ресурсов, являющихся универсальным источником доходов общества. В основе бухгалтерского подхода лежит концепция финансового капитала, согласно которой капитал — есть интерес собственников фирмы в ее активах.

Выбор той или иной концепции капитала (физического или финансового) важен при определении конечного финансового результата текущей деятельности фирмы, т.е. прибыли. Ковалев В.В. дает следующее общее понятие прибыли: «прибыль — это некий доход от операции, требовавшей изначальной инвестиции и (или) расхода, и проявляющийся в увеличении совокупного экономического потенциала (богатства) инвестора по окончании (фактическом или условном) данной операции»³.

Кроме экономического и бухгалтерского подходов Ковалев В.В. выделяет еще учетно-аналитический подход, являющийся комбинацией рассмотренных выше подходов⁴. При этом капитал как совокупность ресурсов характеризуется с двух сторон. С одной стороны, направления его вложения («...капитал как единая самостоятельная субстанция не существует и всегда облекается в некоторую физическую форму»). С другой стороны, источников происхождения ресурсов («... откуда получен капитал, чей он»).

Несмотря на различие подходов, единственно неизменным остается одно: капитал всегда рассматривается, как самовозрастающая стоимость.

В традиционном экономическом определении под капиталом понимают также накапливаемый динамичный хозяйственный ресурс, который воспроизводится благодаря конвертации своих форм (производственной, товарной, денежной) и выступает как самовозрастающая стоимость⁵. При таком определении ключевым свойством капитала является ликвидность, то есть способность прямо или косвенно, независимо от своих предметных форм, превращаться в денежную форму. В современной постиндустриальной экономике знание, а не материальный продукт становится основным источником стоимости. По-

² Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Изд-во Проспект, 2009. С. 768.

³ Там же. С. 474.

⁴ Там же. С. 769.

⁵ Радаев В. Понятие капитала, форма капиталов и их конвертация//Экономическая социология. 2002. Т. 3. С. 20–32.

является понятие когнитивной капитализации, определяющей процесс стоимостной оценки формализованного и неявного знания⁶. В знаниевой экономике возникает необходимость оценки знаний, интеллекта, опыта, культуры, которые имеют приоритетное значение в условиях информационного общества. Все они рассматриваются как нематериальная форма капитала, имеющего собственником человека. Возникают новые формы нематериального капитала – человеческий, интеллектуальный, социальный и прочие. Нематериальный капитал в той или иной мере вовлекается в хозяйственный оборот и преобразуется в различные виды объективированного капитала – материального или финансового. Сегодня нет единого общепринятого взгляда на сущность, структуру нематериального капитала. Более того, есть проблемы измерения стоимости – величины когнитивной капитализации. Поэтому человеческий капитал рассматривается как нефинансовый фактор изменения стоимости совокупного капитала.

Концепция человеческого капитала является сегодня одним из главных теоретических направлений экономической социологии и менеджмента. Богатство современного общества в целом можно рассматривать как совокупность нематериального (человеческого) капитала и материального (физического) капитала, напрямую не связанного с людьми. Общее богатство США уже в 1991 г. оценивалось приблизительно в 54,5 трлн. долл., из которых 26 трлн. долл. (48%) приходилось на человеческий капитал⁷.

По А. В. Капелюшникову, в современной теории в человеческом факторе выделяются три основных элемента:

- человеческий капитал, которому соответствует доход на этот капитал;
- природные способности, которым соответствует рента на эти способности;
- чистый труд⁸.

В отличие от вещественного капитала, человеческий воплощен в человеке и не может продаваться, или передаваться, или оставляться в наследство по завещанию, как деньги и материальные ценности. Но может использоваться во внутрисемейном производстве человеческого капитала следующих поколений.

⁶ Лосева О. Стоимостная оценка человеческого интеллектуального капитала организации // Кадровик. Кадровый менеджмент (управление персоналом). 2012. № 2

⁷ Корицкий А.В. Введение в теорию человеческого капитала: Учебное пособие Новосибирск: СибУПК, 2000. С.9.

⁸ Там же.

Труды Г. Беккера, Т. Шульца и их последователей произвели переворот в экономике труда, так как позволили перейти от текущих одномоментных показателей к показателям, охватившим весь жизненный цикл человека (пожизненные заработки), выделению «капитальных» инвестиционных аспектов в поведении агентов на рынке труда, признанию человеческого времени в качестве ключевого экономического ресурса. Благодаря этой теории образовательные инвестиции стали рассматриваться как источник экономического роста, не менее важный, чем обычные инвестиции.

Согласно их теории, человеческий капитал, воплощенный в людях, является продуктивным не только в рыночном смысле, то есть в получении доходов от его применения, но и в производстве самого себя, при его использовании в свободное (личное) время человека.

Теория отвергла упрощенное предположение классической теории об однородности труда и сосредоточила внимание на причинах разнокачественности рабочей силы. Она ввела в русло экономического анализа основные социальные институты (образование и семья), изначально относившиеся к чисто культурной сфере.

Большинство экономистов полагали, что человеческие существа должны быть включены в категорию капитала по трем причинам:

- затраты на воспитание и образование являются реальными затратами;
- продукт их труда увеличивает национальное богатство;
- расходы на человека, которые увеличивают этот продукт, будут увеличивать национальное богатство⁹.

По мнению экономиста А. Ф. Лыскова важнейшим свойством человеческого капитала является его динамический характер. В него постоянно добавляются элементы под воздействием тех или иных обстоятельств, а значение уже существующих уменьшается, увеличивается или совсем удаляются. Как следствие, изменяется и величина самого человеческого капитала. Динамика может быть и позитивная и негативная, влияющая на производственный процесс и на успешность всего предприятия в целом¹⁰. Корчагин Ю. А. выводит в связи с этой особенностью понятие отрицательного накопленного человеческого капитала и понятие отрицательных накопленных составляющих человеческого ка-

⁹ Корицкий А.В. Введение в теорию человеческого капитала: Учебное пособие. Новосибирск: СибУПК, 2000. С. 28.

¹⁰ Коваленко Е. А ты знаешь, что такое человеческий капитал? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/ty-znaesh-cto-takoe-chelovecheskii-kapital>. (Дата обращения 30.06.10 г.)

питала (псевдообразования, псевдоинноваций, псевдонауки и т.д.)¹¹. При высвобождении работника потери несут обе стороны. Предприятие зря потратило деньги на обучение, а работник зачастую не может перенести накопленные специфические знания в другую организацию, где ему придется осваивать специфическую подготовку с нуля. Предприятие держится за работника, так как на рынке труда в большинстве случаев нет такого специфического ресурса. Таким образом, в человеческом капитале, можно выделить общую и специфическую составляющую. Общий капитал состоит из общей подготовки и работника, позволяющей ему работать по разным профилям на многих предприятиях, оплачиваемой им самим. Специфический капитал — это подготовка, связанная с деятельностью определенного предприятия и им оплачиваемая¹².

При изучении производственных отношений к труду применялся затратный подход. Затраты на повышение квалификации работников и затраты на медицинское обслуживание рассматривались как расходы периода, в котором они возникли. Маркс рассматривает труд наемного рабочего отдельно от капитала и говорит о подчинении (формальном и реальном) труда капиталу, но это было на заре капитализма, когда труд наемного рабочего не отличался от труда независимого ремесленника. Принуждая к прибавочному труду, капитал, по Марксу, способствует развитию производительных сил и в этом заключается «одна из цивилизаторских сторон капитала»¹³.

На современном этапе эконоимика в развитых странах стала технотронной, что изображается в единстве «человек — компьютер — автоматизированные средства производства». Именно поэтому социально-экономическое развитие во второй половине прошлого века и в начале нынешнего характеризуется растущей ролью человеческого фактора. В таких условиях человек является главной производительной силой, должен быть вооружен средствами производства и знаниями, то есть быть достаточно образованным и профессиональным. Информационное обеспечение является способом передачи и помогает человеку в осуществлении целесообразных трудовых действий, но не

¹¹ Корчагин Ю.А. Человеческий капитал — сущность, идеология, развитие. [Электронный ресурс]. URL: <http://lerc.ru/?part=bulletin&art=27&page=10>. (Дата обращения 12.11.10 г.).

¹² Коваленко Е. А ты знаешь, что такое человеческий капитал? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/ty-znaesh-cto-takoe-chelovecheskii-kapital>. (Дата обращения 30.06.10 г.).

¹³ История экономических учений: Учебное пособие/ В.С.Автономов [и др.]. М.: ИНФРА-М, 2007. С.12–13.

выполняет их вместо него. В настоящее время все большую ценность приобретает интеллектуальный труд, генерирующий знания. Именно поэтому в современной экономике человеческие ресурсы играют определяющую роль в достижении конкурентных преимуществ и обеспечении качественных параметров экономического роста¹⁴.

Д.Рикардо, развивая идеи А.Смита о роли и месте человеческих способностей в производительных силах общества, писал: «Добавочный капитал будет столь же действителен при производстве будущего богатства, все равно получается он путем усовершенствования квалификации рабочего или машин...» Уровень образования работников влияет на уровень развития страны. Отсталость и неразвитость страны объясняется «недостатком образования во всех слоях народа». Первоисточником развития, экономического движения в капиталистической системе, по Марксу, является рост производительных сил. «Мотивы, побуждающие человека накапливать человеческий капитал, — писал А.Маршалл в начале XX века, в виде вкладов в образование, подобны тем, которые определяют накопление материального капитала». Расходы на образование и повышение квалификации работников на предприятиях обычно финансировались из оборотного капитала. Труд образованного человека более производителен, а значит, затраты на образование можно приравнять к инвестициям, увеличивающим доходы и национальное богатство. Следовательно, вложения в накопление человеческих способностей можно признать особой формой капитала, значение которой возрастает по мере усложнения технологии производства, информатизации и интеллектуализации труда¹⁵.

С. А. Дятлов выводит следующие схожие черты физического и человеческого капитала:

1. Человеческий капитал принимает форму переменного капитала и взаимодействует с физическим в составе совокупного продуктивного капитала.

2. Оба капитала должны соответствовать друг другу, то есть сложным и дорогим оборудованием должны руководить высококвалифицированные специалисты, которые в свою очередь, являются высокооплачиваемыми.

¹⁴ Коваленко Е. А ты знаешь, что такое человеческий капитал? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/ty-znaesh-cto-takoe-chelovecheskii-kapital>. (Дата обращения 30.06.10 г).

¹⁵ Барсуков Г.В. Человеческий капитал специалистов высшей квалификации [Электронный ресурс]. URL: http://www.education.rekom.ru/2_2006/81.html (Дата обращения 28.04.2011).

3. Формирование и того, и другого требует значительных расходов и отвлечения средств от текущего потребления.

4. Вложения, как в физический, так и человеческий капитал могут приводить к накоплению.

5. Человеческий и физический капитал имеют денежную оценку¹⁶.

Кроме того, оба приносят доход владельцу, оба являются неотъемлемыми составляющими экономического роста. Принятие решений об инвестировании их последствия анализируются одинаково как для физического, так и для человеческого капиталов. Все вышеперечисленные суждения говорят в пользу отнесения человеческого капитала к активам компании.

В своей статье Е.Коваленко выражает мнение, что во взглядах исследователей нет единства в отношении проблемы соотношения человеческого капитала и физического. Одной из главных проблем настоящего времени выступает разграничение понятий «человеческий капитал» и «рабочая сила». Одни считают, что эти понятия синонимичны, другие дают определение, что они похожие по содержанию. По мнению О.Ф.Лискова, чтобы сформировать рабочую силу — товар, который выставляется на продажу, индивид должен выбрать необходимые элементы человеческого капитала, входящие в состав рабочей силы, то есть рабочая сила состоит из некоторых необходимых элементов человеческого капитала.

По ее мнению связь человеческого капитала и капитала можно проследить посредством понятия «рабочая сила» — переменный капитал, который направляется предпринимателем на приобретение рабочей силы. Рабочая сила являет собой ту часть человеческого капитала, которую индивид готов продать предпринимателю для получения от последнего жизненных средств для себя и своей семьи в форме заработной платы. К. Маркс считал, что «становясь товаром, рабочая сила, как и любой другой товар, имеет два свойства: стоимость и потребительскую стоимость». Первое интересно для рабочего потому, что это и есть цена рабочей силы, которая равняется величине его заработной платы. Второе представляет интерес для работодателя, так как именно с помощью продуктивного потребления рабочей силы создается добавочная стоимость, которая присваивается работодателем¹⁷.

¹⁶ Дятлов С.А. Основы теории человеческого капитала. СПб.: Издательство Санкт-петербургского ун-та эк-ки и финансов, 1994. С. 56.

¹⁷ Коваленко Е. А ты знаешь, что такое человеческий капитал? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/ty-znaesh-cto-takoe-chelovecheskii-kapital>. (Дата обращения 30.06.10 г.).

В развитых зарубежных странах в современном финансовом менеджменте человеческие ресурсы рассматриваются как основной ресурс (актив), управление которым является предметом заботы руководителей высшего звена и частью процесса стратегического планирования. Организации существуют для достижения целей, а целей этих можно достичь только с помощью людей, поэтому люди являются базовым ресурсом организации, от них зависит качество ее работы. Люди с их способностью генерировать идеи, модели, методики, инструменты и технологии в сочетании с умением применять их в интересах организации-работодателя вносят существенный вклад в успех организации, обладают ценностью и представляют собой источник конкурентного преимущества одной компании над другой как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе.

С этих позиций рассматривают отдельно управление человеческими ресурсами (УЧР) и отдельно управление человеческим капиталом (УЧК). Целью управления человеческими ресурсами можно считать достижение приверженности сотрудников к компании, увеличение мотивации к работе. Причем, с точки зрения УЧР люди являются источником издержек.

Управление человеческим капиталом рассматривают в дополнение к управлению человеческими ресурсами. Налбантъян с соавторами (2004г.) определяют человеческий капитал как *сумма* накопленных знаний, умений, опыта, творчества и прочих качеств рабочей силы, указывая на необходимость количественного измерения этой экономической категории. В рамках этой концепции люди рассматриваются как создатели добавленной стоимости, а управление человеческим капиталом как всестороннее развитие человеческого потенциала, представляющего собой организационную ценность. УЧК является частью стратегии развития бизнеса. Человеческий капитал рассматривается как актив компании, генерирующий стоимость. Работники, владеющие им, могут выбирать, куда они будут его вкладывать, поэтому работа — это двусторонний обмен ценностями, а не одностороннее использование актива владельцем. То есть, человеческий капитал проявляется как источник (инвестиции) формирования конкурентного преимущества организации.

Люди — не источник издержек, а актив, в который нужно делать инвестиции, чтобы увеличить присущую им ценность. По утверждению Карена Легге (1989) необходима интеграция стратегии работы с человеческими ресурсами в стратегическое планирование бизнеса¹⁸. В

¹⁸ Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 10-е изд./Пер. с англ. Под ред. Мордовина С.К. СПб.: Питер, 2009. С. 64.

этой концепции стратегии управления человеческими ресурсами базируются на философии менеджмента и ориентации на бизнес. Они адаптируются для приведения в движение ценности бизнеса и изменяются в ответ на трансформацию его целей и условий ведения, подчиняя потребности членов организации целям предприятия. По Кирнс (2005) сегодня управление человеческим капиталом – это создание стоимости с помощью людей, это философия развития людей, причем значение имеет только то развитие, которое транслируется в стоимость.

В развитие концепции VBM – менеджмента, основанного на ценности (стоимости), Т.В. Теплова предлагает человеческий капитал, как часть интеллектуального, отражать как актив компании в первом разделе баланса. По ее мнению, интеллектуальный капитал расширяет понятие нематериальный актив, вводя в рассмотрение те, которые не поддаются четкой однозначной количественной оценке или не отражаются в стандартах учета. По ее мнению интеллектуальный капитал должен рассматриваться как часть основного капитала компании, в добавление к материальным активам, таким, как здания, сооружения, оборудование и т.п.

Она расширяет трактовку активов компании, принимая во внимание все ресурсы, позволяющие генерировать денежные выгоды собственникам, в том числе нематериальные активы, связанные с персоналом, клиентами, поддерживающие организационное построение компании, то есть со стейкхолдерами – физическими и юридически людьми, без чьей поддержки не может функционировать и успешно развиваться компания.

Теплова Т.В. предлагает признавать человеческий капитал (ЧК) и подразумеваемые обязательства (устные договоренности или даже не оговоренные в виде ожиданий работников, клиентов, общества в связи с адекватностью и лояльностью поведения компании в будущем, благодаря которым компания получает по «приемлемой цене» человеческий капитал в финансовой модели и политике компании (таблица 1).

Знания и навыки, которыми обладает работник и которые приобретены им благодаря образованию и профессиональной подготовке, включая сноровку, получаемую с опытом работы, составляют определенный запас производительного капитала. Денежная ценность этого запаса капитала определяется ставками заработной платы, по которым человеческий капитал могут «арендовать» работодатели на рынке труда. В эпоху глобализации и тенденции к выравниванию уровня жизни в мире поиск работы и миграция увеличивают ценность человеческого капитала конкретных людей благодаря увеличению цены (ста-

Отчет о финансовом положении компании с учетом влияния стейкхолдеров¹⁹

Баланс в рамках учета интересов стейкхолдеров	
Капитал размещенный	Капитал привлеченный
Внеоборотные материальные активы	Прямые обязательства: СК
Интеллектуальные активы (интеллектуальный капитал), включая человеческий, организационный, клиентский	Краткосрочный и долгосрочный заемный капитал
	Подразумеваемые обязательства
Оборотные активы	Спонтанное финансирование

вок заработной платы, получаемой в единицу времени за использование знаний и навыков работника).

Сотрудник при трудоустройстве уже обладает человеческим капиталом. Подписывая трудовой контракт, он принимает решение вложить его в нашу компанию. Здесь он источник внешнего инвестирования, собственник заемного для компании человеческого капитала. Причем, расходом по его обслуживанию будет являться заработная плата сотрудника, одновременно отражающая цену этого капитала. Мы считаем, что это дает основание признавать человеческий капитал как заемный капитал компании.

Такая модель учета ЧК в финансовой модели (балансе) компании не ломает традиционные представления об активах и источниках их формирования и укладывается в общепринятую концепцию капитала (стоимости) компании. Более того, она отражает долгосрочную стратегическую ценность ЧК для компании и ее развития. Дает право говорить об инвестициях в развитие ЧК, а значит, и развитие компании. Эту модель можно подтвердить математически.

В рамках концепции VBM – менеджмента, основанного на ценности (стоимости), акцент на расширение бизнеса сменился стратегией повышения рентабельности – эффективности менеджмента по управлению отдачей на вложенный капитал. Основным показателем, отражающим работу менеджмента по управлению стоимостью компании можно считать рентабельность собственного капитала – одной из

¹⁹ Теплова Т.В. Эффективный финансовый директор. Учеб.-практ. пособие-2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2010. С. 459.

самых распространенных характеристик качества управления собственными средствами (имуществом) компании.

Преобразовав формулу рентабельности с помощью приемов экономико-математического моделирования, получим расширенную модель расчета рентабельности собственного капитала (авторская разработка):

$$Рск = \frac{ПТ \cdot Рпродаж \cdot ЭФР}{ТВТ} ,$$

где **Рск** – рентабельность собственного капитала, **ПТ** – производительность труда персонала, **Рпродаж** – рентабельность продаж, **ЭФР** – эффект финансового рычага (левереджа), **ТВТ** – техническая вооруженность труда.

На основании приведенной формулы, можно утверждать, что на получение прибыли непосредственное влияние оказывают:

- **производительность труда сотрудников организации.** Важнейшей социальной составляющей ЧК является труд, его качество и производительность. Факторы, повышающие производительность труда персонала, напрямую влияют на создание материального и нематериального богатства компании и общества в целом;
- эффективность продаж ;
- эффект финансового рычага (степень использования некоторых дополнительных ресурсов). Если учесть, что нами в финансовой модели учтены только затраты на обслуживание заемного ЧК, можно утверждать, что финансовый рычаг является компенсацией снижения производительности труда персонала при увеличении технической вооруженности труда, увеличивающего влияние операционного рычага на себестоимость;
- обратное влияние коэффициента технической вооруженности труда (чем больше технических средств труда, тем больше доля постоянных затрат, утяжеляющих себестоимость, тем меньше ликвидность капитала и мобильность деятельности).

При этом производительность труда является ведущим фактором, формирующим резервы увеличения влияния остальных.

Приведенная формула показывает, что с увеличением технической вооруженности труда необходимо и увеличении производительности труда персонала, по сути, доказывая, что с ростом применения высокотехнологичного оборудования возрастает значимость квалификации и производительности персонала. Достоверность выводов подтверждает мнение Геста с соавторами, которые в 2000 году предложили

модель взаимосвязи между управлением человеческими ресурсами и производительностью труда, представленную на рисунке 1²⁰.

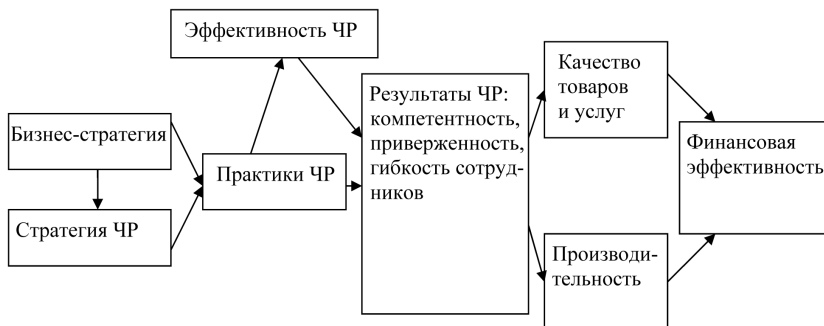


Рис. 1. Модель взаимосвязи между УЧР и качеством работы

В своей книге Майкл Армстронг пишет, что многие исследователи отправились на поиски Святого Грааля – установление факта, что существует четкая положительная связь между практиками УЧР и эффективностью работы организации²¹. На основании выведенной нами формулы рентабельности собственного капитала мы можем констатировать, что есть положительная связь между увеличением производительности труда и эффективностью работы организации. Следовательно, все практики, ведущие к увеличению производительности труда, неизбежно ведут к увеличению эффективности работы организации.

Немалый интерес в этой связи представляет инновационная технология увеличения стоимости и ценности человеческого (персоналистского) капитала А.Арзамасцева, основанная на реализации личности и общества, целью которой является повышение производительности, социально – экономической эффективности деятельности предприятия и общества посредством внедрения персоналистских технологий в практику управления²².

В рамках концепции управления человеческим капиталом ключевое внимание уделяется «менеджменту посредством измерения», то есть установлению четкой взаимосвязи между управлением человеческим капиталом и успехом организации. Невозможно управлять тем, что невозможно измерить. Только посредством измерения можно до-

²⁰ Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 10-е изд./Пер. с англ. Под ред. Мордовина С. К. СПб.: Питер, 2009. С. 52.

²¹ Там же. С. 49.

²² Арзамасцев А. Персоналистика. М.: «Остеон-фонд», 2011.

казать, что превосходное управление людьми дает превосходные результаты деятельности предприятия и указывает направление, в котором должна развиваться стратегия УЧР.

На сегодняшний день эта проблема остается нерешенной, хотя многие экономисты предлагают различные варианты измерения и оценивания человеческого капитала. Из-за сложности оценки этой экономической категории ряд экономистов считают его нефинансовым фактором создания стоимости²³. Человеческий капитал является фактором создания и увеличения персональных финансов²⁴, которые наравне с корпоративными и общественными финансами составляют систему финансов. Более того, как мы отмечали выше, капитал, как экономическая категория, представляет собой, прежде всего, некую стоимость, поэтому должен обладать измеримостью. Более того, напомним, что ключевым свойством капитала является ликвидность, то есть способность превращаться в стоимость. В результате, если человеческий капитал трактуется как капитал, то он является финансовым фактором создания стоимости.

Большинство экономистов делают только на знаниевый аспект человеческого капитала, рассматривают в качестве инвестиций повышение образовательного уровня работника и поэтому рассматривают человеческий капитал как составную часть интеллектуального капитала компании. Но человеческий капитал, как минимум, несет в себе образовательную, физическую и социальную составляющую, во многих случаях выступает как заемный капитал, поэтому, по нашему мнению, является самостоятельной экономической категорией.

Як Фитц-енц утверждает, что по мере движения в новое тысячелетие и существования в условиях экономики, основанной на знаниях, становится невозможно отрицать, что именно люди — источник прибыли. Любое имущество организаций, кроме людей, бездейственно, это пассивные ресурсы, требующие вмешательства человека для производства стоимости. Ключ к поддержанию доходности компании или к здоровой экономике — производительность рабочей силы, человеческий капитал. Знающие люди — движущая сила. Биржевой рынок признал леввередж человеческого знания, т.е. отношение стоимости человеческого капитала компании к ее собственным средствам,

²³ Теплова Т.В. Эффективный финансовый директор. Учеб. практ. пособие-2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2010. С. 425.

²⁴ Финансы: учебник. 3-е изд. перераб. и доп./Князев В.Г. [и др.] М.: магистр, 2008. С. 116.

вознаграждая ростом рыночной стоимости за сервис и технологии те компании, которые превосходят свою балансовую стоимость во много раз. Левередж, по мнению Фитц-енца, это использование определенных финансовых активов для увеличения окупаемости инвестиций или продаж. Человеческий капитал обладает огромным потенциалом для левереджа²⁵.

Подводя итоги, следует отметить, что человеческий капитал – это экономическая категория, которая оказывает непосредственное влияние на стоимость хозяйствующего субъекта, становясь одним из главных объектов финансового управления организации с целью увеличения эффективности деятельности. Это, в свою очередь, требует признания человеческого капитала финансовым фактором изменения стоимости хозяйствующего субъекта и отражения его в финансовой модели организации, что невозможно без определения четких критериев его измерения.

²⁵ Фитц-енц Як. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала. М.: Вершина, 2009. С. 22.

Михель В. С.

*кандидат экономических наук,
доцент Российской академии предпринимательства*

Этапы разработки финансовой стратегии предприятия

В статье рассматриваются основные этапы разработки финансовой стратегии предприятия.

Ключевые слова: финансовая стратегия, этапы разработки финансовой стратегии, принципы разработки финансовой стратегии.

Development stages of financial strategy of the enterprise

The article devoted to the main development stages of financial strategy of the enterprise.

Keywords: financial strategy, development stages of financial strategy, principles of development of financial strategy.

В основе разработки финансовой стратегии предприятия лежат принципы новой управленческой парадигмы – системы стратегического управления. К числу основных из этих принципов, обеспечивающих подготовку и принятие стратегических финансовых решений в процессе разработки финансовой стратегии предприятия, относятся:

1. Рассмотрение предприятия как открытой социально-экономической системы, способной к самоорганизации.

2. Учет базовых стратегий операционной деятельности предприятия.

Все многообразие стратегий операционной деятельности, реализацию которых призвана обеспечивать финансовая деятельность предприятия, может быть сведено к следующим базовым их видам:

- Ограниченный (или концентрированный) рост.
- Ускоренный (интегрированный или дифференцированный) рост.
- Сокращение (или сжатие).
- Сочетание (или комбинирование).

3. Преимущественная ориентация на предпринимательский стиль стратегического управления финансовой деятельностью.

4. Выделение доминантных сфер стратегического финансового развития (рисунок 1). Этот принцип позволяет обеспечить идентифи-



Рис. 1. Доминантные сферы общей финансовой стратегии

кацию приоритетных направлений финансовой деятельности предприятия, обеспечивающих успешную реализацию ее главной целевой функции – возрастания рыночной стоимости предприятия в долгосрочной перспективе.

5. Обеспечение гибкости финансовой стратегии.

6. Обеспечение альтернативности стратегического финансового выбора.

7. Обеспечение постоянного использования результатов технологического прогресса в финансовой деятельности.

8. Учет уровня финансового риска в процессе принятия стратегических финансовых решений.

9. Ориентация на профессиональный аппарат финансовых менеджеров в процессе реализации финансовой стратегии.

Разработка финансовой стратегии компании включает в себя несколько основных этапов¹. Прежде всего, нужно определить период действия стратегии, цели финансовой деятельности, сформировать финансовую политику и детализировать финансовые показатели по периодам реализации стратегии.

Период действия финансовой стратегии. Финансовая стратегия делится на генеральную и оперативную. Первая охватывает, например, взаимосвязь бюджетов всех уровней, принципы образования и использования доходов компании, потребности в финансовых ресурсах и источниках их формирования на среднесрочный или долгосрочный период.

¹ Белашев.В. Как разработать финансовую стратегию // Финансовый менеджер. 2007. № 4 (апрель). С. 5–10.

Оперативная финансовая стратегия затрагивает текущее управление финансовыми ресурсами. Она разрабатывается в рамках генеральной финансовой стратегии, детализирует ее на конкретный промежуток времени.

Период действия генеральной финансовой стратегии компании не должен превышать срока, на который разрабатывается общая корпоративная стратегия развития. В зависимости от предсказуемости ситуации на рынках (финансовом и товарном) длительность генеральной финансовой стратегии может варьироваться от трех до пяти лет. В условиях быстро изменяющейся внешней среды этот срок может быть сокращен до одного календарного года.

Оперативная финансовая стратегия обычно краткосрочна, она формируется на год, квартал, месяц, а при необходимости и на более короткий период.

Формирование стратегических финансовых целей. Система целей финансовой стратегии может быть представлена в виде «ветки» дерева общих стратегических задач компании. Построение такой финансовой ветки может включать следующие шаги.

Шаг 1. Включение финансовой стратегии в общую стратегию компании в соответствии с ранжированием целей корпоративной стратегии. Например, для дерева стратегических целей компании может быть установлено три уровня (рисунок 2).

Шаг 2. Установление интегральной финансовой цели, то есть цели первого уровня. Здесь может быть только одна финансовая цель. В большинстве случаев такой целью выступает рыночная стоимость компании, которая может быть определена как в абсолютных (увеличение рыночной стоимости на N у. е.), так и в относительных показателях (рост рыночной стоимости на $N\%$).

Шаг 3. Определение базовых целей финансовой стратегии (2-й уровень). Интегральная цель первого уровня детализируется на подцели, что потребует конкретизации поставленных задач и учета особенностей развития предприятия. Цель первого уровня может быть достигнута, если у компании достаточно собственных финансовых ресурсов, рентабельность собственного капитала высока, структура активов и пассивов обеспечивает приемлемый уровень финансовых рисков в процессе осуществления хозяйственной деятельности. Каждая из намеченных на данном уровне целей должна быть сформулирована кратко и четко, отражена в конкретных показателях — целевых стратегических норма-вах². Например, такими целевыми нормативами может быть: доля соб-

² Бланк И.А. Финансовый менеджмент. Киев: Ника-Центр Эльга, 2007. С. 65.



Рис. 2. Стратегические финансовые цели компании

ственных оборотных средств компании в общем объеме собственного капитала; коэффициент рентабельности собственного капитала; соотношение оборотных и внеоборотных активов.

Шаг 4. Определение действий по достижении финансовых целей (3-й уровень). На данном этапе предлагается перечень конкретных мероприятий, например, провести облигационный заем на сумму \$N при выплате $P\%$ за каждый облигационный период.

Финансовые показатели зависят от стадии развития бизнеса. Жизненный цикл любого предприятия включает несколько стадий (начальная стадия, период быстрого роста, период зрелости, спад), которые необходимо учитывать при планировании и оценке финансовых результатов деятельности компании.

Чтобы спрогнозировать финансовый результат деятельности на заданную перспективу используется финансовая модель – документ содержащий расчет финансовых показателей деятельности на основании данных о предполагаемых расходах и планируемом объеме выручки. Исходными данными в ней будут цели, прогнозы, планы текущей

деятельности и развития компании. Если в отрасли имеются какие-либо нормативы или ограничения (например, компания оперирует на рынке, где действуют квоты), то их также следует учесть при моделировании. Обрабатываемыми данными будут прогноз продаж, затрат и инвестиций, на выходе получаются прогнозные бюджеты с конкретными целевыми значениями. При изменении исходных параметров пересчитываются и конечные финансовые показатели.

Детализация финансовых показателей. Плановые финансовые показатели и система мероприятий по их достижению детализируются для каждого периода. Например, для реализации финансовой стратегии совет директоров может поставить на 2012 год цель: обеспечить за счет консервативной дивидендной политики рост собственного капитала на 10%, привлечь облигационный заем по ставке не более LIBOR + 5%, уменьшить финансовый цикл на период, оставшийся до конца года, до N дней.

Установленные на предыдущем этапе финансовые цели группируются по определенным направлениям, формируя при этом финансовую политику компании (рисунок 3), то есть финансовая политика — это разделение финансовой стратегии на отдельные аспекты финансовой деятельности компании.



Рис. 3. Разделение финансовой стратегии по направлениям

Финансовая политика может носить многоуровневый характер. Так, в рамках политики управления активами может быть разработана политика управления оборотными и внеоборотными активами. Управление оборотными активами может включать принципы управления отдельными их видами.

Контроль реализации финансовой стратегии. Обычно информацию для акционеров и совета директоров о достижении стратегических целей компании и возможных сценариях дальнейшего развития готовит финансовая служба или служба внутреннего аудита. Контролю подлежат как генеральная, так и оперативная финансовые стратегии. Чтобы упростить контроль выполнения поставленных задач, можно составить общий график представления отчетности по группе компаний от каждой бизнес-единицы.

Контроль исполнения финансовой стратегии строится, прежде всего на контроле показателей бюджета. Чтобы отследить их уровень, необходимо ежемесячно формировать отчет о прибылях и убытках, а дополнительно — еженедельный отчет, в котором в разрезе номенклатуры товаров будут приводиться данные о выручке, себестоимости и марже.

Оценку степени достижения намеченных целей предпочтительно осуществлять двумя способами. Сначала определяется уровень выполнения целевого показателя (в процентном отношении к запланированному значению), а дополнительно проводится ранжирование целевых показателей по степени их выполнения. Это позволит сразу же выявить лидеров и аутсайдеров. Последние должны стать «целевой аудиторией» для выяснения причин неудачи.

Моторная М. Н.

*аспирант,
Московский гуманитарный университет*

Феномен молодежной безработицы: специфика, экономическое содержание

В статье продемонстрирована эволюция и многообразие форм проявления безработицы. Автором проанализированы причины возникновения и социально-экономическое содержание феномена молодежной безработицы.

Ключевые слова: безработица, молодежь, молодежная безработица, рынок труда, занятость, рабочая сила.

Phenomenon of youth unemployment: specifics, economic content

The article demonstrated the evolution and diversity of the forms of unemployment. Author analyses the causes and socio-economic content of the phenomenon of youth unemployment

Keywords: unemployment, youth, youth unemployment, labor market, employment, labor.

Безработица является одной из глобальных проблем современного общества, где ее проблемы в молодежной среде остаются одними из острейших предметов обсуждения положений в сфере труда. Это связано не только с масштабами данного явления, но и с особо серьезными последствиями. Молодые люди, являясь инновационным потенциалом общества, относятся к одной из менее защищенных социальных групп на рынке труда в силу своих возрастных, социально-психологических и профессиональных особенностей. Поэтому, молодежная безработица требует адекватного теоретического и практического изучения ее причин и последствий, исследований социальной группы безработной молодежи, а также ее действий и поведения на рынке труда. При анализе феномена молодёжной безработицы, наиболее важными, на наш взгляд, является учёт следующих особенностей:

1. Молодёжь менее зависима от профессиональной деятельности и связанной с ней оплатой труда, по сравнению с другими социальными возрастными категориями, что в свою очередь вызвано существенной материальной поддержкой со стороны семьи и относительно длинным периодом обучения, где для другой возрастной категории данные условия социально неприемлемы.

2. В силу своего характера молодёжь более активна, мобильна, способна к «самозанятости», поэтому для нее свойственна большая степень занятости, чем для других возрастных групп. В то же время, рост молодежной безработицы, её отрицательные последствия создают большие социальные проблемы, которые характеризуются следующими особенностями:

- большая часть молодежи имеет значительный заряд энергии, активности и здоровья, но, оказавшись в стороне от общественного производства, не имеет возможность реализовать их;
- безработица молодёжи сдерживает рост профессионально-квалификационного и культурного роста рабочей силы;
- увеличение безработицы среди молодых людей, которые получили высшее образование, является одним из факторов декалфикации молодых специалистов, в силу того, что им долгое время пришлось не работать по полученной специальности в силу отсутствия рабочих мест;
- особенно негативное влияние безработица оказывает на экономическое благополучие молодёжной семьи, что, в конечном счете, находит свое отражение на социально-демографической ситуации;
- продолжительная незанятость молодежи приводит к социальному безразличию и социальному инфантилизму, способствует росту преступности в молодёжной среде.

При осуществлении анализа сущности и содержания молодежной безработицы начинать следует с самого понятия «безработица», которое имеет разные трактовки в научной литературе, и отношение к которой как социально-экономическому феномену менялось на протяжении времени достаточно существенно. Одно из первых объяснений причин безработицы было дано Т. Мальтусом в его книге «Опыт о законе народонаселения». Главную причину этого явления он связывал с демографическими процессами, а точнее — с высокими темпами роста народонаселения по сравнению с темпами роста производства.

К. Маркс утверждал, что безработица обуславливается самой природой капиталистического общества, где с его точки зрения спрос на труд отстает от темпов накопления капитала, поскольку подрываются стимулы к накоплению денежных средств. Доходы населения отстают от роста цен на товары и услуги. В результате происходит разделение рабочего класса на активную армию и резервную армию. Наряду с этим Маркс отмечал влияние на спрос на труд цикличности функционирования рыночной экономики, обуславливающей чередование эконо-

мических подъемов и спадов. Причиной этому, как считал К. Маркс, служит циклический подъем, который вызван увеличением совокупного спроса для накопления ради максимизации прибыли, к которой стремятся капиталисты, и, следствие этому – циклический спад, так как увеличивающийся в период подъема спрос на труд превышает его реальное предложение и приводит к повышению заработной платы и устранению безработицы, что оборачивается затем снижением нормы прибыли и замедлением накопления. После этого начинается следующий экономический цикл, который сопровождается инвестициями и образованием новых рабочих мест, пока не наступит новая кризисная ситуация, сопровождающаяся ростом резервной рабочей силы, снижением заработной платы, а также ведущая к ничтожности капитальных ценностей. Отсюда делается вывод: чтобы избавиться от этого общественного порока, необходимо изменить общественный строй¹.

Для классиков, и особенно для А. Смита, Д. Рикардо и Ж. Б. Сея, безработица не составляет никакой проблемы. Даже если она и существует, то может быть только добровольной, то есть исключительно для тех, кто не желает устраиваться на работу за оплату, предлагаемую в условиях свободного рынка. Акцентируя внимание на действии саморегулирующихся механизмов хозяйства, классики считают, что все экономленное автоматически переходит в инвестиции. Поэтому, на их взгляд, проблемы отсутствия или недостатка рабочих мест не существует. Идея саморегуляции и полной занятости нашла свое отражение во взглядах Сея, где он дал ей самую полную и точную трактовку в «законе рынков».

С точки зрения Вальраса и Парето рынок труда представляет совершенный рынок, поскольку, на их взгляд, поведение рабочей силы на рынке идентично как и всем остальным товарам, а заработная плата является ее ценой. Кроме того, предложение и спрос на рабочую силу существуют и формируются отдельно друг от друга, поскольку первое принадлежит индивидуумам, а второй связан с деятельностью предприятий. Они свободно сталкиваются на рынке, где в результате столкновения образуется уровень заработной платы, который автоматически способствует обеспечению полной занятости и, как следствие, равновесию на рынке труда. Совершенная конкуренция и полная эластичность размеров номинальной заработной платы являются препятствием на пути образования какой бы то ни было вынужденной безработицы.

¹ Маркс К. Капитал. В 3-х т. // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 23–25.

Под влиянием Великой депрессии в 1930-х годах доминировали взгляды на безработицу как к социальному злу. В этот период преобладающей стала теория Кейнса. Сторонники этого учения представляли рынок труда как явление постоянного неравновесия, который не способен к саморегуляции, что, в свою очередь, порождает не только добровольную, но и вынужденную безработицу, а полная занятость может рассматриваться лишь как случайное явление. Кейнсианское понятие безработицы означает ситуацию, когда поток инвестиций недостаточен, чтобы поглотить сбережения, осуществляемые при уровнях дохода, соответствующих условиям полной занятости.

В новейших исследованиях безработица стала рассматриваться не как краткосрочная проблема, а как долгосрочная и постоянная, которая наносит значительный экономический, социальный, психологический ущерб. В 80–90-е годы, в экономическом регулировании в Соединенных Штатах Америки, в том числе и на рынке труда, доминировали взгляды сторонников «экономики предложения», представителями которых являются А. Лаффер, Д. Гилдер, Д. Ваниски и др.. Относительно к ситуации на рынке труда и его регулированию стали преобладать концепции, которые не связывали безработицу с недостаточностью совокупного спроса. С одной стороны, безработицу стали трактовать как в значительной степени естественное и добровольное явление, объяснение которому лежит в поведении индивидуумов; с другой – наличие безработицы объяснялось высоким уровнем заработной платы и ее «негибкостью». Представители этого направления считали безработицу добровольным, естественным выбором субъектов рынка труда. Большое внимание уделяется экономическим и психологическим мотивам поведения индивидуумов.

Значительная часть современных зарубежных экономистов, в том числе, Р. Эренберг и Р.Смит, безработицу трактуют как результат несоответствия спроса и предложения рабочей силы на рынке труда. Другие исследователи, такие как, К.Макконелл и С.Брю, рассматривали отдельные типы безработицы, но уходили от общего определения понятия сущности данного социально-экономического явления².

В отечественной литературе также имеется различие взглядов на понимание сущности безработицы. Одни исследователи безработицу рассматривают лишь как ситуацию, когда гражданин не имеет возможности трудоустроиться по независящим от него причинам³. Другая груп-

² Макконелл, К.Р. Economics [Текст] / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю М.: Инфра-М, 2009. С. 188.

³ Ишкин, В.В. Рынок труда, занятость населения, экономика ресурсов для труда [Текст] / В.В. Ишкин. М.: ЮНИТИ, 2008, С. 69.

па исследователей безработицу рассматривают как явление, когда часть экономически активного населения становится относительно избыточной по отношению к спросу на рабочую силу, т.е. резервной армией труда⁴. Третьи считают, что безработица – это явление, существующее в условиях рыночной экономики, где большая масса безработных людей, не имеющих заработка, предлагает к продаже за деньги свои способности к труду, иными словами рабочую силу. С точки зрения этих же исследователей, рабочая сила имеет свойство перемещаться между предприятиями (фирмами), которые образуют основную часть открытого (циркулирующего) рынка рабочей силы в качестве его неизбежной составной части⁵. Наконец, в Законе РФ «О занятости населения в Российской Федерации» дается следующее определение: «Безработными признаются трудоспособные граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы, ищут работу и готовы приступить к ней».

Следует отметить, что в имеющейся на данный момент социально-экономической литературе еще не достигнуто единства и согласия в классификации безработицы. Многие трактовки, которые отражают различные виды и формы безработицы, и используются как в науке, так и на практике, нуждаются в свою очередь в уточнении.

На наш взгляд, в зависимости от того, кто является инициатором увольнения – наемный работник или же работодатель, необходимо выделить вынужденную безработицу.

Под *вынужденной безработицей*, как это достаточно емко определяет В.И. Плакся⁶, следует понимать потерю работы лицами наемного труда независимо от экономических причин, которые выталкивают их (наемных работников) из сферы занятости, и, тем самым, лишая их возможности трудиться вопреки воле и желанию самих работников. Таким образом, вынужденная безработица такое явление, когда не работник увольняется, а наемного работника увольняют по независящим от него экономическим, прежде всего, причинам.

В зависимости от причин возникновения безработицы следует выделить основные ее виды: фрикционная, структурная, циклическая и сезонная.

⁴ Исанова, В.Н. Управление занятостью населения на местном уровне [Текст] / В.Н. Исанова, Т.Н. Безнадежных М.: Инфра-М, 2002, С. 79.

⁵ Павленков, В.А. Рынок труда. Занятость. Безработица [Текст] / В.А. Павленков М.: Изд-во МГУ, 2004, С. 85.

⁶ Плакся, В.И. Безработица: теория и современная российская практика [Текст] / В.И. Плакся М.: Инфра-М, 2010, С. 28.

Фрикционный вид безработицы имеет взаимосвязь с реализацией свободы выбора места работы, который обусловлен желанием человека улучшить условия труда, получить более высокий заработок, имея при этом возможности карьерного роста, переезд на новое место жительства, поиск работы по окончании учебного заведения. Этот вид безработицы носит преимущественно добровольный характер. Хотя эти граждане и ожидают получения новой работы в относительно короткие сроки, но, тем не менее, переезд на новое место жительства и поиск подходящей работы требует определенного времени и усилий.

Для таких отраслей, где спрос на труд определяется природными факторами, такими как сельское и лесное хозяйство, а также различные виды промыслов, строительная индустрия, туристический бизнес характерна *сезонная безработица*. В связи с тем, что индивиду, который был принят на сезонную работу (как правило, по контракту), уже заранее извещено об его увольнении в определенный срок, а также он согласен с этим увольнением, то этот вид безработицы следует понимать как добровольную. Он составляет незначительную долю в структуре безработицы, поэтому его некоторые исследователи рассматривают как один из составляющих фрикционной безработицы.

Структурная безработица является показателем развитости общественного производства, естественного результата развития производительных сил и его размещения по регионам, расширения одних хозяйствующих субъектов и банкротства других, в результате которых нарушается сбалансированность рынка труда.

Циклическая безработица — это безработица, масштабы и продолжительность которой, детерминированы циклами экономической активности, и возникает во время кризиса и депрессии. В этой ситуации ярко проявляется количественная несбалансированность рынка труда, то есть предложение труда здесь абсолютно превышает его спрос. Масштабы и продолжительность циклической безработицы достигают своего максимальной точки при спаде экономики и минимальной при подъеме.

Исследование безработицы неизбежно приводит к выводу о необходимости выделения *открытых и скрытых форм безработицы*.

О сущности понятия открытой безработицы имеется ряд различных точек зрения. Некоторые считают, что открытая безработица — это часть безработицы, обязательно регистрируемая в службах занятости. Нам представляется более точным ее определение Павленковым В.А., который пишет: «...к открытой безработице нужно относить ту ее часть, которая охватывает постоянно и частично безработных, находящихся в

поисках постоянной полной занятости и образующих основную часть циркулирующего, открытого рынка рабочей силы, независимо от степени учета официальными органами занятости и статистики его масштабов, структуры и продолжительности безработицы»⁷.

Понятие «скрытая безработица» в отечественной литературе также имеет неоднозначную трактовку. Более полно раскрывает, на наш взгляд, сущность скрытой безработицы определение, данное В.И. Плакся, утверждающий, что нужно «...трактовать скрытую безработицу как состояние формально занятой, но не полно и не эффективно используемой рабочей силы»⁸. Следует согласиться с теми исследователями, которые считают, что основными составляющими скрытой безработицы являются: 1) лишняя численность работников на предприятиях и в организациях, которые получают полную зарплату; 2) наличие лиц, которые работают в условиях неполного рабочего времени, получают соответствующую заработную плату и желают перейти на полный рабочий день, но в силу экономической конъюнктуры, не имеют такой возможности; 3) оформление административных отпусков без сохранения или с частичным сохранением содержания; 4) оформление отпусков на длительный срок при сохранении оплаты в размере минимальной заработной платы; 5) рост устранимых целодневных и внутрисменных простоев.

В особый вид следует отнести *маргинальную безработицу*, которая в научной литературе трактуется как один из видов безработицы, при которой страдают слабо защищенные слои населения, такие как молодёжь, женщины, инвалиды. Поэтому данный вид безработицы может быть разбит на следующие ее подвиды: молодежная безработица, женская безработица, безработица среди инвалидов.

В исследовании Безлепкиной Н. В., молодежная безработица определяется как вид безработицы, который возникает в результате превышения предложения молодежной рабочей силы над ее спросом на молодежном рынке труда⁹. И мы, в свою очередь, солидарны с мнением исследователя, поскольку считаем, что молодежный рынок труда, аналогично любому другому рынку, подчиняется закону спроса и предло-

⁷ Павленков, В.А. Рынок труда. Занятость. Безработица [Текст] / В.А. Павленков М.: Изд-во МГУ, 2004, С. 76.

⁸ Плакся, В.И. Безработица: теория и современная российская практика [Текст] / В.И. Плакся. М.: Инфра-М, 2010, С. 55.

⁹ Безлепкина, Н.В. Влияние требований российских работодателей на рынок труда // Современные социальные процессы: человеческое измерение: материалы Второй Всероссийской научно-практической конференции (г. Набережные Челны, 25 декабря 2010 г.) [Текст] / Под ред. Н.М. Асратяна и В.Н. Шевчук. Набережные Челны: Изд-во Института управления, 2011. С. 171–174.

жения. Потребность производство рождает спрос на молодежную рабочую силу, который, в свою очередь, находит свое отражение в покупательской способности собственников средств производства, и выражается в денежном эквиваленте. Предложение молодежной рабочей силы формируется под влиянием молодежной рабочей силы, которая представлена на молодежном рынке труда с целью реализации или продажи.

Спрос на молодежную рабочую силу на рынке труда подвержен значительным колебаниям, и этому способствуют следующие причины:

- рост производительности труда. Влияние этой причины неоднозначно, и не всегда рост производительности ведет к снижению спроса на молодежную рабочую силу. Внедрение новых технологий, как правило, сопровождается внедрением в производственный процесс новых профессий и специальностей, что формирует рост спроса именно на молодых работников, обладающих соответствующим уровнем профессиональной подготовки;
- взаимозаменяемость ресурсов. Процесс механизации и автоматизации производства обуславливает, с одной стороны, сокращение численности персонала, и в первую очередь сокращение спроса на молодежную рабочую силу, а с другой, рост объема и стоимости используемого оборудования, то есть рост спроса на капитал. В ситуации, когда капиталовложения в новую технику обходятся предприятию дороже, чем найм новых работников и возросшие расходы на персонал, обоснованно ожидание роста спроса на молодежную рабочую силу и снижение спроса на капитал;
- взаимодополняемость ресурсов. Эта причина актуальна в условиях, когда технологический процесс диктует жесткую зависимость между объемами различных видов ресурсов, применяемых в производстве. Часто такая зависимость формируется в соотношениях «капитал — труд» и «земля — труд», то есть определенное количество средств производства конкретного типа приводится в действие заданным количеством работников или техническими характеристиками сельскохозяйственного оборудования. При взаимодополняемости ресурсов спрос на молодежную рабочую силу будет зависеть не только от колебаний спроса на конечный продукт, но и от спроса на капитал и землю¹⁰.

¹⁰ Руссо Ж-Ж. Трактаты [Текст] / Ж-Ж. Руссо. М.: Наука, 1969, С. 144.

В основе формирования предложения молодежной рабочей силы лежат демографические, социальные и экономические факторы развития общества. Под влиянием демографического фактора складываются численность и половозрастной состав молодого населения, потенциально готового к участию в общественном производстве. Социальный фактор определяет уровень общеобразовательной и профессиональной подготовки молодых людей. Экономический фактор проявляется в формировании цены молодежной рабочей силы. Закон спроса и предложения предполагает их диалектическое единство: спрос определяет предложение и, наоборот, предложение определяет спрос. Действие этого закона требует постоянного согласования спроса и предложения молодежной рабочей силы на молодежном рынке труда.

Проведенный анализ тех видов безработицы, который нашел отражение в данной статье, свидетельствует, что безработица, в том числе и молодежная, — это сложное, многоаспектное социально-экономическое явление, свойственное обществу с рыночной экономикой, где часть трудоспособного населения, незанятая в производстве товаров и услуг, не имеет возможности реализовывать свою рабочую силу на рынке труда в силу отсутствия подходящих рабочих мест, лишаясь при этом, заработной платы как главного источника необходимых средств к существованию. Также, необходимо еще раз подчеркнуть, что все эти виды безработицы порождают различные причины, как спад в экономике, банкротство и закрытие предприятий, структурные преобразования на предприятиях и в экономической системе в целом, несовершенство информации на рынке труда, природные факторы.

Исходя из представления безработицы как целостного социального феномена общества, все ее виды можно структурировать на основе следующих критериев: по инициатору увольнения — вынужденная; по причинам возникновения — фрикционная, сезонная, структурная, циклическая; по форме проявления — открытая и скрытая; по социальному составу — маргинальная (молодежь, женщины, инвалиды).

Как видно из представленной классификации, к особому виду безработицы относится молодежная безработица. Как правило, безработица среди молодежи — это следствие превышения предложения молодежной рабочей силы над ее спросом на молодежном рынке труда.

Мустаева Н. Г.

*соискатель,
Академия труда и социальных отношений*

Ананченкова П. И.

*кандидат экономических наук, доцент,
профессор кафедры «Экономика и управление в социальной сфере»,
Академия труда и социальных отношений*

PR-коммуникации высшего учебного заведения

В статье рассматривают теоретические и организационные аспекты формирования системы связей с общественностью высших учебных заведений. Представлены результаты вторичного анализа исследований коммуникационных систем университетов, сформулированы рекомендации по повышению эффективности связей с общественностью.

Ключевые слова: высшее учебное заведение, связи с общественностью, коммуникационная политика.

PR-communications of a higher educational institution

In article consider theoretical and organizational aspects of formation of system of communications with the public of higher educational institutions. Results of the secondary analysis of researches of communication systems of universities are presented, recommendations about increase of efficiency of communications with the public are formulated.

Keywords: higher educational institution, public relations, communication policy.

Усиление конкуренции на рынке образовательных услуг заставляет вузы искать новые методы неценовой конкуренции не только в привлечении потенциальных студентов, но и во всей своей образовательной и экономической деятельности. В более привлекательном положении находятся те заведения, которые сформировали, или целенаправленно формируют собственную репутацию, паблисити и имидж, благодаря которым выигрывают по неценовым параметрам привлекательности, а также продвигают их в рамках коммуникационно-информационной политики разнообразными средствами связей с общественностью — Public Relations. Термин public relations был введен третьим президентом США Томасом Джефферсоном, создателем Декларации независимости. Под понятием public relations он подразумевал сферу

деятельности людей, компетентных в управлении общественным мнением. Связи с общественностью являются основным коммуникационным инструментом формирования позитивного имиджа вуза и закрепления его образа в сознании целевых аудиторий.

При создании PR-коммуникаций, руководители вузов используют, как правило, основные, ставшие уже давно традиционными инструменты, такие как рекламные объявления в печати, на телевидении и радио, участие в образовательных выставках, Дни открытых дверей и агитационная работа в школах. При этом, в качестве имиджеобразующей информации, распространяемой данными PR-инструментами, выносятся следующие моменты:

- Номер лицензии и свидетельства о государственной аккредитации. С одной стороны, многие СМИ требуют их указания при публикации, или выводе в эфир объявлений, или иного рекламного-информационного сообщения. Но, с другой стороны, указывая эти данные, как бы подчеркивается законность деятельности ВУЗа и его соответствие образовательным стандартам.
- Год основания. Для государственных вузов это возможность подчеркнуть свою опытность, стабильность, наличие положительной истории. Негосударственные вузы (первые из которых в нашей стране появились в 1992 году) стараются подчеркнуть, что они уже имеют за плечами несколько потоков выпускников.
- Фамилии, имена, отчества и регалии руководителей (ректоров, президентов). Таким образом подчеркивая их вклад в науку и образование, указывая ученую степень, звание, членство в различных академиях и полученные премии.
- Профессорско-преподавательский состав с указанием острепенности сотрудников.
- Подробный перечень специальностей и сроков вступительных испытаний и их формы (собеседование, тестирование, письменный, устный).
- Условия зачисления и форм обучения (досрочное зачисление, очная, заочная, сокращенная форма, экстернат, индивидуальный график).
- Конкурс предыдущего года, подчеркивая тем самым популярность той или иной специальности и надеясь на рост интереса к ним со стороны абитуриентов. Однако, по мнению автора, иногда это делается с противоположной целью – привлечь абитуриентов к поступлению на менее ажиотажные специальности, конкурс на которые значительно ниже, а, значит, шанс поступить на нее значительно увеличивается.

- Наличие подготовительных курсов с указанием сроков (как правило дифференцированных) и началом их работы, а так же преимуществами, которые получает абитуриент в результате их посещения (поступление вне конкурса, дополнительные баллы и т.д.).
- Крайне редко приводится размер оплаты за обучение. Это связано с тем, что ставки оплаты могут быть дифференцированы в зависимости от специальности, формы обучения и сроков оплаты. Как правило, обходя вопрос стоимости обучения, многие ВУЗы ограничиваются фразой «стоимость обучения от ...» с указанием минимально возможной цены.
- Возможность получения дополнительной специальности, углубленного изучения отдельных дисциплин.
- Наличие послевузовского образования (курсов повышения квалификации, аспирантуры, докторантуры, бизнес-программ MBA и пр.)
- Связи с зарубежными партнерами и программы стажировок и студенческого обмена.
- Инфраструктура образовательного процесса (столовая, библиотека, спортивный зал, бассейн, тренажерный зал, дискотека, общежитие и т.д.).
- Наличие базы практик и дальнейшее трудоустройство выпускников.
- Места в рейтингах. Их обязательно упоминают те ВУЗы, которые занимают первые места.

Не умаляя результативности означенных мероприятий, автор считает, что в современных условиях, вузу необходимо искать новые, интересные PR-ходы в продвижении своего имиджа.

Очень малое количество вузов придают значение имиджеобразующим возможностям научной работы. Проведение конференций, круглых столов, Олимпиад, семинаров и публичных лекций опять же формируют соответствующий образ у целевой общественности. При этом речь идет не только о «взрослых» мероприятиях, с приглашением в качестве участников известных ученых, деятелей науки и практиков, но студенческие конференции, на которых студенты могут получить стимул к научно-исследовательской работе и повысить свою внутреннюю самооценку. Кроме того, с помощью научно-исследовательской работы вуз может привлечь к себе внимание представителей научных кругов, органов власти, предпринимательского сектора.

Практически позабыт достаточно распространенный в советское время механизм проведения межвузовских обменов преподавателей с целью передачи опыта. Многие вузы рассматривают эту технологию с негативной точки зрения, якобы «зачем передавать собственный опыт конкурентам, если они могут им не менее эффективно воспользоваться». Однако, по нашему мнению, распространение опыта (с учетом соответствующих рамок) – отличный способ формирования имиджа передового учебного заведения.

Многие вузы, особенно региональные, или филиалы столичных вузов не используют преимущества, которые дают средства Интернет-коммуникаций, в частности свой собственный интернет-сайт вуза.

Интересные данные результатов исследования, посвященного использованию вузами Украины, Республики Крым и города Севастополя традиционных и электронных средств коммуникации, приведены в статье Радченко Н.Н. Целью авторского исследования являлось изучение степени развития средств коммуникации в учебных заведениях Украины и их влияния на формирование имиджа системы образования. Проанализировав Справочники для поступающих в вузы, разместившие информацию по высшим учебным заведениям Украины, Крыма и Севастополя, и проведя качественный анализ данных изданий, автором отмечено следующее¹:

1. Из 662 учебных заведений Украины, разместивших информацию о себе в Справочнике, только 120 (18%) имеют ссылку на собственный сайт, 307 (46%) имеют электронный адрес.

2. Из 42 высших учебных заведений Республики Крым, разместивших информацию о себе в Справочнике, 34 (80,95%) не имеют ни Интернет-сайта, ни электронного адреса.

3. Из 158 учебных заведений Севастополя, разместивших информацию о себе в Справочнике, только 7 (4,4%) имеют ссылку на собственный сайт и адрес электронной почты, тогда как 151 (95,6%) не имеют электронных каналов коммуникации вообще.

Очень похожая ситуация складывается и в региональном образовательном пространстве. Лидером по использованию Интернет-коммуникаций безусловно являются крупные столичные ВУЗы, регулярно размещающие не только рекламные материалы в изданиях типа «Где учиться?», «Образование и карьера» и др., но и активно реклами-

¹ Радченко Н.Н. Традиционные и электронные средства коммуникации как аспект управления персоналом // Культура народов Причерноморья. Севастополь, № 60, 2005, С. 66.

рующие себя и свои мероприятия на образовательных сайтах www.ucheba.ru, www.5ballov и так далее.

Как показывает контент-анализ главных страниц официальных сайтов ВУЗов, наиболее распространенные информационные блоки, вынесенные на главную страницу сайта высшего учебного заведения — следующие:

1. О ВУЗе. В данном блоке, как правило, рассказывают об истории создания и развития высшей школы, основных научных, методических, учебных и спортивных успехах студентов и преподавателей. У возможной целевой аудитории эта информация может вызвать положительное восприятие тем, что ВУЗ имеет историю, достаточно динамично развивается, имеет определенные заслуги, отмеченные различными премиями и призами и т.д.

2. Информация для поступающих. В этом разделе собрана информация о факультетах, специальностях, довузовской подготовке, экзаменах, конкурсе, формах и стоимости обучения. Здесь же, как правило размещают копии официальных документов о лицензировании, аттестации и аккредитации учебных программ. Логично и последовательно структурированная информация в этом разделе создаст впечатление о четкости работы ВУЗа, отлаженности связей между структурными подразделениями.

3. Дополнительное образование. Сюда собирается информация о различных курсах повышения квалификации и профессиональной переподготовки, сведения об аспирантуре и докторантуре, программах второго высшего образования и бизнес-обучения (если речь идет об экономическом образовании). Широкий спектр предоставляемых образовательных услуг — безусловное имиджеобразующее преимущество учебного заведения.

4. Профессорско-преподавательский состав. В этом блоке размещаются биографические данные наиболее известных и авторитетных преподавателей ВУЗа, администрации и сотрудников, их фотографии, ссылки на опубликованные научные труды. Большинство высших учебных заведений стремится пригласить в свой штат ученых и преподавателей, хорошо известных широким кругам общественности своими научными исследованиями и разработками, педагогической и общественной деятельностью, поэтому на соответствующих страницах своих официальных сайтов размещают их фотографии, демонстрируя тот факт, что именно в данном учебном заведении трудится «светило».

5. Контактная информация. Часть ВУЗов в этом разделе ограничивается только почтовым адресом, электронным адресом и телефо-

ном приемной комиссии. Нам кажется, что такой подход с точки зрения формирования имиджа является несколько узким. ВУЗ – клиентоориентированная организация, поэтому каждым своим коммуникационным воздействием необходимо подчеркивать свое стремление понравиться потенциальному клиенту, в данном случае абитуриенту-студенту. Некоторые ВУЗы размещают подробный перечень телефонов соответствующих факультетов, кафедр, структурных подразделений с указанием контактных лиц и часов работы, обеденного перерыва и выходных. Кроме того, размещают схему расположения и проезда. Такой подход говорит о том, что ВУЗ стремится всячески облегчить потенциально возможное общение с целевой аудиторией и формирует благоприятное общее впечатление.

Помимо указанных наиболее распространенных и емких блоков, многие учебные заведения на главную страницу выносят текущую информацию с гиперссылками, создавая впечатление активной научно-методической, воспитательной и общественной жизни.

Не нужно забывать, что студенческая молодежь очень «продвинута» в плане использования новейших достижений науки и техники, и наличие персонального компьютера, подключенного к сети интернет уже не вызывает удивления, а стало нормой для подавляющего большинства студентов. Интернет-сайт ВУЗа имеет практически неограниченные информационные возможности: здесь можно размещать основную организационную информацию; историческую справку; рассказать о профессорско-преподавательском составе и сотрудниках; вывешивать расписание (это наиболее актуально для студентов-заочников, которым не придется звонить, или ехать в ВУЗ для выяснения расписания предстоящей сессии); публиковать новости о последних достижениях студентов и преподавателей в спорте, науке, творчестве, различных конкурсах; вывешивать учебно-методические разработки преподавателей и электронные учебники; анонсировать мероприятия, планируемые к проведению; публиковать отчеты; организовать обратную связь со студентами через форум, или гостевую книгу и т.д. Кроме того, наличие интернет-сайта само по себе формирует образ ВУЗа как прогрессивного, современного, не отстающего от последних тенденций.

Вторичный анализ различных исследований PR-коммуникаций высших учебных заведений позволяет сделать следующие выводы:

1. Количество и качественная оценка наиболее важных составляющих имиджа коммерческого и государственного ВУЗов разные. При этом студенты государственных ВУЗов выделяют большее количество

наиболее важных характеристик имиджа учебного заведения и средний балл этих оценок немного выше.

2. Студенты коммерческого и государственного ВУЗов (как идеального, так и реального) принимают за наиболее важные составляющие имиджа высшего учебного заведения характеристики, которые относятся к категории, показывающей качество образования.

3. Наименее важные составляющие имиджа коммерческого и государственного ВУЗов составляют небольшое количество и относятся к категории стиля, «возраста» и «профильности» учебного заведения.

4. Данные восприятия имиджа идеального и реального высшего учебного заведения как коммерческого, так и государственного отличаются в сторону идеального.

5. Ряд характеристик имиджа ВУЗа при оценке реальных учебных заведений студенты считают нейтральными. Данные показатели относятся к различным категориям.

6. Некоторые оценки наиболее важных характеристик имиджа ВУЗа в реальном и идеальном учебном заведении (как государственного, так и коммерческого) одинаковы. Они также относятся к различным категориям.

Как показывает практика, многие руководители образовательных учреждений озабочены больше текущими проблемами, принося в жертву стратегические цели развития организации. Таким образом, четкой, целенаправленной, комплексной работы руководителей по созданию устойчивой системы информационно-коммуникационного обеспечения деятельности ВУЗа не наблюдается, а это является огромным резервом в повышении конкурентоспособности, занятии достойного места в рейтинге лучших учебных заведений страных, а в будущем и мира.

Используемые источники

1. Николайчук Н. Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис, СПб, 2011.
2. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. М.: Центр, 2008.
3. Радченко Н. Н. Традиционные и электронные средства коммуникации как аспект управления персоналом./ Культура народов Причерноморья. Севастополь, № 60, 2005.
4. Расницын В. Корпоративный имидж в контексте бизнес-коммуникаций// <http://marketing.spb.ru/conf/2002-02-lbs/iabc.htm>.

Пятышев В. В.

аспирант,
Московский финансово-промышленный
университет «Синергия»

Формализация управления отношениями (взаимодействиями) в виртуальной компании

В статье осуществляется формализация управления отношениями (взаимодействиями) в виртуальной компании посредством классификации её человеческих ресурсов и условного их разделения на интеллектуальные узлы нескольких типов. Рассмотрены проблемы взаимодействия между интеллектуальными узлами, а так же функции каждого интеллектуального узла в отдельности.

Ключевые слова: Виртуальная компания, Интеллектуальный узел, Управление проектами.

Formalization of relationship management (interactions) in a virtual company

In the article presents the formalization of relationship management (interactions) in a virtual company through the classification of its human resources and their separation conditional on smart nodes of several types. Considers the problems interaction between smart nodes, as well as the function of each node in intellectual isolation.

Keywords: Virtual company, Smart node, Project Management.

Виртуальные компании, которые сегодня являются слабо изученными в конкретно-практическом плане, но «хорошо» разобранными в «теоретико-абстрактных» публикациях, довольно часто становятся теми формами организации бизнес-деятельности, которые организуются группой заинтересованных лиц «стихийно», без опоры на определённые правила и алгоритмы формирования. Связи между участниками виртуальной компании налаживаются «автоматически» (через ИКТ) по принципам «кто ищет, тот всегда найдёт» (взаимные интересы участников, которые в совокупности составляют общую цель виртуальной компании) и «рыбак рыбака видит из далека» (успешный поиск единомышленников с «широкосистемным» образом мышления. Но в данном случае всё равно возникают определённые управленческие трудности, ведь несмотря на кажущуюся «анархичность» в менеджменте виртуальной компании, некое подобие иерархии и «команд-

ного» управления, направляющего ресурсы ВК на выполнение конкретной задачи в ней всё же присутствует. А как иначе мобилизовать «стихию» заинтересованных и «полузаинтересованных» лиц (участников ВК с «ограниченными» интересами, исполняющими небольшую часть проекта или оказывающих «консультационные» и вспомогательные услуги остальным участникам), обладающих нужными знаниями, умениями и готовых работать; но при этом имеющих плохое системное представление о функционировании самой виртуальной компании и о своей роли в ней. Как понять и чётко классифицировать роли и функции каждого участника виртуальной компании, что бы провести чёткую формализацию, которая пояснит, кем создаётся ВК, кто ей управляет, осуществляет техническую поддержку, а кто является рядовым исполнителем; и это при том, что каждый «сотрудник» ВК может совмещать в себе несколько «ролей» сразу? Задача данной статьи — дать наиболее полный ответ на этот вопрос.

Типовыми отношениями в виртуальной компании являются отношения между интеллектуальными узлами в рамках построенной **интеллектуальной среды («свободная» среда на основе современных ИКТ-средств и необходимого ПО)**. К основным структурным рабочим компонентам виртуальной компании относятся:

1. **«Технические» узлы** (компьютеры с выходом в Интернет и необходимыми программами для связи; т.е. техническая инфраструктура виртуальной компании, как отдельный самостоятельный элемент)

2. **Когнитивно-познавательные узлы** (люди — «работники» и «работодатели» (руководитель(и) базис-проектов и руководители отдельных рабочих групп, выполняющих определённую часть проекта) с компьютерами, генерирующие идеи и работающие в виртуальной компании).

Когнитивно-познавательные узлы делятся в свою очередь на основные узлы-компоненты (категории и подкатегории), к которым относятся:

1) **Узлы руководства**, которые осуществляют непосредственное управление виртуальной компанией, задавая общее направление её работы и отвечая за её «смысловое поле».

В состав **узлов руководства** входят:

А) **Узел-активатор**. Это заказчик продукции ВК, который по сути является инициатором её «рождения». Основную бизнес-идею ВК формулирует именно он. Так же осуществляет взаимодействие со всеми узлами ВК, но самое тесное — с узлом принятия решений, как непосредственным своим «починённым».

Б) Узел принятия решений, который подразделяется на два типа:

- К первому типу данного узла относится, условно говоря, «руководитель проекта» ВК, чьё «техническое задание» он получает прямо от «узла-активатора», а после занимается поиском исполнителей;
- Ко второму типу узла принятия решений относятся менеджеры, руководящие группами непосредственных исполнителей проекта (узлов исполнения), каждая из которых исполняет определённую часть работы. К обоим узлам принятия решений предъявляются следующие «параметры» – способность к самообучению, формулирование бизнес-идеи ВК (совместно с узлом-активатором), психологическая и техническая подготовка к общему и локальному (рабочие группы узлов исполнения) руководству проектом.

2) Интеллектуальные узлы ВК из категории «Обслуживающий персонал» включают в себя:

В) Узел поддержки, под которым подразумевается определённый тип сотрудников ВК, которые непосредственно не занимается работой над проектом, но оказывают техническую (программирование) и психологическую поддержку (общение на форумах) остальным узлам (включая ИУ из руководства ВК) и обладают соответствующими компетенциями (программирование, психология электронных коммуникаций, психология общения) для оказания данной поддержки. Эти узлы сотрудничают со всеми ИУ ВК, особенно с узлами исполнения. Так же они обладают компетенциями разрешения мелких локальных проблем во взаимодействии между «руководством» ВК и узлами исполнения.

Г) Вспомогательный узел. Его отличие от узла поддержки заключается в том, что он обладает более широким спектром компетенций, куда входит правовая («персональный юрист» ВК) и языковая поддержка (касается сферы электронных коммуникаций и если некоторые сотрудники ВК говорят на разных языках).

Вместе с узлом исполнения данный ИУ формирует корпоративную культуру виртуальной компании.

Интеллектуальные узлы из категории «Исполнительный персонал» виртуальной компании **включает в себя только** –

Д) Узел исполнения – непосредственных сотрудников виртуальной компании, на каждого из которых возложена определённая часть работы по реализации проекта ВК и каждый из которых (один или несколько) находится под руководством «локальных» узлов принятия решений – менеджеров рабочих групп ИУ.

Основные параметры узлов исполнения включают в себя творческий подход к выполнению своей работы, набор необходимых компетенций и готовность выполнять распоряжения узлов руководства ВК. Так же вместе со вспомогательными узлами он формирует корпоративную культуру виртуальной компании.

Отдельным элементом в классификации сотрудников виртуальной компании **выступает** —

Е) Узел развития, который «работает на перспективу» дальнейшей эволюции ВК в рамках новых проектов, предлагает свежие идеи и по рабочим задачам, и по стратегическому планированию деятельности — дальнейшему сотрудничеству интеллектуальных узлов, уже имеющих совместный опыт работы.

В этот интеллектуальный узел может войти любой из перечисленных выше узлов, если их деятельность отличает особый «интеллектуальный фон», когнитивно-предпринимательская «жилка», мысли не только о «куске» своей работы, но и о проекте в целом и о будущем виртуальной компании, где «интеллектуальный узел» работает.

Следует отметить, что эта классификация в некоторой степени условна, т.к. и роли и функции каждого интеллектуального узла в рамках интеллектуальной среды виртуальной компании могут меняться в зависимости от конкретной ситуации и индивидуальных договорённостей между участниками ВК.

На рисунке 1 представлена **формальная структура отношений в рамках виртуальной компании**.

Представленная на рисунке 1 схема формализации отношений внутри виртуальной компании предполагает обеспечение достижения «проектной» цели виртуальной компании в результате взаимодействия узлов исполнения (основных работников виртуальной компании) с узлами поддержки и вспомогательными узлами (данное взаимодействие гарантирует техническую и психологическую поддержку, обработку поступающей от узлов-исполнителей информации); а через узлы поддержки и вспомогательные узлы обеспечивается взаимодействие с руководством компании (заказчик и руководитель проекта), способствующим реализации общей цели.

Однако, следует помнить, что традиционного разграничения руководитель-подчиненный, свойственного для организаций с иерархической структурой управления, в виртуальной компании не существует. Как «руководитель» виртуальной компании, так и ее «сотрудники» — партнеры, от эффективности деятельности которых зависит эффективность организации в целом и проекта в частности.



Рис. 1. Формальная структура отношений в рамках виртуальной компании ¹

Рассматривая **активирующий узел (заказчика продукции виртуальной компании)**, следует отметить, что он выступает генератором идеи, на основе которой осуществляет свою деятельность виртуальная компания. Взаимодействие данного узла происходит со всеми узлами виртуальной компании, при этом более тесное взаимодействие осуществляется с узлом принятия решений.

На разработанном автором рисунке 2 представлены основные функции узла-активатора.



Рис. 2. Основные функции узла-активатора ²

Взаимодействие осуществляется непосредственно с узлом принятия решений. Данное взаимодействие осуществляется на основе

¹ Разработано автором.

² Разработано автором.

размещения заказа в виртуальной компании, когда из внешней среды поступает информация о необходимости размещения заказа. Именно активирующий узел является инициатором создания виртуальной компании, целью деятельности которой выступает удовлетворение запросов потребителя в выполнении размещенного заказа.

Узел-активатор выступает также в качестве генератора идей. Следует отметить, что активирующий узел оказывает непосредственное влияние не только на узел принятия решений. Влияние активирующего узла на узел поддержки и на вспомогательный узел опосредованно. Тем не менее, данное влияние способствует формированию новых идей, которые способствуют достижению общей цели виртуальной компании.

Рассматривая **узел принятия решений (ИУПР – интеллектуальный узел принятия решений)**, следует отметить, что руководство виртуальной компанией связано в первую очередь с необходимостью самореализации человека, решившегося управлять компанией подобного типа. Следует отметить, что руководитель проекта может и не иметь практического опыта руководства. Имея определенный опыт работы с людьми и потребность в самореализации, служащую основным мотивом для взятия на себя ответственности по менеджменту ВК, узел принятия решений в первую очередь должен разработать и доработать (совместно с узлом-активатором) бизнес-идею создания новой компании.

Следует так же особо подчеркнуть взаимосвязь узла принятия решений с активирующим узлом, так как именно от активирующего узла исходит идея формирования виртуальной компании, которая является двигателем её деятельности на протяжении всего периода функционирования.

Активирующий узел оказывает влияние на формулирование бизнес-идеи прежде всего, а также на стимулирование узла принятия решений к самообучению.

На рисунке 3 представлены основные параметры узла принятия решений виртуальной компании.

Гипотетический узел принятия решений ВК может и не иметь практических навыков по руководству коллективом и реализации бизнес-проектов. В связи с этим после формулировки и доработки бизнес-идеи (совместно с узлом-активатором) необходимо определить, какие ресурсы требуются для ее реализации.

Одним из основных ресурсов виртуальной компании являются компетенции сотрудников. В связи с этим ИУПР (узел принятия решений) должен сам владеть всей информацией по предполагаемому проекту, чтобы анализировать деятельность потенциальных подчиненных.

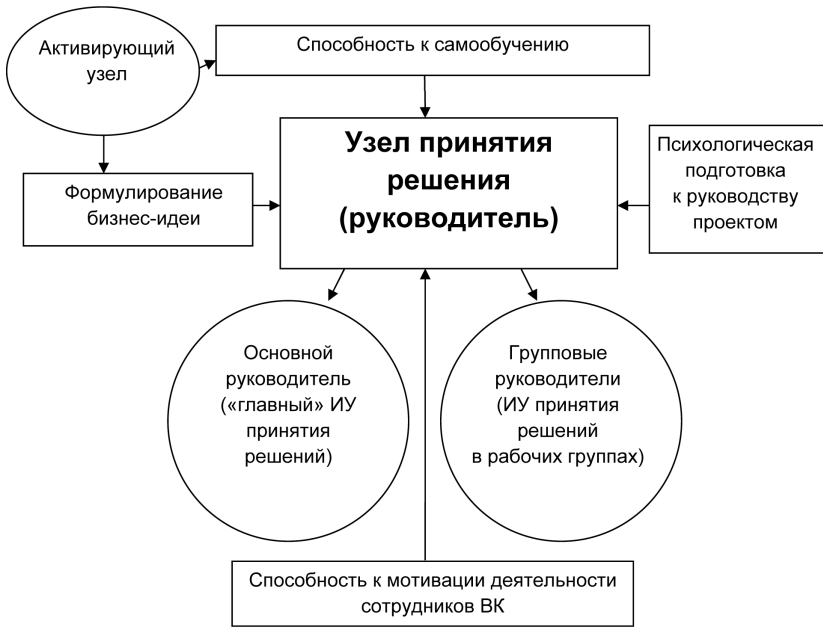


Рис. 3. Параметры узла принятия решений ³

Следовательно, ИУПР на стадии формирования бизнес-идеи (или помощи узлу-активатору в её формировании) и определения ресурсов должен пройти обучение в рамках тех сфер, в которых, как предполагается, будет осуществлять деятельность виртуальная компания.

Так же ИУПР на этапе формирования «ресурсной базы» должен разработать **интернет-проект**, в рамках которого будет реализовываться бизнес-идея. К разработке интернет-проекта относится создание сайта, реклама услуг или продукции, предоставляемых в рамках проекта.

Также ИУПР должен быть психологически подготовлен к руководству проектом. Если он изначально не обладает психологическими навыками общения, то ему необходимо пройти психологические тренинги по формированию команды.

Следует отметить, что процесс обучения руководителя не должен иметь периодический характер. Саморазвитие и самообучение, осуществляющиеся постоянно («пожизненное» обучение), будут способствовать повышению эффективности виртуальной компании.

³ Авторская разработка.

При осуществлении руководства виртуальной компанией особую роль играют специфические способности ИУПР – знания, умения, информированность и компетентность.

При разработке интернет-проекта важны технологические знания, которые имеют непосредственное отношение к предмету и содержанию труда.

Важны также психологические знания, позволяющие осуществлять успешное взаимодействие с группой, завоевывать доверие и авторитет.

Используя концептуальные знания, ИУПР виртуальной компании получает возможность видеть будущее создаваемого проекта, анализируя деятельность организации в целом.

На формирование ИУПР значительное влияние оказывают непосредственно черты личности, такие как психофизические (интенсивность внимания, волевые усилия, объемная память, эмоциональные реакции (уравновешенность и стрессоустойчивость), общительность, доминантность), деловые качества (предприимчивость, независимость, стремление к достижению, умение видеть перспективу, идти на риск), профессионально-организаторские качества (целеустремленность, оперативность, распорядительность, требовательность, умение справедливо оценивать других).

Наличие данных качеств личности не является исчерпывающей характеристикой узла принятия решений ВК, обладающего, как правило, индивидуальными особенностями. С точки зрения профессионального статуса, ИУПР выступает в роли хозяина, стратега, координатора, инициатора и **консультанта**.

Необходимо так же обратить внимание на тот факт, что грань между условно говоря «руководителем» и «сотрудником» виртуальной компании достаточно слабая, так как «оба» являются, по сути, членами предпринимательского «класса», при том ориентированными в первую очередь на реализацию собственных интересов. Это представители малого бизнеса, являющиеся представителями новой, сетевой экономики, характерной для периода экономических трансформаций. Данные люди, являясь составными элементами экономики нового типа, способствуют формированию нового экономического пространства, для которого не существует территориальных границ, а самое важное – границ в области знаний и компетенций.

Что касается разработки бизнес-плана (совместно с узлом-активатором) ВК, то в нём вначале определяются ключевые компетенции, присущие всем используемым в проекте человеческим ресурсам.

В таблице 1 представлен образец бизнес плана для смоделированной в рамках исследования виртуальной компании, «созданной» для выполнения заказа по разработке интернет-сайта.

Таблица 1

**Образец бизнес-плана виртуальной компании
по созданию интернет-сайта ⁴**

Вид деятельности	Ключевые ресурсы	Стоимость, руб.
Определение бизнес-идеи	Руководитель виртуальной компании	-
Определение технических средств (E-mail, Wiki, MS Project, Internet)	Руководитель виртуальной компании	5000 руб.
Разработка дизайна проекта	Удаленный сотрудник, обладающий дизайнерскими навыками	2500 руб.
Наполнение сайта	Удаленные сотрудники, имеющие опыт работы в сфере контент-менеджмента	3000 руб.
Поддержка сайта	Удаленные сотрудники, обеспечивающие поддержку изменений на сайте в процессе его функционирования	1500 руб.
Тестирование проекта	Удаленные сотрудники	2000 руб.
Итого		14000 руб.

Основными компетенциями сотрудников виртуальной компании в рамках данного примера будут: знания и опыт в сфере web-дизайна, реализации интернет-проектов; знания в области рекламы, маркетинга; 3D моделирование; способность реализовывать креативные идеи.

Работа сотрудников ВК должна быть организована с учетом часовых поясов, культурных традиций. Узлу принятия решений необходимо будет управлять людьми, которые редко встречаются лично или вообще не знают друг друга. С этим связано отсутствие того взаимопонимания, которое характерно для сотрудников, работающих в условиях офиса, от чего зависит благоприятный климат внутри коллектива, влияющий на повышение эффективности деятельности.

ИУПР так же должен осуществлять инвестиции в онлайн-ресурс (интернет-сайт), создать своеобразную «площадку» для переговоров, где будущие сотрудники смогут быстрее познакомиться друг с другом на

⁴ Разработано автором.

форуме. Однако, невозможность вследствие физической отдаленности познакомиться поближе («дотронуться» до Другого по терминологии словенского философа С. Жижека) и определить вклад каждого из участников в проект является одной из основных проблем для ИУПР.

В связи с этим нужно отметить определённую психологическую разницу между управлением «виртуальной» командой и реальной (той, что находится «под рукой», скажем, в зале совещаний). Вместо того чтобы читать язык тела, настроение сотрудника, приходится вчитываться в стилистику текста электронных сообщений («смайлики», пунктуация, намеренно искажённая орфография) члена команды, чтобы быстро заметить уровень его интереса или мотивации относительно работы. Для психологически эффективного контроля нужно уметь распознавать настроение каждого сотрудника по стилю его коммуникационных сообщений.

В виртуальной компании также следует использовать такие онлайн-инструменты, как социальные сети, в которых объединяются потенциальные сотрудники по интересам, возрасту, образованию, где предоставляется возможность сотрудникам виртуальных компаний получить информацию друг о друге. Данный инструмент обладает высокой эффективностью при организации деятельности сотрудников виртуальной компании. Например, компания WebSoft предоставляет виртуальные классы (дистанционное образование) не только для своих сотрудников, давая им возможность саморазвития, но и для сотрудников виртуальных компаний, занятых преимущественно в разработке проектов по созданию программного обеспечения. Данный вид общения может использоваться внутри компании для обсуждения сотрудниками виртуальной команды текущей работы и получения справочной информации, для объединения на форумах в соответствии с их интересами.

В большинстве виртуальных компаний существует отдельное онлайн-пространство, доступ к которому имеют все сотрудники в течение 24 часов. В данной ситуации сотрудник виртуальной компании получает возможность, при соблюдении условия независимой работы, периодически отслеживать продвижение работы и определять, какой вклад в реализацию проекта вносят другие участники проекта.

В России на сегодняшний день самая подходящая для такой деятельности социальная сеть — сайт «В контакте», где можно создать любую группу «по интересам» и по бизнесу, которая соберёт в своём составе всех заинтересованных людей, позволяя им вести переговоры на местном форуме и загружать нужные материалы в разделы «Фото» и «Видео».

Узелу принятия решений необходимо поощрять частое общение участников виртуальной компании, чтобы между ними происходил обмен опытом, определялся вклад и эффективность каждого сотрудника. Тем не менее, принуждать к обязательным сборам сотрудников не стоит.

Постоянный электронный контакт сотрудников компании способствует созданию атмосферы доброжелательности и доверия. Так же он помогает сотрудникам лучше осознавать миссию компании.

Что касается миссии виртуальной компании, то она должна быть созвучна ценностям ее сотрудников. Каждый сотрудник виртуального проекта (и это задача узла принятия решений) должен осознавать, что реализуемая им задача является значащей для команды и компании в целом способствует увлеченному ее выполнению, предложению свежих идей, развитию команды в целом. Пример этому – результаты деятельности двух виртуальных команд – сотрудничество, приведшее к появлению онлайн-энциклопедии Wikipedia, а также создание операционной системы с открытым исходным кодом – Linux.

Следующий компонент формализованной структуры отношений в виртуальной компании – Узел поддержки, под которым подразумевается человеческий ресурс (сотрудники ВК), обладающий навыками технической и психологической поддержки.

На рисунке 4 представлена схема компонентов узла поддержки.

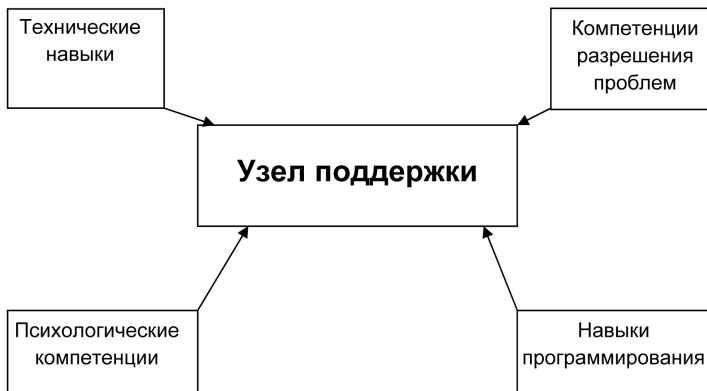


Рис. 4. Компоненты узла поддержки в виртуальной компании⁵

⁵ Разработано автором.

Следует отметить, что узел поддержки предполагает обеспечение адекватной сложившейся в виртуальной компании ситуации технической или психологической помощи в рамках определенного набора компетенций. Выполнением этих функций в виртуальной компании занимается определённый тип сотрудников с соответствующими компетенциями.

Узел поддержки способствует повышению эффективности виртуальной компании, предполагая использование ключевых компетенций в психологической и технической области с целью достижения общей цели компании.

Технические навыки, используемые узлом поддержки, способствуют достижению общей цели виртуальной компании. Данные навыки зависят напрямую от набора ключевых компетенций, которым обладают сотрудники виртуальной компании. С техническими навыками узлов поддержки непосредственно связаны и навыки программирования.

Психологические компетенции и компетенции, способствующие разрешению проблем, также связаны с реализацией функций узла принятия решений.

Узлы исполнения и вспомогательные узлы принимают непосредственное участие при формировании **культуры виртуальной** компании. Сотрудники, работающие в рамках проекта в данном случае должны осознавать, что именно их знания и навыки имеют ценность для компании.

Например, узлы руководства, вокруг которых выстроена ВК, должны сформулировать миссию компании в таком виде: «Наша компания основывается на знаниях и опыте наших сотрудников и её будущее заключается в успешной реализации потребностей сотрудников компании».

Узлы руководства должны подчеркивать ценность каждого сотрудника для общего дела и определить в качестве основной цели функционирования не получение прибыли, а обеспечение для сотрудников возможности саморазвития и создания личного счастья. Ключевые компетенции сотрудников должны использоваться ими для самореализации наряду с достижением целей виртуальной компании.

Созданию образа и, соответственно, корпоративной культуры виртуальной компании, способствует и конструирование особого мира, чтобы, находясь на портале (интернет-сайте) такой компании, все чувствовали себя окружёнными «особой атмосферой» и с лёгкостью идентифицировали себя и с «образом» виртуальной компании, и с её реальной деятельностью.

Таким образом, такая «виртуально-неформальная» свободная организация трудовой деятельности (и, собственно, сама такая трудовая деятельность) является наиболее психологически комфортной и естественной для человека (конечно, только в том случае, если он определил возможности собственной реализации в виртуально-интеллектуальной рабочей среде).

Основные качества, которыми должен обладать «фрилансер» (как основной «компонент» узлов исполнения и поддержки), — **ответственность, самоменеджмент, креатив и жажда познания**. Узел принятия решений компании должен в данной ситуации способствовать реализации данных качеств, так как отсутствие возможностей для их реализации приведет к снижению эффективности виртуальной компании в целом.

Возможности эмоционально-психологического и профессионального роста фрилансера, входящего в узел исполнения и поддержки находятся в прямой зависимости от степени оценки важности определенного вида работ со стороны самого фрилансера.

Для самих фрилансеров характерно проявление инициативы в работе и достижение профессиональных целей. Надежность места работы, длительный отпуск, отсутствие напряженности труда не так важны для них, как для традиционных работников.

Удовлетворенность работой, осознание достижения цели — вот основные критерии, по которым ответственный, креативный сотрудник виртуальной компании оценивает потенциального работодателя (руководителя базис-проекта и узла-активатора).

Что касается основных функций узла исполнения, то он осуществляет основные шаги по реализации проекта (выполнения своей части работы), используя имеющийся набор базовых компетенций, а также информационную базу, имеющуюся в распоряжении компании.

Вспомогательный узел используется для оказания правовой, языковой поддержки, консультационной. Таким образом, набор ключевых компетенций вспомогательного узла должен быть намного шире, чем узла исполнения, с тем, чтобы осуществить качественную консультационную помощь.

На рисунке 5 представлен авторский подход к интерпретации значения понятия узел исполнения в виртуальной компании.

На рисунке 6 определены основные характеристики вспомогательного узла.

Таким образом, вспомогательный узел выполняет более широкий спектр деятельности, чем узел поддержки, оказывая правовую, языковую помощь.

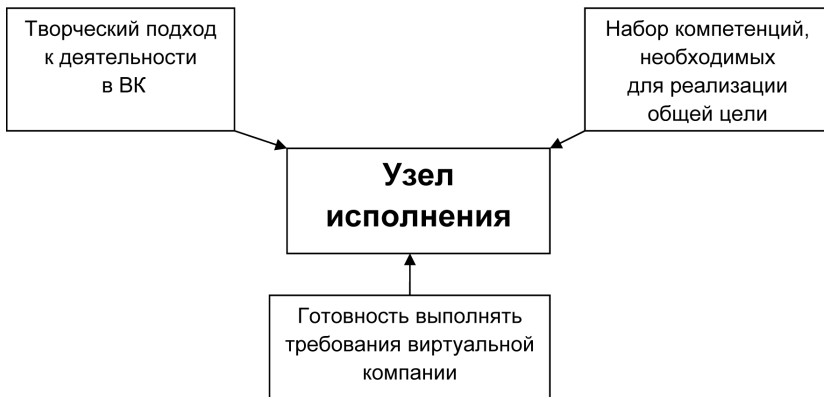


Рис. 5. Узел исполнения⁶

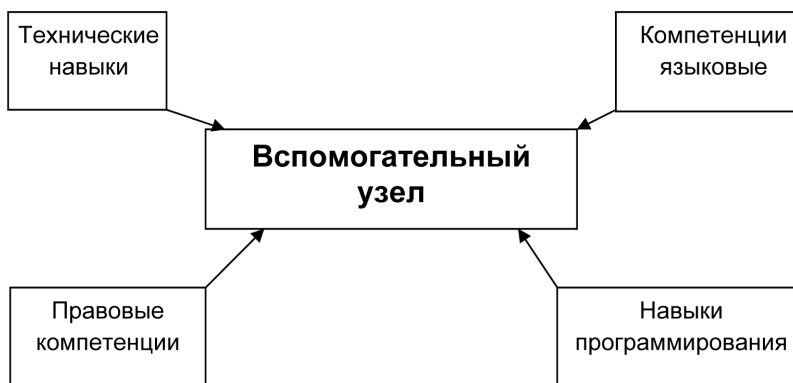


Рис. 6. Характеристики вспомогательного узла⁷

Роль вспомогательного узла в виртуальной компании более важная, так как ключевые компетенции входящих в него сотрудников, связанные с правовой сферой, языковой средой, программированием, способствуют повышению эффективности виртуальной компании.

Рассматривая последний важный элемент формализованной системы отношений в виртуальной компаний, необходимо особое внимание уделить **интеллектуальным узлам развития**. Здесь необходимо отметить, что сотрудника виртуальной компании следует рассматри-

⁶ Разработано автором.

⁷ Разработано автором.

вать в первую очередь как самостоятельного предпринимателя, что обуславливает определенные автоматические перспективы будущего развития виртуальной компании (дальнейшее сотрудничество после первого успешного проекта) и особенности осуществления контроля за его деятельностью.

Одной из основных отличительных особенностей узлов развития является «интеллектуальный фон» (потребности), который определяет принадлежность того или иного узла к данной категории.

Узел развития, обладая интеллектуальными способностями, служит для повышения эффективности реализации ключевых компетенций узлов исполнения. Таким образом, повышается эффективность функционирования виртуальной компании в целом.

На рисунке 7 нами представлены ключевые характеристики **узлов развития**, свойственные как «работнику» (сотрудники, входящие во вспомогательные узлы, узлы исполнения и узлы поддержки), так и «руководителю» (активирующий узел и узел принятия решений) виртуальной компании.

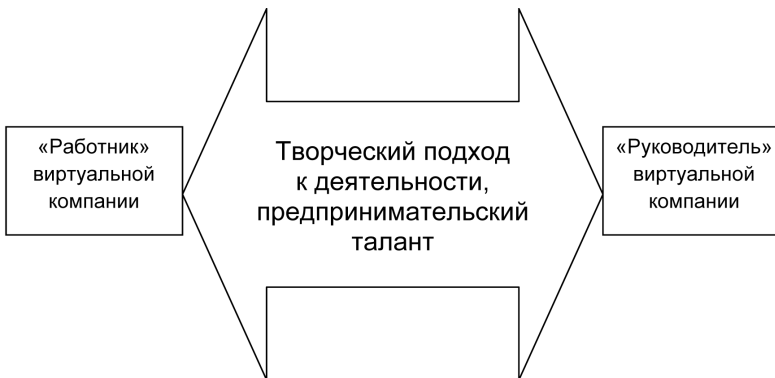


Рис. 7. Ключевые характеристики узлов развития виртуальной компании ⁸

Исходя из представленной на рисунке 7 информации, следует сделать вывод, что ключевой компетенцией узла развития виртуальной компании является предпринимательский талант, основанный на творческом подходе к процессу принятия решений. Узел развития виртуальной компании служит своеобразным звеном в установлении взаимосвязей между узлами руководства ВК, «поддерживающим персоналом» и узлами принятия решений.

⁸ Разработано автором.

Таким образом, формализация управления отношениями в виртуальной компании базируется не только на чисто формальных отношениях, но и на творческом подходе, креативности, предпринимательском таланте.

На рисунке 8 представлена авторская методика управления формализацией отношений в виртуальной компании.



Рис. 8. Схема отношений между интеллектуальными узлами в рамках виртуальной компании ⁹

Для всех сотрудников-участников виртуальной компании свойственен творческий подход к деятельности. Предпринимательский талант узлов развития виртуальной компании способствует реализации творческого подхода к деятельности компании в целом, что способствует повышению ее эффективности.

Для сотрудников ВК характерны весьма амбициозные планы, связанные с их деятельностью в компании. Как «руководство» и «исполнители» виртуальной компании являются близкими по духу предпринимателями, ориентированными на результат, способными к самоменеджменту, ориентирующимися на собственные возможности. Таким образом, «свободомыслящие» люди-предприниматели составят основной костяк экономики будущего.

⁹ Разработано автором.

Таким образом, приведённая в данной статье классификация сотрудников-участников виртуальной компании поможет составить достаточно полное системное понимание алгоритмов функционирования ВК и методик взаимодействия её сотрудников друг с другом; и послужит методическим пособием для предпринимателей, желающих достичь целей своего бизнеса с помощью виртуальной компании.

Используемые источники

1. Баринов В. А. Развитие сетевых формирований в инновационной экономике // Менеджмент в России и за рубежом, 2007. № 1.
2. Дубов Ю. А., Травкин С. И., Якимец В. Н. Многокритериальные модели формирования и выбора вариантов систем. М.: Наука, 1986.
3. Владимирова И. Г. Компании будущего: организационный аспект / Менеджмент в России и за рубежом. 1999. № 2.
4. Карлина Е. П., Объединяясь в сети. Две модели организации бизнес-процессов // Российское предпринимательство. 2004. № 1.
5. Новиков Д. А. Сетевые структуры и организационные системы М.: ИПУ РАН (научное издание), 2003.

Роман М. И.

*кандидат экономических наук, соискатель,
Российская академия предпринимательства*

Современное состояние российских регионов с учетом потенциала их конкурентоспособности

В статье рассматриваются вопросы современной региональной асимметрии современной России, что может самым негативным образом отразиться на существовании отдельных производств и отраслей в целом, особенно в условиях вступления России в ВТО.

Ключевые слова: конкурентоспособность, регионы, население, валовый региональный продукт, отрасли.

Current situation of the Russian regions taking into account potential of their competitiveness

In article questions modern regional asymmetries of modern Russia that can be reflected negatively in existence of separate productions and branches as a whole, especially in the conditions of Russia's accession to the World Trade Organization are considered.

Keywords: competitiveness, regions, population, gross regional product, branches.

Региональная асимметрия свойственная России, порождает не только их различия регионов по уровню их развития, но и несет в себе повышенные отраслевые и рыночные риски для всей отечественной экономики, что в условиях вступления России в ВТО может самым негативным образом отразиться на существовании отдельных производств и отраслей в целом.

Высокая дифференциация по уровню развития и конкурентоспособности российских регионов создает высокое поле неопределенности для отечественной экономики. Например, регионы импортозамещения, особенно машиностроительные, сильно связаны с мировой конкурентоспособностью, спрос на их продукцию обеспечивается притоком нефтедолларов. Собственники ведущих машиностроительных предприятий в основном из крупного сырьевого бизнеса, в период кризиса испытывали острые финансовые проблемы. Снижение спроса на продукцию в кризисный период, резко ударило по промышленности Нижегородской, Ульяновской областей, по Калининградской области, промышленность которой выросла на режиме промсборки, кризис бы-

стро распространился и на другие регионы импортозамещения. Основные риски — в сфере занятости, т.к. роль этих предприятий в доходах бюджетов невелика, и сами регионы не относятся к развитым. В 1998 г. обвальная девальвация рубля дала отраслям импортозамещения сильный стимул к росту, однако повтор такого сценария политически маловероятен. Высвобождение занятых в данных регионах происходит и по сей день, но его масштабы вряд ли превысят уровень 1990-х годов.

Для слаборазвитых регионов дальнейший сценарий развития будет связан с состоянием федерального бюджета, 13–14% которого идет на межбюджетные трансферты. По оценкам 2007 года, в 17 регионах страны доля безвозмездных перечислений достигала 50–93% всех доходов их бюджета, еще в 11 регионах — 40–50% в итоге почти треть регионов страны имело жесткую зависимость от федеральной помощи¹.

Исследования в странах ЕС показывают, что более развитые регионы с низкой безработицей сильнее реагируют на изменения экономической ситуации (при ее ухудшении безработица быстрее растет, а при улучшении быстрее сокращается), в то время как регионы с проблемным рынком труда более стабильны².

Сегодня сложно всего оценить ситуацию с доходами, т.к. легальная заработная плата в слаборазвитых регионах определяется заработками в бюджетной сфере, зависящими от федеральных трансфертов и уровня инфляции, уровень которой постоянно растет. Поэтому политика федерального центра в отношении слаборазвитых регионов, судя по всему, будет определяться исходя из оценки политических рисков.

Следует обратить внимание на динамику конкретных соотношений между производимыми ВРП в период между кризисом конца девяностых и прошедшим кризисом. Южные регионы все более отстают как от среднероссийского уровня производства ВРП, так и от наиболее развитых регионов. Это отставание активно увеличивалось именно в наиболее благополучные годы. Например, по Кабардино-Балкарской Республике производство ВРП на душу населения в 1998 г. составляло 43,0% от общероссийского уровня, а в 2009 — 28,3%³.

Как считает Галачиева С.В.⁴, сегодня южные регионы России характеризуются ярко выраженной асимметрией экономического потен-

¹ Мониторинг экономической ситуации в регионах/ Материалы общественной конференции «Моногорода современные решения» [www.gway.ru]

² Еремина А.Е. «Городские хозяева» / «Эксперт Сибирь», янв. 2008 г.

³ <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/> [Официальный сайт Росстат].

⁴ Галачиева С.В. Формирование и реализация инвестиционной стратегии макрорегиона в контексте теории устойчивого развития/Региональная экономика и управление № 3 (23) 2010.

циала отдельных территорий и высоким уровнем социально-экономической дифференциации населения, расширением ареалов бедности и депрессивности, обострением хронических и новых межрегиональных противоречий.

Наиболее благоприятная ситуация по показателю производства ВРП на душу населения за период 1998–2009 годов наблюдалась в Чукотском автономном округе, Тюменской и Сахалинской областях⁵. Обобщенные статистические данные о размере ВРП в разрезе федеральных округов представлены в таблице 1⁶.

Таблица 1

Валовый региональный продукт по субъектам РФ за период 2003–2009 гг. (млн. руб.)

Валовый региональный продукт	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Центральный федеральный округ	3 577 142,5	4 617 086,1	6 278 359,2	7 965 169,5	4 617 086,1	6 278 359,2	7 965 169,5
Северо-Западный федеральный округ	1 091 026,5	1 474 882,0	1 799 780,2	2 198 608,0	1 474 882,0	1 799 780,2	2 198 608,0
Южный федеральный округ	616 085,3	766 851,3	936 055,9	1 195 194,5	766 851,3	936 055,9	1 195 194,5
Северо-Кавказский федеральный округ	220 169,6	275 606,3	352 070,0	457 117,5	275 606,3	352 070,0	457 117,5
Приволжский федеральный округ	1 807 987,0	2 284 895,8	2 799 035,9	3 513 341,6	2 284 895,8	2 799 035,9	3 513 341,6
Уральский федеральный округ	1 659 322,1	2 234 753,0	3 091 362,9	3 720 616,2	2 234 753,0	3 091 362,9	3 720 616,2
Сибирский федеральный округ	1 209 596,7	1 631 782,5	1 951 299,4	2 442 999,2	1 631 782,5	1 951 299,4	2 442 999,2
Дальне-восточный федеральный округ	561 093,6	678 448,4	826 421,7	999 073,1	678 448,4	826 421,7	999 073,1

Различные комбинации самых простых линейных графиков динамики этих показателей на ближайшую и среднесрочную перспективу показывают неизбежную тенденцию к усилению существующей

⁵ <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/> [Официальный сайт Росстат].

⁶ Тот же источник.

дифференциации. Наиболее тревожная динамика показателей наблюдается по Южному, Северо-Кавказскому и Дальневосточному федеральным округам, отставание которых от всех остальных округов будет только увеличиваться. При этом линейные графики по своим прогнозируемым последствиям являются самыми мягкими, поскольку если использовать другие их разновидности, например экспоненциальный, то прогнозный уровень различий окажется просто катастрофическим.

Кроме того, немаловажное значение в развитии конкурентоспособности регионов играет численность основного населения. Существуют регионы, концентрация населения в которых достигает критических значений (Москва, С-Петербург) и регионы, имеющие огромные территории с ограниченным количеством жителей. Для наглядности рассмотрим рисунок 1⁷, на котором представлены данные о численности населения в наиболее крупных городах России, включая городских и сельских жителей.

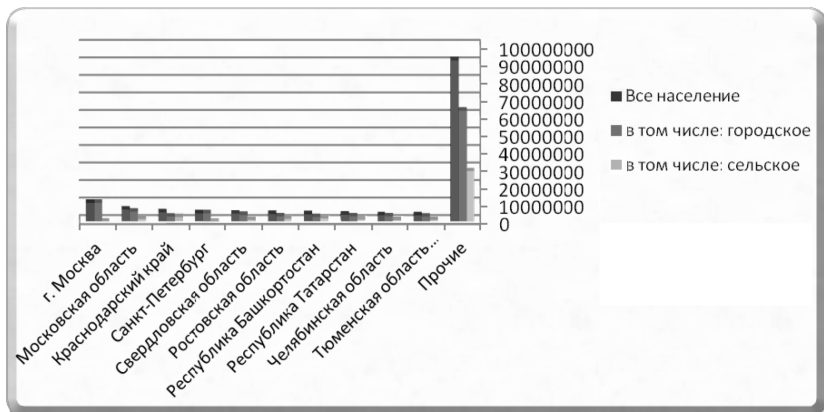


Рис. 1. Данные о численности населения в наиболее крупных городах и регионах России в 2010 г. (кол. чел.)

С нашей точки, одним из значимых факторов конкурентного потенциала регионального развития является фактор плотности населения в рамках одной территории, он также служит стимулом как производственного, так и промышленного роста региона и дальнейшего развития на перспективу. Отток населения — сильнейший индикатор социального неблагополучия территории, основными причинами ко-

⁷ <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/> [Официальный сайт Росстат].

торого могут выступать: ликвидация или банкротство крупнейших предприятий и как следствие безработица, другие социальные факторы, существующая инфраструктура. Так, согласно данным Росстата⁸, в 2009 г. численность населения сократилась в 56 субъектах Российской Федерации. Наиболее заметное сокращение сложилось в Чукотском автономном округе (на 1,9%), Псковской и Магаданской областях (на 1,1%). На 0,8% уменьшилось число жителей в Смоленской, Новгородской, Тульской и Тамбовской областях, республиках Коми и Мордовия; на 0,7% — в Кировской, Сахалинской, Мурманской, Владимирской и Тверской областях; на 0,6%–0,5% — в Ивановской, Архангельской, Курской, Брянской, Костромской, Рязанской, Курганской, Орловской, Нижегородской, Ульяновской, Пензенской, Липецкой областях и Республике Карелия.

Существует также большое количество факторов, оказывающих влияние на производство ВРП (низкое качество менеджмента, рост коррупционных связей, усиление этноэкономических процессов и др.), важнейшим является уровень обеспеченности основными фондами.

Это подтверждается и дополнительным рассмотрением показателей ВРП и основных фондов не только на душу населения (как это принято в статистике применительно к ВРП), но и в расчетах на одного занятого в региональной экономике и на одного экономически активного жителя, что дает несколько более выраженные значения. Например, по Кабардино-Балкарской Республике производство ВРП на одного занятого составляло в 1998 г. 64,9% от общероссийского уровня, а в 2009 г. — 35,8%; на одного экономически активного жителя — соответственно 56,9 и 31,4%⁹.

Разрыв в обеспеченности регионов основными фондами существенно увеличивался в годы последних советских пятилеток. Соответственно, нарастали предпосылки для последующей пореформенной региональной асимметрии. Однако концентрация средств, направляемых на создание основных фондов по ограниченному кругу регионов, имела в советское время определенные основания.

Все региональные экономики развивались в рамках единого народно-хозяйственного комплекса. Поэтому ряд преимуществ от концентрации и специализации производительных сил получали все регионы. Последовавшее разрушение единого народно-хозяйственного комплекса, который формировался на протяжении десятилетий в быв-

⁸ <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/> [Официальный сайт Росстат].

⁹ Тот же источник.

шем союзном государстве, происходило в основном по причинам целесообразности для формирования рыночной экономики, но без учета реальных региональных последствий. А именно эти последствия и привели к недопустимому уровню асимметрии в обеспеченности регионов основными фондами.

Министерство экономического развития РФ еще в предкризисный период планировало преодолеть рассматриваемую дифференциацию посредством создания сбалансированной модели развития регионов, в основу которой будет положено формирование сети конкурентоспособных промышленных кластеров. Предполагалось, что целенаправленная концентрация кластеров по регионам должна будет привести к их более эффективному развитию, формированию территориальных производственных и научных кластеров, развитию курортного потенциала российских регионов, созданию крупных логистических и транспортных узлов на территории России.

Аналогичной точки зрения придерживается и Скопин А.О.¹⁰, который считает, что по мере развития территорий в рамках отдельных регионов, возникает необходимость развития кластеров, которые будут способствовать реализации инновационных проектов между бизнесом и региональной властью.

С одной стороны, с этим подходом нельзя не согласиться, так как использование кластерного подхода может существенно обогатить межрегиональное экономическое сотрудничество, а кластеры как добровольные объединения предприятий, являющиеся гибкими полиструктурными системами, могут способствовать эффективному воздействию государства на экономику, созданию региональных «точек роста», стимулированию развития отдельных отраслей, снижению системных рисков и в конечном счете, будут способствовать повышению конкурентоспособности национальной экономики.

С другой стороны, без преодоления отсталости ряда регионов по обеспеченности основными фондами, что соответственно потребует значительных дополнительных финансовых источников, вряд ли можно будет сформировать эффективное производство в высокотехнологичных кластерах, преодолеть разрушительную асимметрию. Эти противоречивые региональные особенности необходимо будет учесть в предстоящих процессах модернизации, проблемы которой активно обсуждаются среди ученых и специалистов.

¹⁰ Скопин А.О. Методические основы оценки и отбора региональных кластерных проектов/Региональная экономика и управление № 4 (20) 2009.

Не углубляясь в суть дискуссий, следует обратить внимание на то, что, во-первых, как указывают специалисты, общее согласие о необходимости модернизации сопровождается многочисленными различными представлениями о возможных сроках и наиболее эффективных методах решения проблемы. Во-вторых, акцентируется внимание на том, следует ли в стратегии модернизации делать упор на методы и инструменты обеспечения экономического роста или основные средства сосредоточить на создании институтов. Но в этом контексте надо подчеркнуть, что, несмотря на различные подходы, подавляющее большинство специалистов и ученых видит решающую роль в действиях государства, которое должно эффективно интегрировать действия гражданского общества и бизнеса. При этом в ряде случаев аргументируется, что наиболее прагматичным является использование системы индикативного (интерактивного) планирования как модернизированного аналога систем, применявшихся в большинстве стран свершившегося «экономического чуда»¹¹.

Если оживление российской экономики в ближайшие годы пойдет преимущественно по линии реализации интересов субъектов микроэкономического уровня, что будет логично для рыночной экономики, то это одновременно усилит риски критической дифференциации и асимметрии регионального развития, что может поставить под угрозу целостность российской экономики. Отсутствие инновационной активности в ряде региональных экономических систем по причинам отсутствия стимулов, нехватки фондов и т.п. предопределяет усиление дифференциации в территориальном развитии уже в ближайшей перспективе, а значит снижения их конкурентоспособности.

Кроме того, как нам представляется, асимметричность развития некоторых территорий, связанная с активной поддержкой регионов-доноров, во многом определяет дальнейшую политику эффективного развития и формирования потенциала конкурентоспособности регионов. В связи с чем, в последние годы активно обсуждаются вопросы создания регионами собственных фондов финансовых резервов, которые бы обеспечили их необходимыми средствами в наиболее тяжелые периоды существования.

Таким образом, современное состояние региональной экономики показало, крайне дифференцированную модель ее развития, что в условиях отсутствия в России конкурентоспособных производств, отвечающих мировым стандартам, не только усугубляет риски при вступлении нашей страны в ВТО, но и делает этот процесс бесперспективным для национальной экономики.

¹¹ Полтерович В. Стратегии модернизации, институты и коалиции // Вопросы экономики. 2008. № 4.

Сальникова К. Х.

аспирант,

*Российская академия предпринимательства,
ведущий специалист Дирекции сопровождения операций FX
и банкнотных сделок, ОАО Банк «Уралсиб»*

Торговые роботы на биржевых площадках

Данная статья посвящена вопросу исследования автоматизации торговых операций на биржевых рынках, их сертификации, а также приведена статистика торгуемых роботов на бирже. Учитывая то, что данное явление появилось сравнительно недавно, основные результаты были изложены на основании собственного мнения, полученного из наблюдений в рабочем процессе по данному направлению, а также из различного рода форумов и семинаров по заданной тематике.

Ключевые слова: торговые роботы, автоматизированные системы, сертификация торгового робота, торговая платформа, биржевой рынок.

Trading robots on the Stock market

This article is devoted to the automation trading on the stock markets, it's certification, and statistics of trading robots on the stock market. Because this occurrence is most recent, the main results were presented on the own opinion based on observations in the working process, from various forums and seminars under the question.

Keywords: trading robots, automatic trading, certification of trade robot, trading platform, stock markets.

В последнее время наблюдается активная автоматизация процессов во всех «ячейках» банковской системы. Не обошлось и без автоматизации торговых процессов на биржевых площадках.

Несомненно, здесь, как и в любом другом процессе, существует масса преимуществ и недостатков, которые заметно могут повлиять на окончательный финансовый результат Банка/компании. Автоматизация проходит повсеместно: будь то коммерческий банк, либо инвестиционная компания, пенсионный фонд, либо среднесрочный инвестор. Все участники заинтересованы в максимизации своего дохода, уменьшив при этом риски от операций. Поэтому, торговый робот стал незаменимым помощником трейдера на торговой площадке.

Торговый робот – это программа, созданная людьми, с какой-то заложенной инвестиционной торговой стратегией. Основное и главное преимущество – избежание психологического барьера при подаче зая-

вок. Но с другой стороны, робот не обладает интуитивным решением, которое очень необходимо при принятии мгновенных решений в нестабильных условиях рынка. На мой взгляд, можно провести аналогию с шахматами, то есть, человек играет с компьютером и, соответственно, преимущество человека в нестандартной ситуации заключается в том, что он может принимать уникальные решения с некоторой интуицией и видением большего, чем некоторые законы и закономерности. Насколько нам известно, за последние 10 лет компьютеры обыгрывали в шахматы даже чемпионов. Собственно, на бирже идет тот же процесс.

На протяжении последних 5 лет наблюдается тенденция к росту объема ежедневной торговли, осуществляемой торговыми роботами. Конечно же, не существует какого-то измерительного прибора, который бы однозначно демонстрировал нам точный показатель, например 40%. Но опираясь на оценки разных специалистов, можно заметить, что аналитики РТС оценивают данный показатель от 33% до 56% (объем торговли, порождаемых алгоритмами). На Западе, в определенные промежутки времени, это значение достигало — 90%. Можно относиться скептически к этим цифрам, но их появление уже стало системой. И действительно, многие эксперты подтверждают факт того, что объем торгов имеет «взрывоопасный характер», который особенно наблюдается последние 2–3 года ¹.

На практике, торговля с помощью автоматизированных систем и платформ выглядит примерно таким образом: у трейдера есть компьютер, дома или в офисе — не имеет значения, стоит торговый терминал, который связывается с биржей и имеет механизм подачи заявок на покупку/продажу активов не только через пользователя, но и стороне, то есть с помощью торгового робота. Здесь необходимо соблюдать баланс, между скоростью и интеллектом программы, чем более интеллектуальная программа, тем менее критична она к скорости.

Для чего же созданы роботы? Думаю у каждого, свои цели и свои идеи. На мой взгляд, чаще всего, это скорее для того, чтобы заработать деньги, либо это какое-то, своего рода соревнование с другими создателями роботов. Например, по мнению Сергея Кирпиченко, частного инвестора, трейдера и создателя роботов, его первостепенная потребность в работе — это скорее жажда наживы, чем стремление познать что-то неизвестное ². Но по мере изучения процессов автоматизации

¹ «RBC Daily» — ежедневная аналитическая газета: URL: <http://www.rbcdaily.ru/finance/opinion/562949985167864> (дата обращения 20-11-2012, Яков Шляпочник, председатель совета директоров ИГ «Норд Капитал»).

² РБК-ТВ «Сфера интересов», выпуск от 05-10-2012, 23:00 МСК.

появились возможности, которые можно реализовать в виде программ. Тем не менее, какие бы цели не преследовал трейдер, автоматизированная торговля продолжает «набирать обороты, вследствие чего возникает актуальный вопрос, превратится ли в индустрию процесс написания торговых роботов? Несмотря на то, что существуют школы отдельных людей, которые продвигают это, на мой взгляд, в индустрию это все-таки не переросло, и вряд ли перерастет. Связано это с тем, что занимаясь таким не простым, но чрезвычайно интересным делом, необходимо одновременное сочетание в человеке множества компетенций: и математика, и программирование, и психология. Нужно быть очень любопытным от природы, чтобы дойти до конца «этой извилистой дорожки». Издано огромное количество книг, но по большей степени — это макулатура. И для того, чтобы отсеять эту макулатуру и выделить ключевые моменты, из которых собирается эта конструкция, необходимо много времени, терпения и труда.

Именно поэтому, начало этому процессу должно быть положено только имея навык программирования. В настоящее время не существует никаких готовых платформ, которые могли бы обучить данному процессу. При привлечении стороннего программиста успеха также сложно добиться. Но в случае, если успех положительный, то вряд ли он приобретет статус систематического. Безусловно, существует множество компаний, которые предоставляют готовую платформу и сервис. Например, трейдер, торгующий «руками» обладает успешной, по его мнению, стратегией и он желает добиться большей скорости и большей автоматизации с помощью этого робота, может прийти и «попросить техническую поддержку этих идей», выбрав торговую платформу и пройдя обучение в компании. Особенное внимание необходимо уделить выбору платформы, так как поменять ее будет достаточно трудно. Существуют множество известных платформ, таких как MetaStock и Omega, но в любом случае следует остановить свой выбор на самой последней версии.

Григорий Фишман, коммерческий директор компании «Когнитивные финансовые технологии» занимается изготовлением торговых роботов на заказ. Он считает, что системы, которые обыгрывают индекс, однозначно, существовать могут. Но высокой доходности торговых систем гарантировать нельзя. Считаю, что с этим мнением можно согласиться, по той простой причине, что задача компаний — разработать эффективный инструментарий, который позволит правильно реализовывать свои идеи, свои возможности. Единственное, на что можно дать гарантию — на работу программных комплексов таким образом,

как это хочется трейдеру. Соответственно, эффективность разных IT-решений и разных программных комплексов отличается.

Ценность приобретения торгового робота достаточно спорная, приблизительная стоимость размещения торгового робота на ММВБ около 50 000 в месяц³. На мой взгляд, его приобретение можно сравнить с приобретением бизнеса. Допустим, я – бизнесмен и хочу заниматься этим бизнесом, несомненно, я – автор этого бизнеса. Если я приду в организацию и попрошу продать мне выгодный бизнес, то, безусловно, мне продадут его и можно нисколько не сомневаться в том, что он будет успешным, но не факт, что такой бизнес будет приносить прибыль. Поэтому я больше склоняюсь к идее самостоятельного роста в этом вопросе. Без участия автора здесь обойтись невозможно.

Приобретая торгового робота, трейдер предполагает получить максимально возможную прибыль и минимизировать потери. Предугадать успешность робота невозможно. Доходность, как правило, зависит от горизонта инвестирования, объемов и суммы. Допустим, он приносит 1–2% в день к счету и в течение месяца или двух стабильно демонстрирует этот показатель. Такой робот вполне возможно назвать успешным, но стоит обратить внимание на то, какое количество сделок он совершает, более детально изучить его строение и технологические параметры. Думаю инвестору не столь важно, «капают» ли деньги на счет с одной или с 10 000 сделок, но значительную важность приобретают риски, которые он берет на себя. Если робот делает много краткосрочных ставок, то риски будут меньше и наоборот, если робот положил деньги на 3 месяца и в конце заработал проценты, а в следующие 3 месяца рынок резко «пошел» в другую сторону, он их не заработает. То есть, универсального робота, который постоянно зарабатывает, не существует.

После того, как торговый робот уже создан и уже есть огромное желание торговать на бирже, необходимо учесть такой момент, как его сертификация⁴. Компания берет на себя все расходы и со стороны клиента никаких дополнительных шагов не требуется. Тестируется лишь та система, через которую совершается сделка на бирже, но если клиент желает торговать в высокочастотной области, то требуется сертификация. В данный момент, законодательных ограничений по торговле нет, но существуют меры, которые накладываются биржей, с целью защитить свою инфраструктуру от роботов, которые по ее мнению

³ РБК-ТВ «Сфера интересов», выпуск от 05-10-2012, 23:00 МСК.

⁴ «Росбизнесконсалтинг» – информационное агентство: URL: <http://quote.rbc.ru/topnews/2012/05/02/33638826.html> (дата обращения 02.05.2012 11:44).

делают что-то некорректно, либо просто содержат ошибку. Предусмотрена определенная процедура, которая позволяет регулировать непропорциональные действия. То есть биржа тестирует лишь инфраструктуру, через которую работает робот.

Как было отмечено выше, торговый робот — это некий созданный человеком алгоритм, заложенный в программу, следовательно, сам выявить появление фундаментальных новостей он не может. Но следует отметить тот факт, что на Западе уже появились решения, которые могут в on-line транслировать заявления хед-резерва или новость о запасах нефти специальным кодом в программу.

Пожалуй, самым важным моментом следует обозначить поведение робота в условиях резких изменений рынка не характерных для алгоритма. В таком случае, целесообразно отключить робота и понадеяться только на свою интуицию.

6 мая 2010 года случился знаменитый Flash Crash на фондовом рынке США, индекс Dow Jones обвалился на 1000 пунктов, но потом отыграл свое падение на несколько минут назад. Это было крупнейшее падение за всю историю торгов. До сих пор официальной причины обнаружено не было. Но существует мнение, что виновато увлечение роботизированными торговыми системами. Перед аналитиками встал актуальный вопрос, возможна ли подобная ситуация в России? На мой взгляд, на сбалансированном рынке всегда присутствуют инвесторы из разных горизонтов. Есть пенсионные фонды, которые входят неделями/месяцами и выходят неделями/месяцами из позиции, иногда удерживая позицию годами. Есть среднесрочные инвесторы, которые могут входить день/два и выходить тоже день/два, удерживая позицию неделями и месяцами. Есть высокочастотные. Все они пересекаются в «биржевом стакане». И когда трейдер подает заявку на продажу, у него покупает частично пенсионный фонд, частично среднесрочный инвестор и частично другой спекулянт. В ситуации, когда рынок выходит из сбалансированного состояния пункты «сваливаются» на нижний инвестиционный горизонт и «покупатели» начинают принимать импульсивные решения. Поэтому не всегда следует «обвинять» торговых роботов.

Суйц В. П.

*доктор экономических наук, профессор,
МГУ им. М. В. Ломоносова*

Жакипбеков Д. С.

*кандидат экономических наук, доцент,
ЮКГУ им. М. Ауезова*

Анализ налоговой отчетности индивидуального подоходного налога

В статье предлагаются формулы и расчетно-аналитические таблицы, позволяющие расширенно проанализировать налоговую отчетность по индивидуальному подоходному налогу в Республике Казахстан. А также представлены показатели и коэффициенты для определения эффективности налогового управления по индивидуальному подоходному налогу с доходов работника.

Ключевые слова: налоговый анализ, расчетно-аналитические таблицы, доходы работников, индивидуальный подоходный налог, эффективность налогового управления.

Analysis of tax reporting on individual income tax

This article offers formulas and the settlement and analytical tables, allowing to analyse tax accounts on the individual income tax in the Republic of Kazakhstan. And also indicators and coefficients for determination of efficiency of tax management on the individual income tax from the income of the worker are provided.

Keywords: tax analysis, settlement-analytical tables, incomes of workers, individual surtax, efficiency of tax management.

Индивидуальный подоходный налог исчисляется налоговым агентом по доходам, облагаемым у источника выплаты, при начислении дохода, подлежащего налогообложению¹. Плательщиками индивидуального подоходного налога являются физические лица, имеющие доходы, облагаемые и не облагаемые у источника выплаты². Общий начисленный доход работника формируется с доходов облагаемых и необлагаемых у источника выплат, а также доходов в виде дивидендов, выигрышей и вознаграждений (формула 1).

¹ Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (с изменениями и дополнениями на 01.01.2012), ст. 161.

² Там же, ст. 153, 155.

$$\sum D_{\text{раб нач}} = \sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но}} + \sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв}} + \sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб нно}}, \quad (1)$$

где $\sum D_{\text{раб нач}}$ – сумма начисленных доходов работника;

$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но}}$ – сумма D_i доходов работника, подлежащих налогообложению у источника выплат, где i принимает значение от 1 до n ;

$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв}}$ – сумма D_i доходов работника, в виде дивидендов, выигрышей, вознаграждений, где i принимает значение от 1 до n ;

$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб нно}}$ – сумма D_i доходов работника, не подлежащих налогообложению у источника выплат, где i принимает значение от 1 до n ;

Общий анализ доходов работников, подлежащих налогообложению у источника выплат, в виде дивидендов, выигрышей, вознаграждений, не подлежащих налогообложению у источника выплат, рассмотрен в таблице 1.

Таблица 1

Анализ доходов работника

Показатель	Текущий налоговый период (т.н.п.)		Предыдущий налоговый период (п.н.п.)		Отклонение (т.н.п.-п.н.п.)	
	Сумма	Доля в общих доходах	Сумма	Доля в общих доходах	Сумма	Процент (%)
$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но}}$	$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но}}$ т.н.п.	$X_{D_i \text{ раб но}}$ т.н.п. (%)	$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но}}$ п.н.п.	$X_{D_i \text{ раб но}}$ п.н.п. (%)	$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но}}$ т.н.п. – $\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но}}$ п.н.п.	$X_{D_i \text{ раб но}}$ т.н.п. (%) – $X_{D_i \text{ раб но}}$ п.н.п. (%)
$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв}}$	$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв}}$ двв т.н.п.	$X_{D_i \text{ раб двв}}$ т.н.п. (%)	$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв}}$ двв п.н.п.	$X_{D_i \text{ раб двв}}$ п.н.п. (%)	$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв}}$ двв т.н.п. – $\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв}}$ двв п.н.п.	$X_{D_i \text{ раб двв}}$ т.н.п. (%) – $X_{D_i \text{ раб двв}}$ п.н.п. (%)
$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб нно}}$	$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб нно}}$ нно т.н.п.	$X_{D_i \text{ раб нно}}$ т.н.п. (%)	$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб нно}}$ нно п.н.п.	$X_{D_i \text{ раб нно}}$ п.н.п. (%)	$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб нно}}$ нно т.н.п. – $\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб нно}}$ нно п.н.п.	$X_{D_i \text{ раб нно}}$ т.н.п. (%) – $X_{D_i \text{ раб нно}}$ п.н.п. (%)
$\sum D_{\text{раб нач}}$	$\sum D_{\text{раб нач}}$ т.н.п.	100%	$\sum D_{\text{раб нач}}$ п.н.п.	100%	$\sum D_{\text{раб нач}}$ т.н.п. – $\sum D_{\text{раб нач}}$ п.н.п.	

Анализ доходов работника, представленный нами в таблице 1, за текущий и предыдущий налоговый период позволит сформировать общую картину по доходам, выплачиваемых налоговым агентом, и прочими доходами работника. А также данная таблица позволит:

- произвести ретроспективный анализ доходов работника, подлежащих налогообложению у источника выплат, доходов работника, в виде дивидендов, выигрышей, вознаграждений, доходов работника, не подлежащих налогообложению;
- рассмотреть динамику и выявить закономерности в их изменениях;
- принять управленческие решения по назначению дополнительных процедур по проверки правильности и законности признания доходов;
- изучить динамику и произвести анализ начисленных доходов работника.

Налогооблагаемый доход у источника выплат регламентируется статьей 160 налогового Кодекса Республики Казахстан, где рассмотрены доходы, облагаемые у источника выплаты, к которым относятся (формула 2):

- доход работника;
- доход физического лица от налогового агента;
- пенсионные выплаты из накопительных пенсионных фондов;
- доход в виде дивидендов, вознаграждений, выигрышей;
- стипендии;
- доход по договорам накопительного страхования.

$$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но нач}} = \sum D_{1 \text{ раб но}} + \sum D_{2 \text{ раб но}} + \sum D_{3 \text{ раб но}} + \dots + \sum D_{n \text{ раб но}}, \quad (2)$$

где $\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но нач}}$ – сумма начисленных D_i доходов, облагаемых у источников выплаты;

$\sum D_{1 \text{ раб но}}, \sum D_{2 \text{ раб но}}, \sum D_{3 \text{ раб но}}, \dots, \sum D_{n \text{ раб но}}$ – элементы ряда $D_{i \text{ раб но}}$.

Доход работника, облагаемый у источника выплаты, определяется как разница между начисленными работодателем доходами работника, подлежащими налогообложению, с учетом корректировок, предусмотренных статьей 156 налогового Кодекса, и суммой налоговых вычетов, предусмотренных статьей 166 налогового Кодекса (формула 3). Доходами работника, подлежащими налогообложению, являются любые доходы, полученные работником от работодателя в денежной или натуральной форме, в том числе доходы, полученные в виде материальной выгоды, а также по заключенным, в соответствии с законодательством Республики Казахстан между работодателем и третьими лицами, договорам гражданско-правового характера, по которым работником получены доходы³.

³ Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (с изменениями и дополнениями на 01.01.2012), ст. 163.

$$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но}} = \sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но нач}} - \sum_{d=1}^n Kd_{\text{ раб но}} - \sum_{j=1}^n V_{j \text{ раб но}}, \quad (3)$$

где $\sum_{d=1}^n Kd_{\text{ раб но}}$ – сумма Kd корректировки начисленных доходов работника, подлежащих налогообложению у источника выплат, где d принимает значение от 1 до n;

$\sum_{j=1}^n V_{j \text{ раб но}}$ – сумма Vj вычетов с начисленных доходов работника, подлежащих налогообложению у источника выплат, где j принимает значение от 1 до n.

По налоговому законодательству Республики Казахстан с доходов работника, подлежащих налогообложению у источника выплат, могут быть вычтены в соответствии со статьей 166 НК РК:

- сумма в минимальном размере заработной платы, установленном законом о республиканском бюджете и действующем на дату начисления дохода на соответствующий месяц, за который начисляется доход;
- сумма обязательных пенсионных взносов в размере, установленном законодательством Республики Казахстан о пенсионном обеспечении;
- сумма добровольных пенсионных взносов, вносимых в свою пользу;
- сумма страховых премий, вносимых в свою пользу физическим лицом по договорам накопительного страхования;
- суммы, направленные на погашение вознаграждения по займам, полученным физическим лицом-резидентом Республики Казахстан в жилищных строительных сберегательных банках на проведение мероприятий по улучшению жилищных условий на территории Республики Казахстан, в соответствии с законодательством Республики Казахстан о жилищных строительных сбережениях;
- расходы на оплату медицинских услуг (кроме косметологических) в размере и на условиях, установленных в пункте 6 ст. 166 НК РК.

$$\sum_{j=1}^n V_{j \text{ раб но}} = \sum V_{\text{МЗП раб но}} + \sum V_{\text{ОПВ раб но}} + \sum V_{\text{СТХ раб но}} + \dots + \sum V_{\text{... раб но}} + \sum V_{\text{н раб но}}, \quad (4)$$

где $\sum V_{\text{МЗП раб но}}$ – вычет в размере минимальной заработной платы;

$\sum V_{\text{ОПВ раб но}}$ – вычет по обязательным и добровольным пенсионным выплатам;

$\sum V_{\text{СТХ раб но}}$ – вычет по социальному страхованию;

$\sum V_{\dots \text{раб но}}, \sum V_n_{\text{раб но}}$ – элементы ряда $\sum_{j=1}^n V_j_{\text{раб но}}$.

Анализ вычетов с доходов работника, подлежащих налогообложению у источника выплат, рассмотрен нами в таблице 2.

Таблица 2

Анализ вычетов с доходов работника, подлежащих налогообложению у источника выплат

Показатель	Текущий налоговый период (т.н.п.)		Предыдущий налоговый период (п.н.п.)		Отклонение (т.н.п.-п.н.п.)	
	Сумма	Доля в общих вычетах	Сумма	Доля в общих вычетах	Сумма	Процент (%)
$\sum V_{\text{МЗП раб но}}$	$\sum V_{\text{МЗП раб но т.н.п.}}$	$X_{\text{В МЗП раб но т.н.п.}} (\%)$	$\sum V_{\text{МЗП раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{В МЗП раб но п.н.п.}} (\%)$	$\sum V_{\text{МЗП раб но т.н.п.}} - \sum V_{\text{МЗП раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{В МЗП раб но т.н.п.}} (\%) - X_{\text{В МЗП раб но п.н.п.}} (\%)$
$\sum V_{\text{ОПВ раб но}}$	$\sum V_{\text{ОПВ раб но т.н.п.}}$	$X_{\text{В ОПВ раб но т.н.п.}} (\%)$	$\sum V_{\text{ОПВ раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{В ОПВ раб но п.н.п.}} (\%)$	$\sum V_{\text{ОПВ раб но т.н.п.}} - \sum V_{\text{ОПВ раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{В ОПВ раб но т.н.п.}} (\%) - X_{\text{В ОПВ раб но п.н.п.}} (\%)$
$\sum V_{\text{СТХ раб но}}$	$\sum V_{\text{СТХ раб но т.н.п.}}$	$X_{\text{В СТХ раб но т.н.п.}} (\%)$	$\sum V_{\text{СТХ раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{В СТХ раб но п.н.п.}} (\%)$	$\sum V_{\text{СТХ раб но т.н.п.}} - \sum V_{\text{СТХ раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{В СТХ раб но т.н.п.}} (\%) - X_{\text{В СТХ раб но п.н.п.}} (\%)$
$\sum V_{\dots \text{раб но}}$	$\sum V_{\dots \text{раб но т.н.п.}}$	$X_{\text{В } \dots \text{раб но т.н.п.}} (\%)$	$\sum V_{\dots \text{раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{В } \dots \text{раб но п.н.п.}} (\%)$	$\sum V_{\dots \text{раб но т.н.п.}} - \sum V_{\dots \text{раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{В } \dots \text{раб но т.н.п.}} (\%) - X_{\text{В } \dots \text{раб но п.н.п.}} (\%)$
$\sum V_n_{\text{раб но}}$	$\sum V_n_{\text{раб но т.н.п.}}$	$X_{\text{В } n_{\text{раб но т.н.п.}} (\%)$	$\sum V_n_{\text{раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{В } n_{\text{раб но п.н.п.}} (\%)$	$\sum V_n_{\text{раб но т.н.п.}} - \sum V_n_{\text{раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{В } n_{\text{раб но т.н.п.}} (\%) - X_{\text{В } n_{\text{раб но п.н.п.}} (\%)$
$\sum_{j=1}^n V_j_{\text{раб но}}$	$\sum_{j=1}^n V_j_{\text{раб но т.н.п.}}$	100 %	$\sum_{j=1}^n V_j_{\text{раб но п.н.п.}}$	100 %	$\sum_{j=1}^n V_j_{\text{раб но т.н.п.}} - \sum_{j=1}^n V_j_{\text{раб но п.н.п.}}$	

Таблица 2 «Анализ вычетов с доходов работника, подлежащих налогообложению у источника выплат» необходима для произведения структурных аналитических процедур. В частности, данный анализ позволит:

- выявить структуру и удельный вес вычетов по их видам;
- изучить характер наиболее объемных вычетов;
- произвести ретроспективный анализ по всем видам вычетов;
- выявить закономерности в изменениях сумм вычетов;

- принять управленческие решения по назначению дополнительных процедур проверки законности и обоснованности применения определенных видов вычетов;
- изучить динамику изменений вычетов.

Доходы работника, не подлежащие налогообложению, регламентируются статьей 156 налогового Кодекса Республики Казахстан и рассчитываются по формуле 5.

$$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб нно}} = \sum D_{1 \text{ раб нно}} + \sum D_{2 \text{ раб нно}} + \sum D_{3 \text{ раб нно}} + \sum D_{\dots \text{ раб нно}} + \sum D_{n \text{ раб нно}}, \quad (5)$$

где $\sum D_{1 \text{ раб нно}}$, $\sum D_{2 \text{ раб нно}}$, $\sum D_{3 \text{ раб нно}}$, $\sum D_{\dots \text{ раб нно}}$, $\sum D_{n \text{ раб нно}}$ – элементы ряда $D_{i \text{ раб нно}}$.

Доходы работника в виде дивидендов, выигрышей и вознаграждений рассчитываются по следующей формуле 6:

$$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв}} = \sum D_{1 \text{ раб двв}} + \sum D_{2 \text{ раб двв}} + \sum D_{3 \text{ раб двв}} + \sum D_{\dots \text{ раб двв}} + \sum D_{n \text{ раб двв}}, \quad (6)$$

где $\sum D_{1 \text{ раб двв}}$, $\sum D_{2 \text{ раб двв}}$, $\sum D_{3 \text{ раб двв}}$, $\sum D_{\dots \text{ раб двв}}$, $\sum D_{n \text{ раб двв}}$ – элементы ряда $\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв}}$;

В таблице 3 представлена карта доходов работников, подлежащих и не подлежащих налогообложению у источника выплат.

Карту доходов работников, подлежащих и неподлежащих налогообложению у источника выплат, представленную нами в таблице 3, можно формировать как по всей компании в целом, формируя массивы работников по классам, так и по каждому работнику в отдельности. Данная таблица позволит:

- изучить доходы работников по их характеру;
- определить удельный вес по видам доходов и выявить наиболее объемные;
- исследовать структуру и сопоставить доходы работников по их видам;
- произвести ретроспективный анализ доходов, подлежащих и не подлежащих налогообложению;
- выявить закономерности в изменениях доходов;
- принять управленческие решения по назначению дополнительных процедур по определению правильности и законности признанных налогооблагаемых и не налогооблагаемых доходов;
- проанализировать динамику изменения доходов работников.

Карта доходов работников, подлежащих и неподлежащих налогообложению у источника выплат

Показатель	Текущий налоговый период (т.н.п.)				Предыдущий налоговый период (п.н.п.)				Отклонение (т.н.п.-п.н.п.)	
	Сумма дохода подл. но	Доля в общ. доходах подл. но	Сумма дохода не подл. но	Доля в общ. доходах не подл. но	Сумма дохода подл. но	Доля в общ. доходах подл.но	Сумма дохода не подл. но	Доля в общ. доходах не подл. но	Сумма дохода подл. но	Сумма дохода не подл. но
$\Sigma D1_{\text{раб}}$	$\Sigma D1_{\text{раб}} \text{ но т.н.п.}$	$X_{D1} \text{ раб но т.н.п.} (\%)$	$\Sigma D1_{\text{раб}} \text{ нно т.н.п.}$	$X_{D1} \text{ раб нно т.н.п.} (\%)$	$\Sigma D1_{\text{раб}} \text{ но п.н.п.}$	$X_{D1} \text{ раб но п.н.п.} (\%)$	$\Sigma D1_{\text{раб}} \text{ нно п.н.п.}$	$X_{D1} \text{ раб нно п.н.п.} (\%)$	$\Sigma D1_{\text{раб}} \text{ но т.н.п.} - \Sigma D1_{\text{раб}} \text{ но п.н.п.}$	$\Sigma D1_{\text{раб}} \text{ нно т.н.п.} - \Sigma D1_{\text{раб}} \text{ нно п.н.п.}$
$\Sigma D2_{\text{раб}}$	$\Sigma D2_{\text{раб}} \text{ но т.н.п.}$	$X_{D2} \text{ раб но т.н.п.} (\%)$	$\Sigma D2_{\text{раб}} \text{ нно т.н.п.}$	$X_{D2} \text{ раб нно т.н.п.} (\%)$	$\Sigma D2_{\text{раб}} \text{ но п.н.п.}$	$X_{D2} \text{ раб но п.н.п.} (\%)$	$\Sigma D2_{\text{раб}} \text{ нно п.н.п.}$	$X_{D2} \text{ раб нно п.н.п.} (\%)$	$\Sigma D2_{\text{раб}} \text{ но т.н.п.} - \Sigma D2_{\text{раб}} \text{ но п.н.п.}$	$\Sigma D2_{\text{раб}} \text{ нно т.н.п.} - \Sigma D2_{\text{раб}} \text{ нно п.н.п.}$
$\Sigma D3_{\text{раб}}$	$\Sigma D3_{\text{раб}} \text{ но т.н.п.}$	$X_{D3} \text{ раб но т.н.п.} (\%)$	$\Sigma D3_{\text{раб}} \text{ нно т.н.п.}$	$X_{D3} \text{ раб нно т.н.п.} (\%)$	$\Sigma D3_{\text{раб}} \text{ но п.н.п.}$	$X_{D3} \text{ раб но п.н.п.} (\%)$	$\Sigma D3_{\text{раб}} \text{ нно п.н.п.}$	$X_{D3} \text{ раб нно п.н.п.} (\%)$	$\Sigma D3_{\text{раб}} \text{ но т.н.п.} - \Sigma D3_{\text{раб}} \text{ но п.н.п.}$	$\Sigma D3_{\text{раб}} \text{ нно т.н.п.} - \Sigma D3_{\text{раб}} \text{ нно п.н.п.}$
$\Sigma D \dots \text{ раб}$	$\Sigma D \dots \text{ раб но т.н.п.}$	$X_{D \dots} \text{ раб но т.н.п.} (\%)$	$\Sigma D \dots \text{ раб нно т.н.п.}$	$X_{D \dots} \text{ раб нно т.н.п.} (\%)$	$\Sigma D \dots \text{ раб но п.н.п.}$	$X_{D \dots} \text{ раб но п.н.п.} (\%)$	$\Sigma D \dots \text{ раб нно п.н.п.}$	$X_{D \dots} \text{ раб нно п.н.п.} (\%)$	$\Sigma D \dots \text{ раб но т.н.п.} - \Sigma D \dots \text{ раб но п.н.п.}$	$\Sigma D \dots \text{ раб нно т.н.п.} - \Sigma D \dots \text{ раб нно п.н.п.}$
$\Sigma Dn_{\text{раб}}$	$\Sigma Dn_{\text{раб}} \text{ но т.н.п.}$	$X_{Dn} \text{ раб но т.н.п.} (\%)$	$\Sigma Dn_{\text{раб}} \text{ нно т.н.п.}$	$X_{Dn} \text{ раб нно т.н.п.} (\%)$	$\Sigma Dn_{\text{раб}} \text{ но п.н.п.}$	$X_{Dn} \text{ раб но п.н.п.} (\%)$	$\Sigma Dn_{\text{раб}} \text{ нно п.н.п.}$	$X_{Dn} \text{ раб нно п.н.п.} (\%)$	$\Sigma Dn_{\text{раб}} \text{ но т.н.п.} - \Sigma Dn_{\text{раб}} \text{ но п.н.п.}$	$\Sigma Dn_{\text{раб}} \text{ нно т.н.п.} - \Sigma Dn_{\text{раб}} \text{ нно п.н.п.}$
	$\Sigma_{i=1}^n D^i_{\text{раб}} \text{ но т.н.п.}$	100%	$\Sigma_{i=1}^n D^i_{\text{раб}} \text{ нно т.н.п.}$	100%	$\Sigma_{i=1}^n D^i_{\text{раб}} \text{ но п.н.п.}$	100%	$\Sigma_{i=1}^n D^i_{\text{раб}} \text{ нно п.н.п.}$	100%	$\Sigma_{i=1}^n D^i_{\text{раб}} \text{ но т.н.п.} - \Sigma_{i=1}^n D^i_{\text{раб}} \text{ но п.н.п.}$	$\Sigma_{i=1}^n D^i_{\text{раб}} \text{ нно т.н.п.} - \Sigma_{i=1}^n D^i_{\text{раб}} \text{ нно п.н.п.}$

Индивидуальный подоходный налог работников по компании исчисляется путем сложения всех сумм индивидуального подоходного налога подлежащего удержанию у источника выплат (формула 7).

$$\sum \text{ИПН}_{\text{раб}} = \sum \text{ИПН}_{\text{раб но}} + \sum \text{ИПН}_{\text{раб двв}}, \quad (7)$$

где $\sum \text{ИПН}_{\text{раб}}$ – общая сумма исчисленного индивидуального подоходного налога работника;

$\sum \text{ИПН}_{\text{раб но}}$ – сумма исчисленного индивидуального подоходного налога работника с налогооблагаемого дохода;

$\sum \text{ИПН}_{\text{раб двв}}$ – сумма исчисленного индивидуального подоходного налога работника с дивидендов, выигрышей и вознаграждений.

Анализ общей суммы индивидуального подоходного налога, подлежащих налогообложению у источника выплат, нами представлен в таблице 4.

Таблица 4

Анализ общей суммы ИПН, подлежащих налогообложению у источника выплат

Показатель	Текущий налоговый период (т.н.п.)		Предыдущий налоговый период (п.н.п.)		Отклонение (т.н.п.-п.н.п.)	
	Сумма	Доля в общей сумме налога	Сумма	Доля в общей сумме налога	Сумма	Процент (%)
$\sum \text{ИПН}_{\text{раб но}}$	$\sum \text{ИПН}_{\text{раб но т.н.п.}}$	$X_{\text{ИПН}_{\text{раб но т.н.п.}}} (\%)$	$\sum \text{ИПН}_{\text{раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{ИПН}_{\text{раб но п.н.п.}}} (\%)$	$\sum \text{ИПН}_{\text{раб но т.н.п.}} - \sum \text{ИПН}_{\text{раб но п.н.п.}}$	$X_{\text{ИПН}_{\text{раб но т.н.п.}}} (\%) - X_{\text{ИПН}_{\text{раб но п.н.п.}}} (\%)$
$\sum \text{ИПН}_{\text{раб двв}}$	$\sum \text{ИПН}_{\text{раб двв т.н.п.}}$	$X_{\text{ИПН}_{\text{раб двв т.н.п.}}} (\%)$	$\sum \text{ИПН}_{\text{раб двв п.н.п.}}$	$X_{\text{ИПН}_{\text{раб двв п.н.п.}}} (\%)$	$\sum \text{ИПН}_{\text{раб двв т.н.п.}} - \sum \text{ИПН}_{\text{раб двв п.н.п.}}$	$X_{\text{ИПН}_{\text{раб двв т.н.п.}}} (\%) - X_{\text{ИПН}_{\text{раб двв п.н.п.}}} (\%)$
$\sum \text{ИПН}'_{\text{раб}}$	$\sum \text{ИПН}'_{\text{раб т.н.п.}}$	100 %	$\sum \text{ИПН}'_{\text{раб п.н.п.}}$	100 %	$\sum \text{ИПН}'_{\text{раб т.н.п.}} - \sum \text{ИПН}'_{\text{раб п.н.п.}}$	

Таблица 4 «Анализ общей суммы ИПН, подлежащих налогообложению у источника выплат» позволит:

- определить суммы по видам индивидуального подоходного налога, подлежащих налогообложению у источника выплат;
- определить удельный вес каждого вида в общей сумме ИПН;
- произвести ретроспективный анализ изменений сумм ИПН;

- принять управленческие решения по назначению дополнительных процедур, проверки правильности исчисления сумм ИПН.

Сумма индивидуального подоходного налога, подлежащего налогообложению у источника выплат с налогооблагаемых доходов работника, исчисляется путем уменьшения суммы налогооблагаемых доходов на сумму вычетов и умножения на ставку, установленную налоговым законодательством (формула 8).

$$\sum_{\text{раб но}} \text{ИПН} = \sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но}} \times C_{\text{ипн1}}, \quad (8)$$

где $C_{\text{ипн1}}$ – ставка индивидуального подоходного налога, применяемая для доходов работника, подлежащих налогообложению у источника выплат.

Сумма индивидуального подоходного налога работника с дивидендов, выигрышей и вознаграждений исчисляется путем применения соответствующей ставки налога к сумме доходов работника в виде дивидендов, выигрышей и вознаграждений (формула 9).

$$\sum_{\text{раб двв}} \text{ИПН} = \sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв}} \times C_{\text{ипн2}}, \quad (9)$$

где $C_{\text{ипн2}}$ – ставка индивидуального подоходного налога, применяемая для дивидендов, выигрышей и вознаграждений, подлежащих налогообложению у источника выплат.

После определения сумм начисленного индивидуального подоходного налога, определяется сумма фактического ИПН, подлежащего уплате в бюджет. Сумма ИПН, подлежащего перечислению в бюджет, исчисляется с фактически выплаченных сумм доходов (формула 10).

$$\sum_{\text{у/п}} \text{ИПН} = ((\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но у/п}} - \sum_{j=1}^n V_{j \text{ раб но у/п}} \times C_{\text{ипн1}}) + \sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв у/п}} \times C_{\text{ипн2}}), \quad (10)$$

где $\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб но у/п}}$ – сумма D_i доходов, выплаченных работнику, подлежащих налогообложению у источника выплат, где i принимает значение от 1 до n ;

$\sum_{j=1}^n V_{j \text{ раб но у/п}}$ – сумма V_j вычетов, с доходов, выплаченных работнику, подлежащих налогообложению у источника выплат, где j принимает значение от 1 до n ;

$\sum_{i=1}^n D_{i \text{ раб двв у/п}}$ – сумма D_i доходов, выплаченных работнику, в виде дивидендов, выигрышей, вознаграждений, подлежащих налогообложению у источника выплат, где i принимает значение от 1 до n .

В таблице 5 нами представляются формулы, позволяющие рассчитать эффективность налогового управления по индивидуальному подоходному налогу с доходов работника.

Таблица 5

Эффективность налогового управления по ИПН с доходов работника

№ п/п	Наименование показателя	Формулы	Определения
1.	Коэффициент налоговой нагрузки налоговых обязательств, связанных с оплатой труда со стороны работника	$K_{неОТраб} = \frac{\Sigma ИПН'_{раб} + \Sigma ОПВп / y}{\Sigma Д_{раб нач}}$	Сумма общего индивидуально-го подоходного налога плюс сумма обязательных пенсионных взносов, подлежащих уплате, разделенная на сумму начисленных доходов работника
2.	Коэффициент налоговой нагрузки налоговых обязательств, связанных с оплатой труда со стороны налогового агента	$K_{неОТна} = \frac{\Sigma СНп / y + \Sigma СОнач}{\Sigma Д_{раб нач}}$	Сумма социального налога, подлежащего уплате плюс сумма начисленных социальных отчислений, разделенная на сумму начисленных доходов работника
3.	Коэффициент налоговой нагрузки общих налоговых обязательств, связанных с оплатой труда	$K_{неОТ} = \frac{\Sigma ИПН'_{раб} + \Sigma ОПВп / y + \Sigma СНп / y + \Sigma СОнач}{\Sigma Д_{раб нач}}$	Сумма общего ИПН плюс сумма ОПВ, подлежащих уплате, плюс сумма СН, подлежащего уплате, плюс сумма начисленных СО, разделенная на сумму начисленных доходов работника
4.	Коэффициент неналогооблагаемости доходов работника (CTFIW – Coefficient of tax freedom of income of the worker)	$CTFIW = \frac{\Sigma_{нед} Д_{раб нео}}{\Sigma Д_{раб нач}}$	Сумма доходов работников, не подлежащих налогообложению, разделенная на сумму начисленных доходов работника
5.	Коэффициент облагаемых индивидуальным подоходным налогом доходов работника (CIWIIT – Coefficient of the worker assessed by the individual income tax)	$CIWIIT = \frac{\Sigma_{на} Д_{раб неоИПН}}{\Sigma Д_{раб нач}}$	Сумма доходов работника, облагаемых индивидуальным подоходным налогом, разделенная на сумму начисленных доходов работника

6.	Коэффициент вычетаемости доходов работника (CDIW – coefficient of deductions of the income of the worker)	$CDIW = \frac{\sum_{j=1}^n B_{j\text{раб но}}}{\sum_{i=1}^n D_{i\text{раб но}}}$	Сумма вычетов, разделенная на сумму налогооблагаемых доходов работника
7.	Коэффициент корректируемости доходов работника (CCIW – coefficient of the corrected income of the worker)	$CCIW = \frac{\sum_{k=1}^n K_{k\text{раб но}}}{\sum_{i=1}^n D_{i\text{раб но}}}$	Сумма корректировок налогооблагаемых доходов, разделенная на сумму налогооблагаемых доходов работника
8.	Коэффициент облагаемости индивидуальным подоходным налогом (СПИТ – coefficient of a taxability by individual income tax)	$СПИТ = \frac{\sum ИПН_{\text{раб но}}}{\sum D_{\text{раб нал}}}$	Сумма начисленного ИПН, разделенная на сумму начисленных доходов работника

Следует отметить, что коэффициенты и показатели, представленные в таблице 5, позволят выявить насколько оплата труда налогоплательщика в общем, а также со стороны как работника, так и работодателя, насколько доходы, облагаемые ИПН, подлежат вычетаемости и корректируемости, а также рассмотреть облагаемость доходов индивидуальным подоходным налогом.

Турманидзе Т. У.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Экономика и управление»,
Московский государственный институт
индустрии туризма*

Оценка эффективности использования источников финансирования инвестиций

В статье рассматривается оценка эффективности источников финансирования, как инвестиционных проектов, так и текущей деятельности организаций. Предложена методика, которая позволяет оценить влияние структуры и величины источников финансирования на финансовые результаты деятельности организаций.

Ключевые слова: инвестиционный проект, финансовый рычаг, экономический эффект, рентабельность, цена капитала.

Assessment of efficiency of use of sources of financing of investments

In the article the evaluation of sources of funding, investment projects, and the current activities of the organizations. The technique, which allows to estimate the influence of the structure and magnitude of funding on the financial performance of organizations.

Keywords: investment project, financial leverage, economic benefit, cost-effectiveness, cost of capital.

Структура совокупного капитала организаций отражается в отношении собственных, заемных и привлеченных средств, долгосрочных и краткосрочных источников финансирования. Оптимизация структуры совокупного капитала позволит снизить затраты на обслуживание как заемных, так и собственных финансовых средств.

Концепция оценки стоимости капитала основывается на том, что капитал является самым важным фактором бизнес-процесса, а его стоимость будет оказывать влияние на финансовые результаты деятельности организаций.

Стоимость капитала — это требуема ставка доходности поставщиками за предоставленные капитала организациям. Естественно, различные типы финансирования имеют разную стоимость.

Для оценки оптимальной структуры капитала используется один из важнейших финансовых критериев — показатель средневзвешенной цены (стоимости) капитала, который рассчитывается по следующей формуле [2]:

$$WACC = \Pi_{зк} \times d_3(1 - T) + \Pi_{ск} \times d_{ск}, \quad (1)$$

где $WACC$ — средневзвешенная стоимость (цена) капитала, %;

$d_3, d_{ск}$ — удельный вес собственного и заемного капитала в структуре капитала организаций, коэф.;

$\Pi_{зк}, \Pi_{ск}$ — цена заемного и собственного капитала, %;

T — ставка налога на прибыль, %.

Величина $WACC$ зависит от процентной ставки по кредитам и займам, от уровня дивидендных выплат, а также и от других факторов.

При использовании заемного капитала его стоимость снижается в связи с налоговым выигрышем, так как проценты по кредиту выплачиваются до налога на прибыль.

Одним из инструментов оценки эффективности использования долгосрочных кредитов и займов является расчет эффекта финансового рычага.

Финансовый рычаг отражает соотношение заемного и собственного капитала и характеризует уровень финансовой устойчивости организаций и повышение эффективности бизнеса за счет заемных средств.

Относительная величина эффекта финансового рычага (ЭФР) рассчитывается по формуле [1]

$$\text{ЭФР} = (1 - T) \times (R_{ca} - \Pi_{зк}) \times \text{АААА}, \quad (2)$$

где T — ставка налога на прибыль, %;

R_{ca} — рентабельность совокупных активов, %;

$ЗК$ — заемный капитал, тыс. руб.;

$СК$ — собственный капитал, тыс. руб.

По формуле расчета эффекта финансового рычага — чем больше доля заемных средств, тем выше эффект. Однако не учитывается тот факт, что увеличение доли заемного капитала не только повышает финансовую зависимость организаций, но и увеличивает нагрузку на финансовые результаты деятельности организаций. Так как надо выплатить не только проценты за кредит, но и кредита, что снижает маневренность учредителей по распределению чистой прибыли

Внешние источники финансирования привлекаются при осуществлении организацией инвестиционную деятельность, поэтому их эффективность надо рассмотреть в контексте оценки эффективности инвестиционного проекта.

Для оценки финансовой возможности организаций выплатить проценты за кредит на практике используется коэффициент уплаты процентов (K_{yn}), который рассчитывается следующим образом:

$$K_{yn} = \frac{П_{np}}{ПП_y}, \quad (3)$$

где $П_{np}$ — прибыль от продаж, тыс. руб.;

$ПП_y$ — проценты к уплате, тыс. руб.

Кроме процентов за кредит, у организаций есть и другие обязательства, которые покрываются из чистой прибыли и необходимо их учитывать.

В работе для оценки финансовой возможности организаций предложены дополнительные показатели:

1) возможность организаций выплатить обязательных платежей и отчислять денежные средства в различные фонды можно определить следующим образом:

$$K_{yn}^1 = \frac{П_ч - (ЗК + ПО + ОБ)}{WACC \times CBK} \geq 1, \quad (4)$$

где K_{yn}^1 — коэффициент уплаты;

$П_ч$ — чистая прибыль, тыс. руб.;

$ЗК$ — основная сумма кредита, тыс. руб.;

$ПО$ — просроченные обязательства, тыс. руб.;

$ОБ$ — обязательные выплаты из чистой прибыли (штрафы, пены, неустойки), тыс. руб.;

$WACC$ — средневзвешенная стоимость (цена) капитала, %;

CBK — совокупный капитал, тыс. руб.

Если $K_{yn}^1 \geq 1$, то привлечение дополнительных финансовых ресурсов является выгодным.

Наличие чистой прибыли означает, что организация уже выплатила проценты за кредит, поэтому для оценки возможности финансовой организаций покрывать свои обязательства, достаточно использовать формулу (4).

2) общий экономический эффект ($\mathcal{E}_{об}$) от реализации инвестиций можно рассчитывать следующим образом:

$$\mathcal{E}_{ин} = (R_{ca}^{om} - R_{ca}^{\delta}) \times CA, \quad (5)$$

где R_{ca}^{om} , R_{ca}^{δ} — рентабельность совокупных активов по чистой прибыли до и после реализации инвестиций, %;

CA — совокупные активы, тыс. руб.

3) экономический эффект от привлечения заемного капитала можно рассчитывать следующим образом:

$$\mathcal{E}_{зк} = (ЗК \times Ц_{зк} \times T) + \mathcal{E}_{ин} \times d_{зк}, \quad (6)$$

где $d_{зк}$ — доля заемного капитала в совокупном капитале, %.

Пример. По данным финансовой отчетности организации (табл. 1) рассчитать показатели эффект от привлечения кредитов.

Решение: Общий экономический эффект от инвестиций составляет:

$$\mathcal{E}_{ин} = (R_{ca}^{om} - R_{ca}^{\sigma}) \times CA = (0,347 - 0,336) \times 40\,870 = 449,6 \text{ тыс. руб.}$$

Привлечение кредитов привело к повышению рентабельности на 1,1% и увеличению чистой прибыли за счет этого фактора — на 449,6 тыс. руб.

Экономический эффект в отчетном периоде от привлечения заемного капитала составит:

$$\begin{aligned} \mathcal{E}_{зк} &= (ЗК \times Ц_{зк} \times T) + \mathcal{E}_{ин} \times d_{зк} = (10170 \times 0,14 \times 0,2) + 449,6 \times 0,24 = \\ &= 284,6 + 107,9 = 392,5 \text{ тыс. руб.} \end{aligned}$$

Таким образом, экономия по уплате налогов от прибыли в связи с появлением в себестоимости статьи «Проценты к уплате» составляет значительную долю от общего экономического эффекта (72,5%).

Также можно сказать о величине эффекта финансового рычага. По формуле самое важное, что разность между рентабельностью совокупных активов и ценой заемного капитала была положительной, а эффект можно увеличить за счет увеличения заемных средств. Поэтому в расчетах эффекта финансового рычага должны быть следующие ограничения:

1) темп роста прибыли опережает темпа роста совокупных активов, т.е. рентабельность совокупных активов не снижается;

2) отношение прироста прибыли к заемному капиталу должно быть не меньше рентабельности собственного капитала в базовом периоде.

Если проанализировать данных табл. 1, то получается, что привлечение заемных средств незначительно повышает общий уровень эффективности деятельности организаций. Прирост прибыли от продаж составляет за отчетный период 6293 тыс. руб., или 48,7%. После уплаты процентов за кредит, балансовая прибыль составит 17 776,2 тыс. руб. После выплаты налогов чистая прибыль составит 14 221 тыс. руб., прирост составит 37,7%.

После привлечения заемного капитала рентабельность заемного капитала по приросту чистой прибыли составляет 38,3%. Т.е. привлечение заемного капитала оказалось выгодным.

Таблица 1

Расчет эффекта финансового рычага

Показатель	Условное обозначение	Базисный период	Отчетный период	Темп роста, %
Прибыль от продаж, тыс. руб.	P_{no}	12 907	19 200	148,7
Налог на прибыль, %	T	20	20	0
Чистая прибыль, тыс. руб.	$P_{ч}$	10 325,6	14 221	137,7
Среднегодовая балансовая величина активов, тыс. руб.	CA	30 700	40 870	1393,1
Рентабельность совокупных активов по чистой прибыли, %	R_{ca}	33,6	34,7	103,3
Среднегодовая балансовая величина заемного капитала, тыс. руб.	$ЗК$	0	10 170	0
Цена заемного капитала, %	$Цзк$	0	14	0
Расходы в связи с использованием заемного капитала, тыс. руб.	$P_{зк}$	0	1423,8	0
Среднегодовая балансовая величина собственного капитала, тыс. руб.	$СК$	30 700	30 700	0
Цена собственного капитала, % (требуемая доходность инвесторами)	$Ц_{ск}$	0,2	0,2	0
Совокупный капитал, тыс. руб.	$СВК$	30 700	40 870	133,1
Эффект финансового рычага, %	$ЭФР$	0	0,03	0
Рентабельность собственного капитала по чистой прибыли, %	$R_{ск}$	33,6	42,4	126,2
Рентабельность заемного капитала по приросту чистой прибыли, %	$\Delta P_{ч}/ЗК$	0	38,3	0
Доля заемного капитала в совокупном капитале, %	$d_{зк}$	0	24,8	0
Отношение заемного капитала с собственным капиталом, %	$ЗК/СК$	0	31,6	0
Средневзвешенная стоимость капитала, %	$WACC$	20,0	17,8	0,89

В дальнейшем требуется возратить кредита. Даже если считать срок кредитного договора 10 лет, то ежегодно надо выплатить банку 1017 тыс. руб. тогда для выполнения обязательств перед акционерами, пополнения различных фондов у организации остаются всего 13 204 тыс. руб. В таком случае, прирост чистой прибыли составляет 27,8%.

В экономике существует понятие «предельные затраты». Смысл такого понятия заключается в том, что объем выпуска продукции ограничен экономическим и техническим потенциалом организаций, и каждый дополнительный капитал после определенного объема выпуска продукции принесет все меньше и меньше прибыли на единицу продукции.

Границы эффективного привлечения дополнительного капитала определяется показателем предельной эффективности (ПЭ) можно определить следующим образом:

$$\Theta = \frac{\Delta [P_q - (ЗК + ПО + ОБ)]}{\Delta (WACC \times СВК)} \geq 1, \quad (7)$$

Таким образом, для улучшения финансового состояния организаций при одновременном росте рентабельности и цены капитала показатель предельной эффективности капитала должен быть больше единицы.

Используемые источники

1. Оценка эффективности инвестиционных проектов / П.Л. Виленский, В.Н. Лившиц, Е.Р. Орлова, С.А. Смоляк. М.: Дело, 2006.
2. Норкорт Д. Принятие инвестиционных решений/Пер. с англ. Под ред. А.Н. Шохина, М.: Биржи и банки, ЮНИТИ, 1997.
3. Турманидзе Т.У. Экономическая оценка инвестиций: Учебник. М.: Экономика, 2008 г.

Уланова О. А.

аспирант,

Российская академия предпринимательства

Совершенствование процесса взаимодействия крупных и малых предприятий промышленности: теоретический аспект

В статье рассмотрены понятия, характеризующие современное состояние и формы взаимодействия крупных и малых предпринимательских структур в Российской практике, определены возможности совершенствования такого взаимодействия.

Ключевые слова: франчайзинг, венчурное финансирование, лизинг, кластеризация, аутсорсинг.

Improving the interaction between large and small industrial enterprises: the theoretical aspect

The article describes the concepts that characterize the current state and forms of interaction of large and small business organizations in the Russian practice, identify opportunities to improve such cooperation.

Franchising, venture financing, leasing, clustering, outsourcing.

В российских условиях взаимодействие крупного и малого предпринимательства исключительно важно для перевода экономики на инновационный путь развития, что требует постоянных контактов участников этого процесса, позволяющих корректировать научные исследования, опытно-конструкторские разработки и производственный процесс. Такое взаимодействие имеет свои особенности, обусловленные корпоративными интересами, которые обеспечивают инновационную интеграцию любых организаций независимо от их величины.

За последние годы в России резко увеличилось количество предприятий малого бизнеса, способствующих становлению предпринимательского подхода в управлении. Малый бизнес закрепляет рыночные нововведения, стимулирует их дальнейшее внедрение, а также формирует благоприятную предпринимательскую среду в регионах. Малое предпринимательство как форма реализации инициативы и предприимчивости инновационного развития не может эффективно

существовать в хозяйственном пространстве без включения его в общую структуру крупномасштабной экономики.

В развитых странах мира мелкие формы производства имеют больший удельный вес в структуре ВВП, чем крупные предприятия. В Японии на малые и средние предприятия приходится свыше 90% всех занятых в экономике, в то время как в Италии, Франции и Австрии — более 70%, а в США, Великобритании, Бельгии — 50–70%. Доля малого и среднего бизнеса в ВВП США, Японии, Великобритании, Италии, Германии и Франции составляет от 50 до 80%. Количество малых предприятий в различных зарубежных странах находится на уровне 70–99% от общего числа зарегистрированных предприятий.

Проблема развития малого предпринимательства на протяжении всех этапов реформирования экономики страны находится в центре внимания науки и практики. Однако положение в этой сфере, несмотря на попытки государства поддержать предпринимательство и оказать ему помощь и поддержку, остается достаточно сложным, так как уровень развития этого сектора пока не способен оказать решающее воздействие на экономический подъем страны.

Ситуация в сфере малого предпринимательства остается неустойчивой: наблюдается нестабильность финансово-экономического положения малого предпринимательства, на низком уровне остается инвестиционная активность вследствие недостатка собственных оборотных средств, имеются сложности при получении банковских кредитов, недостаточен уровень защищенности малого предпринимательства от коррупции. Особенно очевидно это в сфере производства. В то же время крупным промышленным структурам в условиях жесткой конкуренции необходимо формировать собственную структуру кооперационных связей, позволяющую быстро реагировать на изменения конкурентной среды.

Таким образом, необходимым является поиск современных подходов к формированию стратегического взаимодействия малых и крупных предприятий в промышленности, отвечающих реалиям настоящего времени. Прежде всего, это касается выявления направлений и механизмов, способных обеспечить развитие малого бизнеса для решения задач экономического подъема страны.

Современная экономика характеризуется разнообразием связей между предприятиями. Усиление конкуренции побуждает экономических агентов к поиску более эффективных форм сотрудничества для того, чтобы стимулировать появление интеграционных образований, различных методов и отношений управления. Структура современной экономики представляет собой систему, включающую в себя госу-

дарственный сектор, корпорации и малые предприятия, которые взаимодействуют и дополняют друг друга. Сила и направление взаимодействия зависит от экономических условий в стране, особенно в тенденциях развития интеграционных процессов.

Кроме того, современная рыночная экономика характеризуется и развитием промышленных связей между большим и малым бизнесом, которые можно охарактеризовать как сотрудничество в конкурентной среде. Малые предприятия стали неотъемлемой частью структуры производства крупных корпораций, которые используют их рыночную гибкость, динамизм и новаторство как важный фактор повышения общей культуры управления и повышения эффективности производства.

Суть взаимодействия на основе взаимного сотрудничества, разделения на сферы влияния состоит во взаимной безопасности для поддержания стабильности. Сотрудничество существует везде и всюду, оно определяется временем, целями, желаниями и т.д. Взаимодействие — объективная и универсальная форма движения и развития, определяющая существование и структурную организацию любой материальной системы.

Экономическое развитие каждой компании является комбинацией экономических ресурсов, степени эффективности их использования в процессе воспроизводства и от того, насколько успешными являются условия для экономической интеграции с другими промышленными компаниями региона или отрасли. Межфирменное взаимодействие компенсирует определенные ресурсы конкретной компании за счет перераспределения, которое обеспечивает непрерывность воспроизводства экономического цикла.

В современных условиях большой и малый бизнес не могут существовать в изоляции, потому что нуждаются друг в друге, и объективные причины приводят к интеграции этих секторов. Взаимодействие крупного и малого бизнеса предполагает значительное расширение базы активов представителей малого бизнеса и значительных финансовых вложений со стороны крупного бизнеса.

При осуществлении взаимодействия малых и крупных предприятий решить проблему наилучшим образом — значит использовать потенциал каждого из них, получить такой результат, который не может быть достигнут при независимом функционировании субъектов.

Экономическое развитие любой страны требует оптимального соотношения крупных, средних и малых предприятий. В качестве одного из ключевых элементов рыночного механизма малый бизнес играет важную роль в обеспечении устойчивого развития экономики.

Успешное развитие экономики России в целом в значительной степени определяется взаимодействием крупных и малых предприятий, которые являются основными элементами экономической системы. Крупный бизнес приносит стабильность и контроль, малый бизнес, который создает конкурентную среду, обеспечивает гибкость и индивидуальный подход.

В настоящее время в России существуют значительные различия между крупным и малым бизнесом, несмотря на то, что в основе их взаимодействия лежат не только общие интересы, но и общие цели. Такие иррациональные с точки зрения международной практики отношения между крупными и малыми предприятиями, характерные для всех отраслей экономики России, имеют свои исторические корни. В советской плановой экономике приоритет был отдан крупным промышленным и сельскохозяйственным предприятиям, директива сверху определяла объем производства и ассортимент выпускаемой продукции.

Механизм взаимодействия крупных и малых коммерческих организаций обеспечивает реализацию специальной системы экономических отношений и взаимовыгодного партнерства, состоящего из трех основных частей: государство, крупный бизнес, малый бизнес.

Определение основных элементов взаимодействия бизнеса и государственных учреждений является необходимым условием для формирования механизма взаимодействия, эффективное функционирование которого зависит от степени заинтересованности предприятий и государственных учреждений к гармонизации отношений.

Таким образом, механизм взаимодействия является специфической формой производственных отношений, развивающихся между правительством, обществом и предпринимательством как движущая сила рыночной экономики.

Основными формами взаимодействия крупных и малых предприятий в современных условиях являются: франчайзинг, венчурное финансирование, лизинг, кластеризация, аутсорсинг.

Франчайзинг является перспективной формой взаимодействия крупного и малого бизнеса в России, а также важной составляющей поддержки малого бизнеса. Франчайзинг представляет собой специфическую форму поддержки малого бизнеса посредством передачи соответствующих технологий и прав на производство товара или услуги под брендом крупной компании.

Основными сферами использования франчайзинга в мире являются торговля продовольственными и промышленными товарами, общественное питание, сфера услуг.

Таким образом, в нынешних экономических реалиях франчайзинг является одной из наиболее передовых и эффективных моделей взаимодействия крупных и малых предприятий.

Венчурное финансирование предполагает создание малых предприятий крупными компаниями для конкретных инновационных проектов. Основным препятствием для развития этой формы взаимодействия крупного и малого бизнеса в России является почти полное отсутствие правовой основы для использования венчурного капитала.

Лизинг как форма взаимодействия — деятельность крупного бизнеса, направленная на финансирование малого бизнеса. Она реализована в виде передачи для малого и среднего бизнеса соответствующего имущества в аренду чаще всего с правом последующего выкупа. В современной России, объективная потребность в лизинге достаточно высокая, с одной стороны для малого бизнеса — это инвестиционные фонды для приобретения оборудования, с другой стороны, для крупных предприятий — это возможность избавиться от простоя оборудования и производственных площадей.

Другой формой взаимодействия крупных и малых предприятий является кластеризация. Кластер — группа географически соседних взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций в конкретной области. В основе этого взаимодействия лежит процесс модернизации, основанной на инновациях.

Одной из эффективных форм взаимодействия малых и крупных фирм сегодня является аутсорсинг. Его внедрение в практику с целью снижения постоянных затрат, повышения конкурентоспособности бизнеса и повышения эффективности за счет передачи непрофильных предприятий малому бизнесу аутсорсером.

Для небольшой компании это форма взаимодействия, основанная на долгосрочных договорных отношениях, она усиливает конкурентные позиции на целевом рынке. Поводом для активного продвижения аутсорсинга в России является осложнение бизнес-процессов в связи с увеличением потребности рынка.

Исследование теории и зарубежного опыта взаимодействия малого и крупного бизнеса позволяют сказать, что сегодня невозможно обеспечить сбалансированный рост экономики без взаимодействия малого и крупного бизнеса.

Процесс управления взаимодействием крупных и малых предприятий, как правило, хаотичен. Возникает множество организационных, финансовых и кадровых проблем в практической реализации этого взаимодействия. В этих условиях появление новых форм сотруд-

ничества, таких как аутсорсинг, аутстаффинг требует проведения независимых исследований для повышения эффективности.

Можно выделить следующие факторы, положительно влияющие на взаимодействие больших и малых коммерческих организаций:

- экономические и технологические: развитие конкуренции, наличие материалов и оборудования, передовые технологии, наличие необходимой экономической и технической инфраструктуры, высокий уровень компетентности персонала, ноу-хау, совместная разработка новых продуктов и услуг, использование стратегии дифференциации, передовая IT-инфраструктура;
- организационные и управленческие: гибкость организационной структуры, демократический стиль поведения, преобладание горизонтальных потоков информации, децентрализация, наличие партнерских отношений;
- психосоциальной: общественное признание, предоставление возможностей для самореализации, стабильный психологический климат, благоприятный имидж, высокий уровень психологического восприятия действительности;
- политические, правовые, научные: эффективная правовая база, научно-технические достижения.

Для существенного подъема российской экономики необходимо содействовать максимальному увеличению числа малых предприятий в производственной сфере, стимулировать развитие взаимосвязей между малым, средним и крупным промышленным бизнесом, творчески использовать соответствующий зарубежный опыт. Всё это должно стать составной частью общей политики в сфере реструктуризации отечественной экономики, поскольку предпринимательство в целом, независимо от своих масштабов, представляет собой единый и взаимосвязанный процесс.

Используемые источники

1. Брялина Г.И. Франчайзинг как форма взаимодействия малого и крупного бизнеса. Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета, № 3, 2011.
2. Дудин М.Н., Лясников Н.В. Формирование стратегической устойчивости предприятий на основе развития системы стратегического корпоративного управления // Путеводитель предпринимателя. - М.: Агентство печати «Наука и образование», 2010. № 6.
3. Омарова Н.Ю., Костусенко А.И. Взаимодействие крупного и малого предпринимательства: Теория и практика. М., 2011.
4. Соболева Ю.П. Управление производственной кооперацией в интегрированных объединениях. Проблемы современной экономики, № 3 (23), 2007.

Федорова И. Ю.

*кандидат экономических наук доцент, соискатель,
Российская академия предпринимательства*

Новые организационно-правовые формы (типы) организаций в бюджетном секторе экономики

В работе обосновывается необходимость приведения законодательства в соответствие путем устранения пробелов в сфере закрепления понятия «субъекта хозяйствования» в соответствии с индивидуализирующими его признаками, а также необходимость выделения автономного учреждения в отдельную организационно-правовую формы (ОПФ) что будет способствовать более успешному процессу применения видов НКО, и, в том числе, автономных учреждений.

Ключевые слова: некоммерческие организации, автономные учреждения — как новый вид НКО, организационно-правовая форма (вид) юридического лица, правовые признаки, классификатор, классификационные признаки, классификационные группировки: раздел, тип, вид организационно-правовой формы, правовой статус бюджетных учреждений, организационно-правовая форма как отдельный правовой статус автономного учреждения.

New organizational and legal forms (types) of the organizations in the budgetary sector of economy

In work need of reduction of the legislation in compliance by elimination of gaps locates in the sphere of fixing of concept of «the subject of managing» according to signs individualizing it, and also need of allocation of autonomous establishment in separate the organizational and legal form (OLF) that will promote more successful process of application of types of NPO, and, including, autonomous establishments.

Keywords: non-profit organizations, autonomous establishments — as a new type of NPO, an organizational and legal form (type) of the legal entity, legal signs, the qualifier, classification signs, classification groups: section, type, type of an organizational and legal form, legal status of the budgetary establishments, organizational and legal form as separate legal status of autonomous establishment.

Некоммерческие организации могут создаваться в любых формах, предусмотренных законом. Форма — это некое абстрактное понятие, являясь философской категорией, представляющей собой способ существования и выражения содержания ¹, которое требует закрепле-

¹ См. Философский энциклопедический словарь. М. 1989. С. 595.

ния на законодательном уровне по каким-либо критериям, классификационным признакам, позволяющим четко разграничивать те или иные субъекты хозяйствования.

Термин «организационно-правовая форма юридического лица» стал применяться в отечественном законодательстве сравнительно недавно и не получил достаточного освещения в юридической литературе. Однако с точки зрения закона ему отводится значительное место, так как на лиц, задействованных в процессе учреждения нового субъекта права, возлагается обязанность указания организационно-правовой формы юридического лица, так как она является одним из ключевых сведений государственного реестра (ЕГРЮЛ).

Необходимость конкретизации одной из предусмотренных законодательством организационно-правовых форм является некой гарантией для участников хозяйственного оборота в том, что вопросы правового регулирования организации будут четко определены нормами, относящимися к выбранной организационно-правовой форме. Тем самым установлена связь между легитимизацией юридического лица как субъекта права и выбором конкретной организационно-правовой формы, предусмотренной законом.

ГК РФ оперирует термином «Организационно-правовая форма», но не дает его определения. Так, ст. 54 ГК определяет, что юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

Отсутствие легально закрепленного понятия организационно-правовой формы привело к появлению различных толкований данного термина на уровне научных публикаций. Объединяющим звеном для всех предлагаемых определений является попытка закрепления не только самого понятия, но и формулирование значения термина применительно к институту юридического лица.

Организационно-правовая форма связана с понятием вида юридического лица и зачастую воспринимается как тождественная категория². Существуют следующие определения данного понятия. Н.Ю. Козлова определяет организационно-правовую форму юридического лица как вид юридического лица, который отличается от другого вида способом создания, объемом правоспособности, порядком управления, характером и содержанием прав и обязанностей учредителей (участников) в отношении друг друга и юридических лиц³. У В.В. Залесского это

² См.: Шичанин А.В., Гревков О.Д. Тенденции развития института «юридического лица в Российском гражданском законодательстве. Проблемы поиска баланса интересов юридического лица, его участников и кредиторов//Адвокат. 2000. № 2.

³ Козлова Н.В. Понятие и сущность юридического лица. М., 2003. С. 259.

совокупность конкретных признаков, объективно выделяющихся в системе общих признаков юридического лица и существенно отличающих данную группу юридических лиц от всех остальных⁴. С. Э. Жилинский связывает понятие организационно-правовой формы с практическими формами организации предпринимательской деятельности⁵ как в российской, так и в мировой практике. Само понятие «концентрированно воплощает сущностные организационные и правовые признаки, являющиеся общими для юридических лиц, предпринимательских организаций различных видов»⁶.

Есть и иные точки зрения других авторов на толкование данного понятия, однако, стоит остановиться на предложенном варианте Н.В. Козловой, так как целесообразнее выделять каждую конкретную организационно-правовую форму как индивидуализирующий элемент только определенного вида юридических лиц в рамках рода юридических лиц как социального явления, но не конкретного юридического лица.

Таким образом, организационно-правовая форма должна четко разграничить те или иные субъекты хозяйствования, используя определенный, законодательно закрепленный перечень классификационных признаков.

В соответствии с «Общероссийским классификатором организационно-правовых форм» (утв. Приказом Росстандарта от 16.10.2012 № 505-ст) под организационно-правовой формой следует понимать способ закрепления (формирования) и использования организацией имущества и вытекающие из этого ее правовое положение и цели предпринимательской деятельности. Одна из важнейших целей введения данного Классификатора — анализ и прогнозирование социально-экономических процессов на основе практического применения, а также разработка рекомендаций по регулированию экономики.

Итак, можно предположить, что Росстандарт, несмотря на отсутствие понятия организационно-правовой формы в Гражданском кодексе, сделал попытку самостоятельно определить, что же такое организационно-правовая форма и по каким признакам следует распределять, относить огромный перечень как уже имеющихся юридических лиц, так и вновь создаваемых, и, выработал свой подход к

⁴ Залеский В.В. Создание и деятельность коммерческих организаций // Право и экономика. 199. № 1.

⁵ Жилинский С. Э. Правовая основа предпринимательской деятельности (предпринимательское право). Курс лекций. М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 1998. С. 94.

⁶ Там же. С. 95.

построению системы организационно-правовых форм участников экономических отношений в России.

Исходя из указанного определения, можно выделить некие классификационные признаки, позволяющие относить каждое конкретное юридическое лицо к той или иной организационно-правовой форме:

- способ закрепления организацией имущества;
- способ формирования организацией имущества;
- способ использования организацией имущества;
- правовое положение организации;
- цели предпринимательской деятельности.

На них и остановимся и рассмотрим более детально ниже применительно к сравнительно новым некоммерческим организациям.

Основными классификационные группировками Росстандартом определены:

- организационно-правовые формы юридических лиц, являющихся коммерческими организациями;
- организационно-правовые формы юридических лиц, являющихся некоммерческими организациями;
- организационно-правовые формы организаций, созданных без прав юридического лица;
- организационно-правовые формы международных организаций, осуществляющих деятельность на территории Российской Федерации;
- организационно-правовые формы для деятельности граждан (физических лиц).

В состав каждого из разделов классификатора включены соответствующие организационно-правовые формы. В классификаторе использованы иерархический метод классификации и последовательный метод кодирования.

В целом же, понятие «организационно-правовая форма», закрепленное в классификаторе, и применяемое Росстандартом, содержит три составляющих, а именно: раздел классификатора, указывающий на одну из основных классификационных группировок; тип организационно-правовой формы; вид организационно-правовой формы. Все три составляющие в совокупности составляют понятие «организационно-правовой» формы юридического лица. Однако этот классификатор далеко не идеален и носит слишком узкую направленность в целях построения системы юридических лиц для анализа и прогнозирования социально-экономических процессов на основе практического применения, а также разработки рекомендаций по регулированию экономики.

В определенном смысле, организационно-правовая форма является комплексным экономико-правовым понятием, а отсутствие четко определенного данного понятия, а также иных терминов, используемых, как в науке, так и на практике, вызывает необходимость четкой конкретизации и закрепления данной терминологии и признаков на законодательном уровне, что исключит различные толкования рассматриваемых понятий как с точки зрения системных принципов построения института юридического лица, так и с точки зрения упорядочения деятельности субъектов права, что в целом повысит эффективность бюджетной реформы в Российской Федерации.

В отличие от коммерческих организаций, исчерпывающий перечень организационно-правовых форм которых приведен в статье 50 Гражданского кодекса Российской Федерации, перечень форм некоммерческих организаций является открытым и наряду с предусмотренными в Кодексе включает иные формы, устанавливаемые отдельными федеральными законами. Например, дополнительные формы предусмотрены Федеральными законами «О некоммерческих организациях», «О негосударственных пенсионных фондах» и некоторыми другими. Данная диспозитивность норм ГК РФ привела к бесконтрольному увеличению числа некоммерческих организаций, не получающих должной правовой регламентации своего статуса.

В соответствии с Общероссийским классификатором организационно-правовых форм в настоящее время насчитывается более 60 видов некоммерческих организаций, что, несомненно, избыточно.

Отсутствие системы правового регулирования организационно-правовых форм некоммерческих организаций, и изобилие пробелов, повторов и противоречий в законодательстве о некоммерческих организациях привело к появлению целого ряда организаций, не имеющих должного правового закрепления, таких как государственные корпорации и компании, общины коренных малочисленных народов Российской Федерации, казачьи общества, негосударственные пенсионные фонды, автономные, бюджетные, казенные, частные учреждения, некоммерческие партнерства и другие.

Общественное объединение, предусмотренное статьей 117 ГК РФ, в Федеральном законе «Об общественных объединениях» подразделяется на шесть организационно-правовых форм: общественная организация; общественное движение; общественный фонд; общественное учреждение; орган общественной самодеятельности; политическая партия.

Следует отметить, что ст. 7 Федерального закона «Об общественных объединениях» каждый из шести видов общественных объединений выделяет в отдельную организационно-правовую форму.

Прямо противоположная ситуация с такой некоммерческой организацией, как учреждение. Статьей 120 Гражданского кодекса Российской Федерации учреждением признается некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера. В пункте 2 этой же статьи происходит разделение на частное учреждение, которое может быть создано гражданином или юридическим лицом и автономное, бюджетное и казенное учреждения, которые могут быть созданы Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации, муниципальным образованием (государственные или муниципальные). Пунктом 3 той же статьи дается отсылочная норма на законы и иные правовые акты, регламентирующие особенности их правового положения. Однако ни в Федеральном законе «О некоммерческих организациях», ни в Федеральном законе «Об автономных учреждениях» автономное учреждение, бюджетное учреждение и казенное учреждение не закреплены как отдельные организационно-правовые формы.

Следует отметить, что такое деление учреждений является сравнительно новым. Президентом РФ 3 ноября 2006 г. был подписан Федеральный закон № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях». Он предусматривает возможность создания нового типа учреждений — автономных учреждений, которые по своему статусу весьма существенно отличаются от классического учреждения, которое ранее было предусмотрено законодательством. Одновременно с законом «Об автономных учреждениях» был принят Федеральный закон от 03.11.06 № 175ФЗ «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «Об автономных учреждениях», а также в целях уточнения правоспособности государственных и муниципальных учреждений», который соответствующим образом скорректировал положения Закона РФ «Об образовании», Гражданского, Налогового и Бюджетного кодексов РФ и иных законодательных актов.

Решение о столь масштабном реформировании бюджетной сети было принято государством в целях повышения эффективности предоставления государственных и муниципальных услуг, при условии сохранения (либо снижения) темпов роста бюджетных расходов на их предоставление. Основными задачами реформы являются создание условий и стимулов для сокращения внутренних издержек учреждений и при-

влечения внебюджетных средств, а также создание условий и стимулов для федеральных органов власти по оптимизации сети учреждений.

В свете реформы бюджетной системы, основанной на новых подходах к развитию государственного управления и направленной на повышение эффективности предоставления государственных и муниципальных услуг, принят Федеральный закон от 08.05.2010 № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений». Большая часть его положений, в том числе и относительно появления казенных учреждений, вступила в силу с 1 января 2011 года, но, учитывая масштабность перемен, был предусмотрен переходный период до 1 июля 2012 года.

Итак, ранее учреждения делились в зависимости от собственника их имущества — они могли быть частными, государственными, муниципальными.

Федеральным законом от 03.11.2006 № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях» был создан новый вид некоммерческой организации — автономное учреждение. Ключевой особенностью автономного учреждения является то, что данное юридическое лицо отвечает по своим обязательствам всем закрепленным за ним имуществом, за исключением недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества. Собственник имущества автономного учреждения не несет ответственности по обязательствам автономного учреждения. Автономное учреждение получило возможность самостоятельно распределять все доходы, упрощен контроль за расходованием средств со стороны казначейства. Отпала необходимость использовать Федеральный закон № 94-ФЗ. Финансирование автономных учреждений стало осуществляться не на основании сметы доходов и расходов, а в виде субсидий в соответствии с заданием учредителя и на содержание имущества. В отличие от бюджетного учреждения автономным учреждениям разрешено открывать счета в любых кредитных организациях. Автономное учреждение имеет возможность самостоятельно, без согласия учредителя, распоряжаться всем, как движимым, так и недвижимым имуществом за исключением недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества, закрепленного за ним учредителем или приобретенным автономным учреждением за счет средств, выделенных ему учредителем на приобретение этого имущества. Так же из преимуществ появилась возможность привлечения внебюджетных источников для финансирования учреждения, расширения перечня и повышения качества оказываемых учреждением услуг, интенсификации использования имущества учреждения.

Законодатели предполагали, что после изменения законодательства большинство государственных учреждений станут автономными. Однако этого не произошло по причинам непрозрачности финансирования автономных учреждений, сложной процедуры смены типа учреждения (по каждому учреждению нужно было принимать решение Правительством РФ), а также боязни трудовых коллективов бюджетных учреждений потерять часть имущества, закрепленного за учреждением, отсутствия гарантий того, что при переходе в автономные учреждения в среднесрочной перспективе финансовое положение учреждения не ухудшится, отсутствие явных стимулов к переходу с учетом существующих на практике широких возможностей для бюджетных учреждений. За первые 3 года после принятия Федерального закона «Об автономных учреждениях» в Российской Федерации было создано только 5 федеральных автономных учреждений.

Осознав, что заявленные реформой цели не полностью достигнуты, было принято решение об изменении правового статуса бюджетных учреждений, и Федеральным законом от 08.05.2010 № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» были внесены соответствующие поправки в законодательство. Вместо существовавших ранее двух типов государственных (муниципальных) учреждений (автономное и бюджетное) с 01.01.2011 года предусмотрено три типа учреждений — автономное, бюджетное и казенное, при этом значительно изменен правовой статус бюджетного учреждения. В качестве казенных учреждений выступают органы государственной власти, а также ряд юридических лиц, выполняющих определенные государственные функции — например, войсковые соединения Министерства обороны, подразделения Министерства внутренних дел и т.д. Казенное учреждение не вправе осуществлять приносящую доходы деятельность (если иное прямо не предусмотрено его уставом). Казенное учреждение отвечает по своим обязательствам только денежными средствами, при их отсутствии дополнительную (субсидиарную) ответственность по обязательствам учреждения несет собственник его имущества.

Бюджетные учреждения осуществляют свою деятельность в соответствии с предметом и целями их деятельности, определенными уставами таких учреждений. Государственное задание для бюджетного учреждения, в соответствии с установленными его уставом основными видами деятельности, определяет учредитель. При этом бюджетное учреждение не вправе отказаться от выполнения государственного за-

дания. Финансирование бюджетного учреждения осуществляется не на основании сметы (как это происходило до реформы), а в виде субсидий из государственного бюджета Российской Федерации.

Имущество за бюджетным учреждением закрепляется на праве оперативного управления. Такому юридическому лицу предоставляется право самостоятельного распоряжения закрепленным за ним имуществом, кроме недвижимого и особо ценного движимого имущества. Бюджетное учреждение отвечает по своим обязательствам всем имуществом, за исключением особо ценного движимого имущества, а также недвижимого имущества. Вместе с тем собственник имущества учреждения освобожден от какой-либо ответственности по обязательствам бюджетного учреждения. Таким образом, фактически государство изменило тип большинства учреждений, сохранив за ними старое наименование – «бюджетные». При этом произошло сближение правовых статусов бюджетного и автономного учреждений по принципам финансового обеспечения, распоряжения доходами, полученными от приносящей их деятельности и некоторым другим. Но по правовому положению, а также индивидуализирующей совокупности признаков конкретных правовых моделей классификационных видов юридического лица, определяющих назначение и сферу их применения в обороте, основы статуса бюджетных, казенных и частных учреждений сходны, и данные виды учреждений являются классическим вариантом учреждения как единой организационно-правовой формы, имеющей типы (бюджетное, казенное, частное).

Автономное же учреждение имеет право на самостоятельное существование с отдельным статусом субъекта хозяйствования, отдельной организационно-правовой формой юридического лица, обладая для этого всеми необходимыми признаками, выделяющими его как отдельного, обособленного участника гражданского оборота.

Законодательством автономные учреждения определены как тип учреждения, в реальности же отличие между автономными учреждениями и иными видами учреждений более значительны, чем между некоторыми различными организационно-правовыми формами юридических лиц.

Законом предусмотрена возможность изменения типа существующего бюджетного или казенного учреждения в целях создания автономного учреждения, а также изменения типа существующего автономного учреждения в целях создания бюджетного или казенного учреждения. Данные изменения осуществляются в порядке, установленном Федеральным законом от 03.11.2006 № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях».

Можно предположить, что решение законодателя не выделять автономное учреждение в отдельную организационно-правовую форму выгодно тем бюджетным и казенным учреждениям, которые будут менять свой тип на автономное — им не придется снова проходить лицензирование, получать аккредитацию, приводить в соответствие документацию. Законодательно превращение бюджетного и казенного учреждения в автономное не является реорганизацией, а является лишь сменой типа. Однако фактически смена типа в данной ситуации для многих учреждений может повлечь куда более серьезные последствия, чем многие виды реорганизации. На самом деле, решение вопроса о выборе типа учреждения является для многих юридических лиц жизненно важным.

По мнению автора, негативные последствия реформы государственных учреждений заключаются в том, что государство, во-первых, отказалось от ответственности по обязательствам учреждений (теперь в гражданском обороте существует юридическое лицо, которое отвечает по своим обязательствам в пределах лишь 500 тысяч рублей), во-вторых, установило непрозрачный механизм выделения денежных средств для бюджетных учреждений (посредством государственного задания, формируемого учредителем), в-третьих, по сути, заставило все учреждения заниматься предпринимательской деятельностью, тогда как целесообразно было сконцентрировать указанные полномочия лишь за автономным учреждением, выделив его как отдельную организационно-правовую форму и наделив всеми необходимыми для осуществления данной деятельности механизмами (поскольку социальные цели создания учреждения оказались на втором плане, а на первый вышло умение таких юридических лиц «зарабатывать деньги»), в-четвертых, введя новый тип учреждения «автономный», и, наделив его большими, на законодательном уровне, перспективами, не создало четкого и прозрачного механизма функционирования и реализации им своих прав.

Вернемся к классификационным признакам, выделенным из определения «организационно-правовой формы», и закрепленного Росстандартом в «Общероссийском классификаторе организационно-правовых форм», позволяющим относить каждое конкретное юридическое лицо к той или иной организационно-правовой форме. Информация о критериях, включающих определенные отличительные признаки автономных бюджетных и казенных учреждений, представлена в таблице 1.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что автономные учреждения по правовому положению, а также индивидуализирующей совокупности признаков конкретных правовых моделей клас-

Таблица 1

Признаки	Автономное учреждение	Бюджетное учреждение	Казенное учреждение
способ закрепления организацией имущества;	На праве оперативного управления		
способ формирования организацией имущества исходя из источников финансирования	<p>Доходы от оказания платных услуг;</p> <p>Привлечение заемных средств;</p> <p>Субсидии из бюджета на выполнение государственного задания (включая оплату налогов на недвижимое имущество и землю) с учетом мероприятий, направленных на развитие автономных учреждений, перечень которых определяется учредителем, доходы от оказания платных услуг</p>	<p>Субсидии из бюджета на выполнение государственного задания (включая оплату налогов на недвижимое имущество и землю) с учетом мероприятий, направленных на развитие бюджетных учреждений, перечень которых определяется учредителем, доходы от оказания платных услуг</p>	Сметное финансирование из бюджета
способ использования организацией имущества	<p>вправе распоряжаться самостоятельно, за исключением недвижимого и особо ценного движимого имущества, которым учреждение может распоряжаться только с согласия собственника;</p> <p>доходы от деятельности поступают в самостоятельное распоряжение и используются для достижения целей, ради которых создано учреждение</p> <p>применяется Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ</p> <p>вправе привлекать заемные средства</p>	<p>вправе распоряжаться самостоятельно, за исключением недвижимого и особо ценного движимого имущества, которым учреждение может распоряжаться только с согласия собственника;</p> <p>доходы от деятельности поступают в самостоятельное распоряжение и используются для достижения целей, ради которых создано учреждение</p> <p>применяется 94-ФЗ</p> <p>не вправе получать кредиты у кредитных организаций, других физических и юридических лиц</p>	<p>не вправе отчуждать или иным способом распоряжаться закрепленным за ним имуществом и имуществом, приобретенным за счет выделенных средств;</p> <p>доходы от деятельности поступают в самостоятельное распоряжение, подлежат зачислению в бюджет и учитываются на отдельном балансе</p> <p>применяется 94-ФЗ</p> <p>не вправе получать кредиты у кредитных организаций, других физических и юридических лиц</p>
правовое положение организации	некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера;	некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера;	некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера;

Продолжение таблицы 1

	отвечает по своим обязательствам всем находящимся у него на праве оперативного управления имуществом, за исключением недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества, закрепленных за автономным учреждением собственником этого имущества или приобретенных автономным учреждением за счет выделенных таким собственником средств. Собственник имущества автономного учреждения не несет ответственность по обязательствам автономного учреждения.	отвечает по своим обязательствам всем находящимся у него на праве оперативного управления имуществом, как закрепленным за бюджетным учреждением собственником имущества, так и приобретенным за счет доходов, полученных от приносящей доход деятельности, за исключением особо ценного движимого имущества, закрепленного за бюджетным учреждением собственником этого имущества или приобретенного бюджетным учреждением за счет выделенных собственником имущества бюджетного учреждения средств, а также недвижимого имущества. Собственник имущества бюджетного учреждения не несет ответственности по обязательствам бюджетного учреждения.	отвечает по своим обязательствам находящимися в его распоряжении денежными средствами. При недостаточности указанных денежных средств субсидиарную ответственность по обязательствам такого учреждения несет собственник его имущества.
Цели деятельности	выполнение работ, оказание услуг в целях осуществления предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий органов государственной власти, полномочий органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, средств массовой информации, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, а также в иных сферах в случаях, установленных федеральными законами (в том числе при проведении мероприятий по работе с детьми и молодежью в указанных сферах).	выполнение работ, оказание услуг в целях обеспечения реализации предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий соответствующих органов государственной власти (государственных органов) или органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, а также в иных сферах, предусмотренных законодательством.	оказание государственных (муниципальных) услуг, выполнение работ и (или) исполнение государственных (муниципальных) функций в целях обеспечения реализации предусмотренных законодательством РФ полномочий органов государственной власти (государственных органов) или органов местного самоуправления.- сфера деятельности не ограничена.

сификационных видов юридического лица, определяющих назначение и сферу их применения в обороте существенно отличается от иных типов учреждения, что позволяет выделить, и, на законодательном уровне закрепить автономное учреждение как отдельную организационно-правовую форму юридического лица.

Это позволит обрести автономному учреждению более привлекательный правовой и экономический статус; будет способствовать созданию условий и стимулов для сокращения внутренних издержек учреждений и привлечению внебюджетных средств; более широкому

практическому применению и оптимизации сети учреждений; повышению эффективности использования бюджетных средств и, тем самым, успешной реализации бюджетной реформы.

Используемые источники

1. Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.12.2011).
2. Гражданский кодекс РФ (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 30.11.2011).
3. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (ред. от 16.11.2011).
4. Федеральный закон от 08.05.2010 № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» (ред. от 30.11.2011).
5. Федеральный закон от 03.11.2006 № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях» (ред. от 06.11.2011).
6. Федеральный закон от 30.12.2006 № 275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» (ред. от 21.11.2011).
7. Постановление Правительства РФ от 18.03.2008 г. № 182 «Об условиях и порядке формирования государственного задания в отношении автономного учреждения, созданного на базе имущества, находящегося в федеральной собственности и порядке финансового обеспечения выполнения государственного задания» (ред. от 02.09.2010).
8. Постановление Правительства РФ от 26.07.2010 г. № 538 «О порядке отнесения имущества автономного или бюджетного учреждения к категории особо ценного имущества».
9. Постановление Правительства РФ от 02.09.2010 г. № 671 «О порядке формирования государственного задания в отношении федеральных государственных учреждений и финансового обеспечения выполнения государственного задания».
10. Постановление Правительства РФ от 22.05.2004 № 249 (ред. от 23.12.2004, с изменениями от 06.04.2011) «О мерах по повышению результативности бюджетных расходов».
11. Программа Правительства Российской Федерации по повышению эффективности бюджетных расходов на период до 2012 года (от 30 июня 2010 года).
12. Постановление Госстандарта РФ от 30.03.1999 г. №97 «О принятии и введении в действие Общероссийских классификаторов» (ред. от 23.10.2009).

13. Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии от 16.10.2012 г. № 505-ст «О принятии и введении в действие общероссийского классификатора организационно-правовых форм ОК 028-2012» Утвержден Приказом Росстандарта от 16.10.2012 № 505-ст вместе с «Пояснениями к позициям ОКОПФ».
14. Жилинский С. Э. Правовая основа предпринимательской деятельности (предпринимательское право). Курс лекций. М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 1998. С. 94, 95.
15. Залеский В.В. Создание и деятельность коммерческих организаций // Право и экономика. 199. № 1.
16. Козлова Н.В. Понятие и сущность юридического лица. М., 2003. С. 259.
17. Философский энциклопедический словарь. М. 1989. С. 595.
18. Шичанин А.В., Гревков О.Д. Тенденции развития института «юридического лица» в Российском гражданском законодательстве. Проблемы поиска баланса интересов юридического лица, его участников и кредиторов // Адвокат. 2000. № 2.

Филипчук О. А.

*аспирант, ассистент кафедры «Финансы и цены»,
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова*

Вступление во Всемирную торговую организацию как фактор изменения доходной части федерального бюджета РФ

В статье представлен прогноз изменения доходной части федерального бюджета РФ за счет вступления России во Всемирную торговую организацию. Прогноз основан на анализе экономического развития стран (ставших членами ВТО ранее Российской Федерации) непосредственно до и после вступления в ВТО.

Ключевые слова: ВТО, доходы федерального бюджета, сравнительный анализ, изменения, оптимальная структура.

Accession to the World Trade Organization as a factor changing the federal budget revenues of Russian Federation

The article presents a forecast of changes in the federal budget revenues of Russian Federation due to Russia's entry to the World Trade Organization. The forecast is based on the economic development's analysis of countries (who became WTO- members earlier than Russian Federation) right before and after accession to WTO.

Keywords: WTO, federal budget revenues, comparative analysis, changes, optimal structure.

Год 2012 ознаменован одним из наиболее ожидаемых событий в российской экономике – вступлением России во Всемирную торговую организацию. Для того чтобы понять как вступление отразится на экономической деятельности нашей страны, необходимо в первую очередь проанализировать, как изменятся потоки доходных поступлений федерального бюджета. Для этого возьмем показатели последних лет, разложим их на доходные направления и сравним с прогнозными значениями, посмотрим, какие из них потерпят больше убытков, а какие приумножат доходность вследствие изменений (таблица 1).

В России основные поступления в федеральный бюджет государства в налоговой части обеспечивают НДС и НДСПИ, а в неналоговой части наибольший удельный вес занимают таможенные пошлины.

На 2012 год прогнозируется общий объем доходов федерального бюджета в размере 11780 млрд. руб., из них прогнозируется поступле-

Таблица 1

**Динамика доходов и расходов федерального бюджета России
(в млрд. руб.)**

	2009	2010	2011	2012
1. Доходы федерального бюджета	7338	8304	11366	11780
%% к ВВП	18,8	17,4	20,8	20,1
1.1. Налоговые	3895,8	4513,5	6973,3	6675,9
%% к ВВП	9,96	10,1	12,8	11,4
1.2. Неналоговые	3442	3790,3	4392,7	5104,0
%% к ВВП	8,8	8,5	8,1	8,7
2. Дефицит (-) / Профицит (+)	-2322	-2372	+416,5	-876,6

ние налоговых доходов в сумме 6675,9 млрд.руб. и неналоговых доходов в размере 5104 млрд.руб. При этом НДС и НДСИ в сумме составят 3957,5 млрд. руб. (1870,1 млрд.руб. + 2087,4 млрд.руб.) – 6,75% к ВВП, основные таможенные пошлины прогнозируются в размере 4373,2 млрд.руб. (7,45% к ВВП). Согласно оценке, процент налоговых и неналоговых доходов к ВВП страны прогнозируется в соотношении 11,4% ВВП у налоговых к 8,7% ВВП у неналоговых поступлений, что в первом случае на 1,4% ниже, чем в 2011 году и на 0,6% выше во втором случае. ВВП РФ, относительно которого строятся расчеты, указан в таблице 2.

Таблица 2

ВВП Российской Федерации 2004–2013 гг. (в млрд. руб.)

млрд. руб.	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ВВП	17 048	21 609	26 917	33 247	41 428	39 100	44 500	54 369	58 683	64 803	72 493

На 2011 год в общей сумме доходов федерального бюджета РФ, равной 11366 млрд.руб., налоговые доходы составили 6973,3 млрд.руб. (12,8% ВВП), неналоговые 4392,7 млрд.руб. (8,1% ВВП). При этом НДС и НДСИ составляют в сумме 5238,9 млрд.руб. (3250,4 млрд.руб. + 1988,5млрд.руб.) – 9,6% ВВП, основные таможенные пошлины 3655,5млрд.руб. (6,7% ВВП).

На 2010 год из общей суммы доходов федерального бюджета РФ в 8303,8 млрд.руб. налоговые составили 4513,5 млрд.руб.(10,1% ВВП),

неналоговые 3790,3 млрд.руб. (8,5% ВВП); при этом НДС и НДСИ составляют в сумме 3859,5 млрд.руб. (2498,3 млрд.руб. + 1361,2 млрд.руб.) – 8,7% ВВП, основные таможенные пошлины в сумме составили 2814,5 млрд.руб. (6,3% ВВП).

Так НДС и НДСИ в сумме составляют на 2010 год 85% от всех налоговых платежей и 46% от общей суммы доходов федерального бюджета; на 2011 год 77% от всех налоговых платежей и 46% в федеральных доходах, на 2012 год 59,2%. В то время, как таможенные пошлины составляют 34% общей суммы доходов на 2010 год и 32% на 2011 год. При этом изменилось соотношение налоговых и неналоговых доходов, а также прогнозируется изменение поступлений с таможенных платежей. Прогнозируется сокращение налоговых поступлений на 1,4% ВВП по отношению к 2011 году и увеличение неналоговых, о чем также свидетельствует динамика увеличения таможенных пошлин на 0,4% за последний отчетный период, что может быть вызвано введением новых правил таможенного регулирования в связи с вступлением России в ВТО.

При этом структура доходов федерального бюджета сохранила значительную диспропорцию. Данная диспропорция выражается в абсолютном преобладании доходов от внешнеэкономической деятельности. Так в 2011 году доля доходов от внешнеэкономической деятельности (ВЭД) составила 8,5% ВВП, что превышает показатель поступления в бюджет неналоговых доходов на 0,4% (Таблица 3).

Таблица 3

Доходы от ВЭД в доходах федерального бюджета РФ (в млрд. руб.)

в млрд. руб.	2009	2010	2011	2012
Доходы федерального бюджета	7338	8304	11 366	11 780
%% к ВВП	18,8	17,4	20,8	20,1
Поступления от ВЭД	2683	3228	4665	4606
%% к ВВП	6,9	7,1	8,5	7,8

Несмотря на нестабильный рост доли доходов федерального бюджета РФ от ВЭД за период с 2008 по 2011 год, качество и структура ВЭД не претерпела особых изменений вплоть до 2012 года. Исходя из российского налогового законодательства, наиболее значимыми доходами считаются доходы от внешнеэкономической деятельности. Динамика доли ВЭД в доходах федерального бюджета к 2012 году была следующая:

2008 год – 38,6% в общей сумме доходов, 2009 год – 36,6%, 2010 год – 38,9%, 2011 год – 41%, 2012 год прогнозируется по итогам года – 39,1%. при этом почти 98% доходов ВЭД составляют таможенные пошлины. Из них около 80% приходится на вывозные (экспортные) таможенные пошлины и 18% на ввозные (импортные) таможенные пошлины.

По определению доходы от внешнеэкономической деятельности состоят из неналоговых поступлений средств от централизованного экспорта и иных поступлений от внешнеэкономической деятельности, в связи с осуществлением таможенного контроля и проведением таможенных процедур, а также поступлений по государственным кредитам, предоставляемым иностранным государствам и прочее (рисунок 1).

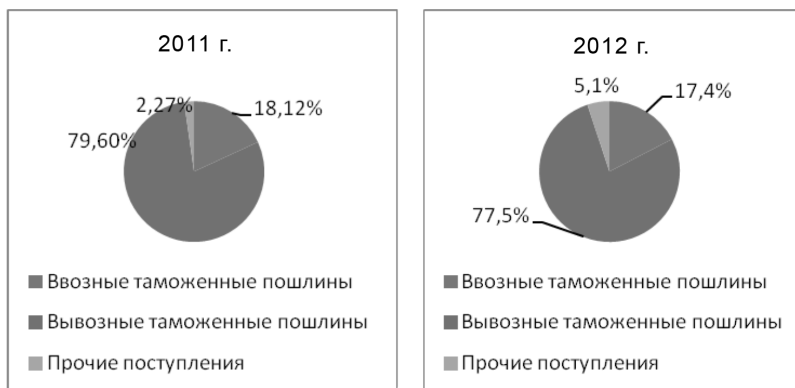


Рис. 1. Структура доходов от внешнеэкономической деятельности РФ в 2011 и 2012 гг. (в% от общей суммы в 100%)

Но в 2012 году, в связи с официальным вступлением в ВТО, Россия приняла новые пошлины на импортную продукцию и ряд экспортруемых товаров. Таможенный союз ЕврАзЭС, заключенный между Российской Федерацией, Республикой Казахстаном и Республикой Беларусь ранее в 2010 году, строился также на принципах ВТО. Отсюда на момент второй половины 2012 года структура таможенных пошлин, распределяемых в бюджеты государств, такова:

1) Распределенные ввозные таможенные пошлины (согласно кодам бюджетной классификации):

- «Распределенные ввозные таможенные пошлины, уплаченные на территории Российской Федерации» – 736,4 млрд.руб.;
- «Ввозные таможенные пошлины, уплаченные на территории Республики Беларусь, подлежащие распределению в бюджет Российской Федерации» – 29,5 млрд.руб.;

- «Ввозные таможенные пошлины, уплаченные на территории Республики Казахстан, подлежащие распределению в бюджет Российской Федерации» – 37,8 млрд.руб.

Доходы федерального бюджета РФ от взимания ввозных таможенных пошлин на 2012 год прогнозируются в сумме 803,8 млрд.руб., на 2013 год прогнозируются в сумме 911,8 млрд.руб., на 2014 год прогнозируются в размере 1033,4 млрд.руб.

Увеличение доходов связано с ростом налогооблагаемых объемов импорта и курса доллара США по отношению к рублю.

2) Распределение вывозных таможенных пошлин в федеральный бюджет РФ в 2012 году прогнозируется в размере 3569,4 млрд.руб. (в том числе: по нефти сырой – 2088,6 млрд.руб., по газу природному – 485,8 млрд.руб., по товарам, выработанным из нефти, – 933,7 млрд.руб., по прочим товарам – 61 220,8 млн. рублей).

Поступление доходов от взимания ввозных таможенных пошлин в федеральный бюджет на 2012 год прогнозируется в сумме 803 822,3 млн. рублей (1,37% к ВВП). В результате прямые потери бюджета от снижения импортных пошлин после вступления в ВТО оцениваются экспертами в 2013 году – 188 млрд руб., (0,29% ВВП) а в 2014 – 257 млрд. руб. (0,35% ВВП). Так за два года бюджет может недополучить около 445 млрд. руб. (0,64% ВВП).

С изменением условий таможенных сборов планируется одновременное снижение и одновременное повышение поступлений в зависимости от отрасли таможенного регулирования. Снижение доходов федерального бюджета от взимания вывозных таможенных пошлин обусловлено в основном:

- уменьшением средневзвешенных ставок вывозных таможенных пошлин на нефть сырую (с 385,49 до 361,75 долларов США за тонну), в результате изменения среднегодовой цены на нефть марки «Юралс» со 108 до 100 долларов США за баррель;
- уменьшением средневзвешенных ставок вывозных таможенных пошлин и объемов экспорта товаров, выработанных из нефти;
- снижением предельного коэффициента при расчете ставки на нефть сырую с 65% до 60 процентов.

При этом на увеличение доходов федерального бюджета от взимания вывозных таможенных пошлин окажут влияние следующие факторы:

- установление ставок вывозных таможенных пошлин на товары, выработанные из нефти, в размере 66% от ставки на нефть сырую;

- увеличение прогнозируемых объемов экспорта нефти сырой;
- повышение средневзвешенных цен и объемов экспортируемого природного газа;
- повышение прогнозируемого курса доллара США по отношению к рублю;
- рост облагаемых объемов экспорта товаров, не относящихся к топливно-энергетической группе;
- повышение средневзвешенных ставок вывозных таможенных пошлин на нефть сырую.

В результате доходы федерального бюджета от взимания вывозных таможенных пошлин на 2012 год прогнозируются в сумме 3569,3 млрд. руб. (6,08% ВВП), на 2013 год в сумме 3533,4 млрд. руб. (5,45% ВВП), на 2014 год в сумме 3811,6 млрд. руб. (5,26% ВВП). Из чего видно снижение доходов от вывозных таможенных пошлин на 0,82% к 2014 году.

Поступление таможенных сборов в федеральный бюджет на 2012 год прогнозируется в сумме 35,3 млрд. руб., на 2013 год в размере 39,5 млрд. руб., на 2014 год в размере 44,69 млрд. руб. Увеличение обусловлено ростом объемов экспорта и импорта и повышением прогнозируемого курса доллара США по отношению к рублю.

Так в РФ ощутимые пошлины при экспорте товаров за территорию страны накладываются только на углеводороды и продукцию из углеводородов. Данная ситуация лишней раз доказывает необходимость изменения структуры доходов федерального бюджета в целом, от внешнеэкономической деятельности в частности, учитывая специфику вывозных и ввозных пошлин в РФ, даже при условии вступления России в ВТО. Имеется в виду нагрузка на сырьевой сектор экономики как наиболее приносящий доход.

Отсюда тарифно-таможенная политика в новых условиях является одним из основных инструментов решения внутренних задач — перехода российской экономики на инновационный путь развития, ее диверсификации и повышения глобальной конкурентоспособности.

Так как Россия — член ВТО только с 22.08.2012, целесообразно посмотреть на то, как складывалась экономическая деятельность других государств по результатам вступления во Всемирную Торговую Организацию на примере соседней экономики Украины (недавний член ВТО с 16.05.2008) и такого сильного экономического конкурента как Китайская Народная Республика (член ВТО с 11.12.2001). Динамика в их развитии покажет, каких изменений следует ожидать России от вступления в ВТО и в течение какого временного промежутка могут произойти изменения.

Таблица 4 и Таблица 5 характеризуют изменения ВВП и налоговых поступлений трех государств на временном интервале, охватывающем период до вступления в ВТО и после вступления в ВТО, для каждой из них, кроме России (т.к. вступила в 2012 году).

Таблица 4

Соотношение ВВП России, Китая, Украины (в млрд. долл.)

	2000	2001	2002	2003	2004	2007	2008	2009	2010	2011
Россия	259,7	306,6	345,1	430,34	591	1299,7	1660,8	1222,6	1148,5	1857,8
Китай	1198,5	1324,8	1453,8	1641	1931,6	3494	4521,8	4991	5930	7298
Украина	31,3	38	42,4	50,1	64,88	142,719	179,992	117,228	136,418	165,245

Таблица 5

Налоговые поступления России, Китая, Украины (в %% к ВВП)

	2000	2001	2002	2003	2007	2008	2009	2010
Россия	-	-	13,65	13,31	16,55	15,82	12,96	13,45
Китай	6,82	7,4	8,5	8,54	9,93	10,27	10,54	-
Украина	-	-	13,1	13,65	16,48	17,88	16,41	-

На базе таблицы 4 составим рисунок 2, так наглядно видны размеры и динамика изменения ВВП трех стран: России, Китая, Украины.

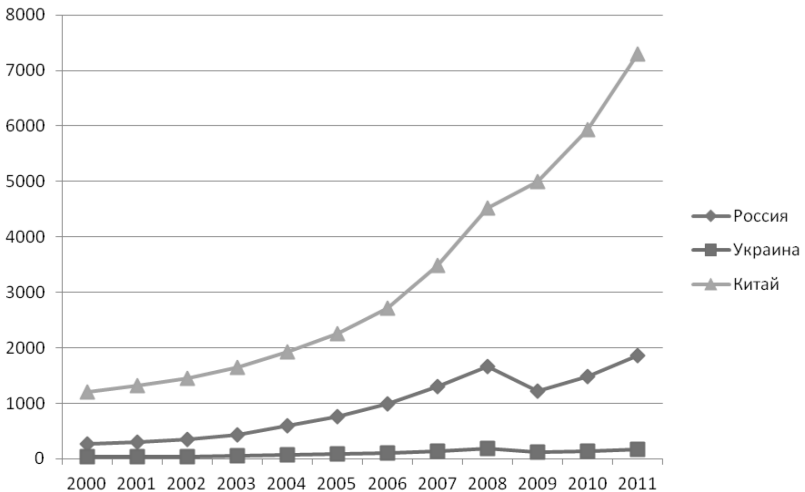


Рис. 2. Соотношение ВВП России, Китая, Украины (в млрд. долл.)

Налоговые поступления РФ составляют больше половины доходов федерального бюджета, но относительно Украины в разрезе%% к

ВВП они больше в среднем всего на 1,37%. Вероятно это объясняется близкой налоговой политикой государств на макроуровне. Налоговые поступления Китая, выраженные в%% отношении к ВВП, уступают российским. Это можно объяснить льготной налоговой политикой Китая в отношении производителей, которая стимулирует экономический рост и создает благоприятный климат для развития производства.

Если посмотреть на рисунок 2, то наглядно видно, что ВВП трех взятых стран резко отличаются. Возьмем период вступления Китая в ВТО и проанализируем изменения. Начиная с 2001 года, увеличения ВВП шло плавными темпами до 2004 года, с этого периода увеличения стали более значительными и даже, несмотря на мировой кризис 2008 года рост ВВП чуть замедлился всего на один год, далее его увеличение продолжалось высокими темпами. Украина имеет противоположную ситуацию. Ее развитие непоказательно для России, так как ее вступление в ВТО по времени совпало с мировым кризисом. Значения роста ВВП сократились в год вступления, но, вполне возможно, что это сокращение могло быть более резким, а выравнивание темпов роста ВВП более медленным, если бы страна не была уже на тот момент членом ВТО. Показатели ВВП России находятся на графике между показателями Китая и Украины, в 2008 году наблюдается сильный спад ВВП и плавное выравнивание к показателям периода 2008 года к 2011 году. Отсюда можно сделать вывод, поскольку развитие ВВП Украины нельзя брать за показательный пример вследствие совпадения экономической рецессии с моментом вступления данной страны в ВТО, то исходя из динамики ВВП Китая видно — на развитие и серьезное повышение темпов роста ВВП у Китая ушло в среднем 4 года с момента вступления в ВТО.

По структуре построения федерального бюджета Китай несколько отличается от России. Если в РФ налоговые поступления составляют более 50% общей суммы доходов, то в Китае они равны 90% бюджетных поступлений. К примеру, в таблице 6 показаны данные до вступления и период вступления КНР в ВТО, еще до вступления налоговые доходы значительно превышали неналоговые в общей сумме бюджета. Отсюда необходимо сделать поправку для РФ, темпы развития ВВП могут быть медленнее, вследствие взаимосвязи с понижением за первые 4 года доходов федерального бюджета, спровоцированными изменением доходов от таможенных поступлений, составляющих значительную долю федерального бюджета страны.

КНР является крупным экономическим лидером и ведущей торговой державой мира. Более того, данная страна всегда делает то, что ей наиболее выгодно. Темпы ее развития за последние десятилетия, ее

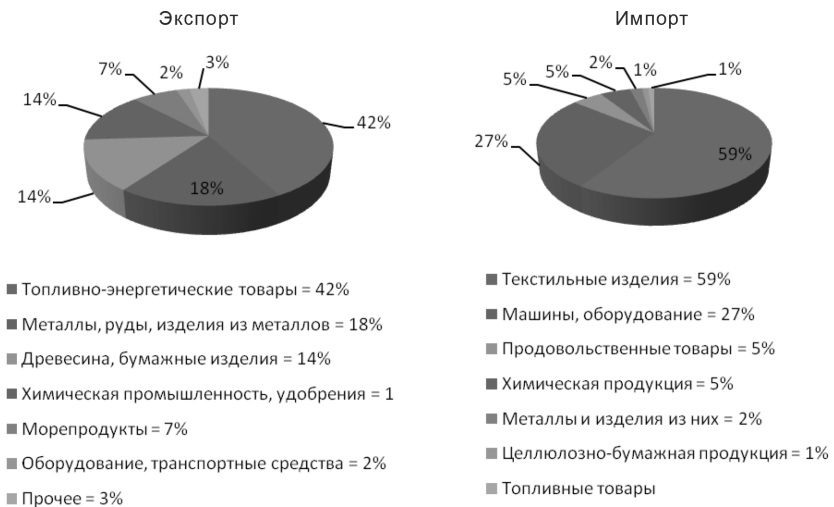
Таблица 6

Доходы и расходы бюджета КНР за период 2000–2002 гг. (млн. юаней)

млн. юаней	2000	2001	2002
1. Доходы	13395,23	16386	18903,64
из них:			
Налоговые доходы	12581,51	15301,38	17636,45
в % от общей суммы дохода	93,9	93,3	93,29
2. Расходы	15886,5	18902,5	22053,15

поведение в мировом сообществе делают ее хорошим образцом экономического развития. Ее вступление в 2001 году в ВТО улучшило условия внешнеэкономической деятельности страны, увеличило экспорт уже к 2007 году до 57% в машиностроительной отрасли и до 28% высокотехнологичной продукции. Россия и Китай имеют тесные торговые отношения, так к 2008 году прирост общего торгового оборота между Китаем и Россией составил 18%, в том числе импорт увеличился на 21%, экспорт на 16% по отношению к предыдущему отчетному периоду.

Если посмотреть на рисунок 3, то видно, что 27% экспорта Китая в Россию это высокотехнологичная продукция, в то время как из России высокотехнологичного оборудования экспортируется лишь 2%.

**Рис. 3. Экспорт-импорт России и Китая в среднем за 2009–2010 гг.**

Основной экспорт России в КНР это топливно-энергетические и природные ресурсы, аналогично экспорту РФ на все мировые рынки.

При этом в 2011 году экспорт товаров из РФ составил 522 млрд.долл., что составило более 30% прироста относительно 2010 года, но рост был связан с увеличением цены на природные ресурсы и сырье. Так средняя цена на нефть «Юралс» в 2011 году составила 109,4 долларов за баррель, что на 40% средней цены 2010 года.

Согласно прогнозным данным в 2012 году экспорт планируется в размере 558 млрд. долл., к 2015 году планируется увеличение до отметки в 581 млрд. долл. Также планируется увеличение объемов импорта в связи с изменением таможенных ввозных пошлин, если в 2011 году импорт товаров составил 323,8 млрд. долл., что на 30,2% больше показателей 2010 года, то по итогам 2012 года ожидается 369,5 млрд. долл., а к 2015 году 484,9 млрд. долл.

Увеличения экспорта и импорта, рассчитанные правительством, должны исходить из складывающейся конъюнктуры и учитывать ряд внешнеэкономических рисков, которые возникают вследствие «открытия границ» при вступлении в ВТО. Поэтому необходимым является формирование долгосрочной бюджетной политики исходя из снижения нефтегазового дефицита бюджета, учета сценариев развития членов ВТО с поправкой на структуру доходов федерального бюджета и структуру экспортно-импортной деятельности государства. Так, к примеру, необходимо учесть временной интервал, который понадобился Китаю для улучшения структуры экспортно-импортной деятельности и, как следствие, увеличения темпов роста ВВП и доходов федерального бюджета страны. Для сопоставления макроэкономических показателей России и Китая разберем таблицу 7.

За период с 2000 по 2010 Китай практически удвоил свою долю торговли, что сделало страну первой и ведущей экономикой во всем Азиатско-Тихоокеанском регионе. После вступления в ВТО Китай урезал государственные расходы и за счет активной торговли и развития экономики увеличил доходы, что позволило стране в течение 6 лет сохранять бюджетный профицит. По итогам 2009 года КНР зафиксировала дефицит государственного бюджета в 2,2% к ВВП, это было вызвано финансовым стимулированием национальной экономики (сумма в 22% от ВВП была выделена на стимулирование, это одно из самых крупных вливаний в стимулирование экономики за последнее десятилетие). Большая часть расходов была направлена на инфраструктурные инвестиции, что во многом поспособствовало избежать последствий кризиса 2008 года, так как даже с его учетом экономика

Таблица 7

Сопоставление макроэкономических показателей Китая и России (период 2000–2010 гг.)

в млрд. 2005 долл. США							% изменения за год			
	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2007	2008	2009	
ВВП в постоянных ценах										
Китай	1446	2303	2595	2964	3248	3544	14.2	9.6	9.1	
РФ	568	765	823	890	940	865	8.1	5.6	-7.9	
Государственные доходы и расходы										
в % к ВВП	Государственные доходы					Государственные расходы				
	2005		2008		2009	2005		2008		2009
Китай	17.1		19.5		20.1	18.3		19.9		22.3
РФ	23.7		22.4		18.8	16.2		18.3		24.7
Экспорт и импорт товаров										
млрд. долл. США	Экспорт товаров					Импорт товаров				
	2000	2005	2008	2009	2010	2000	2005	2008	2009	2010
Китай	249.2	762.0	1430.7	1201.6	1 577.8	225.1	660.0	1 132.6	1 005.9	1 395.1
в % к ВВП	20.9	33.1	32.4	24.1		18.9	28.7	25.6	20.2	
РФ	105.6	243.8	471.6	303.4	400.0	44.7	125.4	291.9	191.8	248.4
в % к ВВП	40.6	31.9	28.3	24.7		17.2	16.4	17.5	15.6	

Китай продолжала стабильное развитие. Страна укрепила за собой статус одной из ведущих экономик экспортеров-импортеров в мире, к 2010 году по показателям экспорта она была на втором месте, Россия была восьмой в списке. Важным фактом здесь является структура экспорта, Китай в отличие от России сырье не экспортировал, а импортировал и занимал третье место по импорту продукции.

Россия и Китай за период с 2000 до 2010 года вместе удвоили свои доли в региональной торговле, в то время как, к примеру, Япония на треть сократила свою долю.

Подводя итоги, можно сказать следующее: вступление во Всемирную Торговую Организацию отразится на количественных и качественных поступлениях в федеральный бюджет, также на структуре федерального бюджета РФ, на ВВП государства и на статусе страны в мировой экономике. За первые несколько лет (согласно примеру Китая и примеру Украины, которая только выходит на повышение темпов роста национальной экономики), интервалом в среднем от 4 до 6 лет, развитие будет медленным и непоказательным, так как будет вестись структурное перестроение системы под новые условия ВТО. Доля таможенных пошлин в федеральный бюджет первый год сократится, затем увеличится за счет постепенного увеличения товарооборота между странами. Также, в очередной раз, проявляется необходимость в изменении структуры экспорта и его переориентации с сырьевой на высокотехнологичную структуру, что наглядно демонстрирует пример развития КНР. Изменения в системе таможенных отношений не должны усугубить финансовую деятельность сельскохозяйственного, пищевого, машиностроительного сектора РФ, поэтому в данном случае требуются меры государственной поддержки, возможно датирования для сельскохозяйственного и пищевого комплексов, и использования утилизационного сбора, аналогичного вводимого на экспорт автомашин для машиностроительного сектора. Необходимо также изменить структуру налоговой базы, потому что на данный момент России характерно большее поступление косвенных налогов. В развитых экономиках наоборот превалирует доля прямых налоговых поступлений, которая свидетельствует о стабильном экономическом развитии и означает эффективное функционирование налоговой системы. Эффективное функционирование налоговой системы весьма важно в условиях перехода, обусловленных вступлением в ВТО.

Используемые источники

1. Бюджетный Кодекс Российской Федерации №145-ФЗ от 17.07.1998 (в ред. от 28.07.2012 № 145 ФЗ).
2. ФЗ «О федеральном бюджете на 2009 год и на плановый период 2010 и 2011 годов».
3. ФЗ «О федеральном бюджете на 2010 год и на плановый период 2011 и 2012 годов».
4. ФЗ «О федеральном бюджете на 2011 год и на плановый период 2012 и 2013 годов».
5. ФЗ «О федеральном бюджете на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов».
6. «Основные направления бюджетной политики на 2011 год и плановый период 2012 и 2013 годов».
7. «Основные направления бюджетной политики на 2012 год и плановый период 2013 и 2014 годов».
8. Князев В.Г., Слепов В.А. редакторы, «Финансы» М.: Магистр, 2010 г.
9. Всемирный банк, <http://www.worldbank.org/>
10. Федеральная Таможенная служба, <http://www.customs.ru>
11. Федеральная служба государственной статистики, <http://gks.ru>
12. National Bureau of Statistics of China <http://www.stats.gov.cn/english/>
13. Министерство Финансов Российской Федерации <http://www.minfin.ru/ru>
14. Central Intelligence Agency, The World Fact Book <https://www.cia.gov/library/>

Фомин В. А.

аспирант,
Российская академия предпринимательства

Анализ рейдерства в России и иностранных государствах

В настоящей статье проведен анализ рейдерства в России и иностранных государствах. Рассмотрены волны рейдерских захватов и правовые механизмы защиты от них в России и других странах.

Ключевые слова: рейдерство, слияния и поглощения, механизмы защиты, аффилированные лица.

Analysis of raiding in Russia and abroad

This article analyzes the raid in Russia and abroad. Wave considered hostile takeovers and legal mechanisms of protection against them in Russia and other countries.

Keywords: raiding, mergers and acquisitions, protection mechanisms, affiliates.

Анализ рейдерства в иностранных государствах показывает, что в них понятие рейдерства связано больше с санирующим (дисциплинарным) эффектом перехода бизнеса из рук неэффективного собственника в руки эффективного. При этом опыт этих государств по приведению практики слияний и поглощений в цивилизованную форму интересен для России. Однако в иностранных государствах даже в разгар ожесточенных столкновений рейдеров и собственников акционерных обществ количество правонарушений, которыми сопровождалась практика рейдерских захватов, было несопоставимо с сегодняшней российской действительностью. В настоящее время в России проходит третья волна рейдерства, а на западе пятая.

Проблема рейдерских захватов на растущем корпоративном рынке является одной из самых острых.

Первая волна рейдерства в России прокатилась в условиях массовой приватизации государственных предприятий в 1990-е гг. в отсутствие рынка корпоративного контроля как такового. Слияния и поглощения тогда осуществлялись неформальным путем с использованием грубых противозаконных методов, подставных компаний и фирм, финансировавших сделки. Это был огромный «рынок», охвативший 3/4 всех российских предприятий¹.

¹ Рейдерство в России и за рубежом: сравнительный анализ, <http://www.rcb.ru/rcb/2007-12/8414/>

Российский рынок слияний и поглощений в 2002 г. оценивался в 5 млрд. долл., а по итогам 2006 г. — уже в 42,3 млрд. долл., из них 12,5% активов было вовлечено в текущие корпоративные конфликты с целью враждебного поглощения². Как результат — проблема рейдерства являлась самой популярной темой для обсуждения.

ФСФР России еще в середине 2006 г. поставила задачу защиты от рейдерских захватов в разряд приоритетных, наряду с созданием Центрального депозитария. Ведомство разработало ряд предложений: рассмотрение корпоративных конфликтов в специализированных судах, государственная регистрация договора между эмитентом и реестродержателем, присутствие на общем собрании акционеров нотариуса, следящего за «правовой чистотой» процедур³. Не оставалась в стороне Генпрокуратура и Счетная палата.

Но подготовленная Правительством Российской Федерации статистика свидетельствует о росте рейдерских захватов компаний. Так общий объем активов компаний подвергшихся недружественному поглощению на 1 января 2001 года составлял 730 млн. рублей, к концу 2008 этот показатель равнялся 175 млрд. рублей, а уже к началу 2012 г. — 415 млрд. руб.⁴.

Борьбой с рейдерством занялись координационные центры и межведомственные координационные советы экономической безопасности на уровне федеральных округов и субъектов Российской Федерации.

Не меньше волнует проблема рейдерских захватов и сравнительно благополучные в этом отношении страны. На волне трансграничных слияний и поглощений, «по данным Thomson Financial, в 2006 г. компании объявили о 37 594 сделках на 3,8 трлн. долл. против 38 711 сделок на 3,4 трлн. долл., зафиксированных годом ранее. Число сделок на сумму более 5 млрд долл. впервые перевалило за 100»⁵.

Средства массовой информации США изобилуют обсуждением «пятой волны» рейдерства⁶. Современный рейдер предстает в виде

² Путилин Д., Братславская М. Итоги 2006 г. на рынке M&A: реванш частного бизнеса // Слияния и поглощения. 2007. № 1-2 (42-48). С. 27

³ Вьюгин О.В. Государственному финансовому контролю в России — 350 лет». Доклад на научно-практической конференции в Счетной палате Российской Федерации (<http://www.ach.gov.ru/news>).

⁴ Статистические данные по корпоративным конфликтам [Электронный ресурс] // Слияния и поглощения: [офф. сайт]. Режим доступа: <http://www.ma-journal.ru/statma/>

⁵ Ведомости. 2007 г. 9 февраля. № 23 (1797).

⁶ Предыдущая волна прошла в 1980-1990 гг. и связывалась с активным ростом экономики, использованием инструментов LBO и их финансированием через бросовые облигации (подробнее см.: Гохан Патрик А. Слияния, поглощение и реструктуризация компаний / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006).

крупного хедж-фонда (в настоящее время их насчитывается более 8 тыс.), обладающего активами более 1 трлн. долл., а также амбициями и тактическими приемами для «раскачивания» механизма оперативного управления деятельностью компании, возможностью создавать временные коалиции по интересам. Такие группы рассматриваются законодательством США как объединение независимых инвесторов и не попадают под определение аффилированных лиц.

Пользуясь значительной величиной активов, хедж-фонды только фактом своего присутствия в уставном капитале и заявлением о намерении стратегического участия в обществе сосредотачивают в руках контрольный пакет акций, не приводя в действие внутренние механизмы защиты от рейдерства, распространенные среди американских корпораций, например «ядовитые пилюли», повышающие стоимость поглощения⁷.

«Ядовитой пилюлей» называются ценные бумаги, которые дают их держателям особые «права», если корпорация подвергнется попытке враждебного поглощения. Обычно «Ядовитая пилюля» выдается акционерам как специальный дивиденд в форме варранта. Он представляет собой ценную бумагу, дающую право на приобретение дополнительных обыкновенных акций фирмы по заранее оговоренной цене или же со скидкой 50–75% от рыночной цены на момент агрессии. Причем это право акционеры смогут реализовать только при наступлении конкретных условий, сигнализирующих о начале враждебного поглощения. Указанные условия должны быть прописаны в уставе корпорации.

Правовые механизмы защиты: в России и за рубежом

Вопрос защиты от новых рейдеров ставится довольно остро, однако у участников есть готовый арсенал методов — ужесточение внутрикорпоративной дисциплины и противостояние попыткам передать больше полномочий по управлению компанией на уровень акционеров⁸. К сожалению, в России такими превентивными мерами дело не ограничится.

⁷ «Ядовитые пилюли» — специальные ценные бумаги, эмитируемые компанией (в практике США) и размещаемые среди своих акционеров. В случае попытки враждебного поглощения (определяется чаще всего как сосредоточение в руках рейдера более 20% акций компании) они наделяют своих владельцев особыми правами. Тактика «ядовитых пилюли» заключается в том, чтобы сделать поглощение невыгодным (подробнее см.: Миркин Я. М., Миркин В. Я. *Англо-русский толковый словарь по банковскому делу, инвестициям и финансовым рынкам*. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 308; Рудык Н. Б. *Методы защиты от враждебного поглощения*. М.: Дело, 2006. С. 107.

⁸ Henderson T. *The new corporate raider* (www.typepad.com).

Закон Уильямса⁹, регулирующий рынок корпоративного контроля в США, в первую очередь требует, чтобы претенденты на участие в бизнесе компании сообщали о деталях их тендерного предложения в Комиссию по ценным бумагам США с соблюдением временных ограничений действия предложения, дающих возможность акционерам компании обдумать все «за» и «против» происходящего.

Аналогичный подход встречается и в российском законодательстве. В Законе об акционерных обществах есть ряд статей, напрямую направленных на защиту акционерных обществ от враждебных поглощений, в частности ст. 84, определяющая осуществление порядка приобретения одним лицом или совместно с аффилированными лицами более 30, 50 и 75% акций акционерного общества. Суть этих статей в том, что любое приобретение акций акционерного общества одним лицом или группой аффилированных лиц свыше 30% голосующих акций должно сопровождаться выставлением обязательной оферты о приобретении акций у акционеров с соблюдением всех предусмотренных условий (сроков, наличия банковской гарантии и времени действия оферты).

Существенным отличием выступает то, что в зарубежной практике рейдер действует в рамках существующего законодательства и использует рыночные механизмы захвата. В результате все законодательные и внутрикорпоративные приемы защиты от рейдерства направлены на ограничение возможности несогласованной скупки акций на открытом рынке, и именно поэтому они признаются действенными и эффективными.

В российских поглощениях, как правило, отсутствуют рыночные механизмы, поскольку большинство компаний непубличные, а контроль над компанией является результатом соединения законных и огромного арсенала противозаконных средств и методов. Можно выделить, по крайней мере, 29 статей Уголовного кодекса РФ¹⁰, 31 статью

⁹ Закон Уильямса (WilliamsAct) – специальный нормативный акт, принятый в 1968 г. Был призван упорядочить рынок корпоративного контроля в части многочисленных поглощений компаний и тендерных предложений, а самое главное – защитить инвестора от ущерба, вызванного неожиданной сменой собственника компании или ее процедурами. Претенденты на участие в бизнесе той или иной компании должны были сообщать обо всех деталях их тендерного предложения в Комиссию по ценным бумагам США: условиях договора, источниках денежных ресурсов, которые они собираются использовать, намерениях относительно будущего компании после ее приобретения.

¹⁰ Например, ст. 145.1 «Организация промышленного шпионажа», ст. 158 «Кража», ст. 159 «Мошенничество», ст. 160 «Присвоение или растрата», ст. 163 «Вымогательство», ст. 165 «Причинение имущественного ущерба путем обмана или злоупотребления доверием», ст. 169 «Воспрепятствование законной предпринимательской или

Административного кодекса РФ¹¹ и большое множество нормативных положений гражданской системы права, которые нарушаются при организации рейдерских захватов в России. В результате эффект от внесения изменения в законодательство в части ст. 84 Закона об акционерных обществах можно признать ограниченным.

Теоретики развитых рынков достаточно хорошо изучили и обобщили богатую практику рейдерских захватов начиная с послевоенного времени (1940-е гг.) до 1980-х гг. — периода серьезного ужесточения требований к законным процедурам слияний и поглощений компаний и усиления ответственности в области корпоративного контроля.

Теория говорит о том, что в случае враждебного поглощения акции компании-цели скупаются на открытом рынке либо у ее акционеров вопреки воле и желанию основных собственников бизнеса. При дружественном поглощении предложение о покупке бизнеса адресуется менеджером компании-цели. В российской действительности указанная теория претерпевает существенные модификации.

В российской практике сохраняется общий принцип деления поглощения на дружественное и враждебное, однако достижение кон-

иной деятельности», ст. 170 «Регистрация незаконных сделок с землей», ст. 177 «Злостное уклонение от погашения кредиторской задолженности», ст. 179 «Приращение к совершению сделки или отказ от ее совершения», ст. 183 «Незаконное получение и разглашение сведений, составляющих коммерческую, налоговую или банковскую тайну», ст. 185 «Злоупотребления при эмиссии ценных бумаг», ст. 186 «Изготовление или сбыт поддельных денег или ценных бумаг», ст. 195 «Неправомерные действия при банкротстве», ст. 196 «Преднамеренное банкротство», ст. 201 «Злоупотребление полномочиями», ст. 202 «Злоупотребление полномочиями частными нотариусами и аудиторами», ст. 203 «Превышение полномочий служащими частных охранных или детективных служб», ст. 204 «Коммерческий подкуп».

¹¹ Например, ст. 14.12 «Фиктивное или преднамеренное банкротство», ст. 14.13 «Неправомерные действия при банкротстве», ст. 14.23 «Осуществление дисквалифицированным лицом деятельности по управлению юридическим лицом», ст. 15.11 «Грубое нарушение правил ведения бухгалтерского учета и представления бухгалтерской отчетности», ст. 15.17 «Недобросовестная эмиссия ценных бумаг», ст. 15.18 «Незаконные сделки с ценными бумагами», ст. 15.19 «Нарушение требований законодательства по раскрытию информации на рынке ценных бумаг», ст. 15.20 «Воспрепятствование осуществлению инвестором прав по управлению хозяйственным обществом», ст. 15.21 «Использование служебной информации на рынке ценных бумаг», ст. 15.22 «Нарушение правил ведения реестра владельцев ценных бумаг», ст. 15.28 «Нарушение правил приобретения более 30% акций открытого акционерного общества», ст. 19.1 «Самоуправство», ст. 19.5 «Невыполнение в срок законного предписания органа, осуществляющего государственный надзор», ст. 19.8 «Непредставление ходатайств, уведомлений в антимонопольный орган», ст. 19.21 «Несоблюдение порядка государственной регистрации прав на недвижимое имущество или сделок с ним», ст. 19.23 «Подделка документов, штампов, печатей или бланков, их использование, передача либо сбыт» (названия статей приводятся в сокращении).

троля не сводится к покупке акций, а распространяется на любые действия, направленные на получение аналогичного результата.

Таким образом, в российской практике рейдерство — это значительное по тяжести правонарушение, которое определяется в первую очередь нормами уголовного права и носит комплексный и индивидуальный характер.

Правонарушитель (рейдер) разрабатывает схему захвата с максимальным учетом внешних и внутренних факторов — слабых сторон деятельности акционерного общества, а затем корректирует ее по результатам исполнения. В результате каждая попытка враждебного захвата уникальна по набору действий. При этом условия, делающие возможным враждебное поглощение, определяют план захвата предприятия-жертвы.

Отметим, что значительная часть способов захвата нереализуема без внешнего содействия со стороны судебных органов, профессиональных участников, органов управления государственным и муниципальным имуществом и других органов власти. В этом сложность противостояния практике враждебных захватов в России.

Действительно важным механизмом противодействия рейдерству является обеспечение реальной независимости судей, соблюдение законности и кодексов профессиональной этики в судебной системе, решение проблемы конфликта интересов в деятельности государственных служащих. В совокупности с этими механизмами постановка системы корпоративного управления, повышение прозрачности и открытости деятельности компаний, рост профессионализма и управленческой дисциплины менеджеров позволит стабилизировать ситуацию.

Анализ показывает, что волна рейдерства в России не спадет естественным путем из-за отсутствия доступных и привлекательных для захвата активов. Практика иностранных государств убедительно доказывает, что рейдерство, как и любой другой феномен растущей экономики (особенно в условиях глобализации финансовых рынков), имеет свойство эволюционировать. Без наличия встроенных механизмов защиты и готовности государственных правоохранительных систем оперативно вставать на защиту акционеров дестабилизация рынка корпоративного контроля является более чем реальной угрозой.

Хечумова Э. А.

*кандидат экономических наук,
ведущий специалист,
ОАО «МТС»*

Щепилов М. В.

*кандидат экономических наук,
главный специалист,
ООО «Первый Чешско-Российский Банк»*

Проблемы отечественной практики использования метода финансовых коэффициентов

Рассматривается проблематика перспектив использования метода финансовых коэффициентов отечественными предприятиями. Обосновывается, что широкое распространение метода ограничивается несовершенством нормативно-информационной базы расчета коэффициентов отдельных групп (в частности, ликвидности, платежеспособности и структуры капитала), множественностью подходов к определению состава статей финансово-экономической отчетности предприятия, на основе которых они рассчитываются, и отсутствием единообразия нормативной базы определения их пороговых значений. Приводятся рекомендации и выводы о необходимой коррекции расчетной базы метода финансовых коэффициентов для условий используемой российскими предприятиями систем финансового учета и отчетности.

Ключевые слова: метод финансовых коэффициентов, статьи бухгалтерской отчетности, бухгалтерский баланс, структура капитала, финансовый риск, нормативно-информационная база расчета финансовых коэффициентов.

Problems of domestic practice of us of a method of financial factors

The perspective of prospects of use of a method of financial factors is considered by the domestic enterprises. Locates that the wide circulation of a method is limited to imperfection of standard and information base of calculation of factors of separate groups (in particular, liquidities, solvency and capital structures), plurality of approaches to definition of structure of articles of the financial and economic reporting of the enterprise on the basis of which they pay off, and lack of uniformity of regulatory base of determination of their threshold values. Recommendations and conclusions about necessary correction of settlement base of a method of financial factors for conditions used by the Russian enterprises of systems of the financial account and the reporting are provided.

Keywords: method of financial factors, articles of the accounting reporting, balance sheet, capital structure, financial risk, standard and information base of calculation of financial factors.

Распространение в условиях трансформируемой экономики России ставшего традиционным в западной практике метода финансовых коэффициентов не приносит ожидаемых результатов. Более того, в последнее время сложилось мнение, что в российских условиях метод финансовых коэффициентов теряет свою актуальность. Причин этому не мало, начиная от особенностей ведения учетной политики конкретными предприятиями, констатации неточностей в используемых расчетных формулах и заканчивая отсутствием адекватной нормативной базы. Основные причины отнесем к двум группам:

- относящиеся к проблематике корректного определения расчетных формул отдельных коэффициентов и групп коэффициентов, используемых в задачах анализа и оценки финансово-экономического состояния предприятия;
- относящиеся к проблематике выбора и уточнения нормативной базы сопоставительного анализа значений финансовых коэффициентов.

Перечисленные проблемы российской практики коэффициентного метода достаточно часто упоминаются в отечественной литературе. К примеру, С. Филатов [10] указывает на следующие проблемы:

- зависимость значений коэффициентов от точности и сопоставимости статей и отдельных показателей финансовой отчетности, используемых в расчетных формулах;
- наличие корреляции факторов, влияющих на составляющие расчетных формул финансовых коэффициентов;
- избыточность набора коэффициентов, затрудняющая оценку финансового положения предприятия.

С другой стороны, негативной особенностью нормативного подхода, основанного на сравнении фактических (расчетных) значений показателей с их экстремальными (нормативными) значениями, является не только большое число рекомендуемых разными авторами нормативных значений, но и частое несовпадение предлагаемых расчетных формул.

В ряду перечисленных проблема определения базы расчетных формул финансово-экономических коэффициентов является наиболее актуальной, так как несмотря на внешнюю простоту алгоритмов расчета финансовых коэффициентов, отсутствует единство понимания информационной базы метода, что ведет к несовпадению рассчитываемых по

различным методикам значений финансовых коэффициентов, а, следовательно, и к отличной интерпретации конечных результатов.

В качестве примера рассмотрим блок анализа финансовой устойчивости предприятия, в котором рассчитываются и анализируются показатели структуры пассивов (соотношения собственных и заемных средств), а также коэффициенты маневренности собственных средств и обеспеченности оборотного капитала собственными источниками финансирования.

Базой расчета этих коэффициентов является величина собственных средств (собственного капитала) предприятия. Однако на сегодняшний день эта категория не имеет универсальной, всеми признанной интерпретации.

Большинство авторов, а также официальные методики в качестве величины собственного капитала предлагают рассматривать итог раздела III баланса «Капитал и резервы» (стр. 1300, форма № 1¹) (например, Л. Донцова, Н. Никифорова, Л. Чечевицына, методика Минэкономки РФ, методика ФСФО). Напротив, в работе В. Панкова [5] справедливо замечено, что для отражения реальной, а не объявленной в уставе величины уставного капитала итог раздела «Капитал и резервы» необходимо корректировать в сторону уменьшения на сумму задолженности участников (учредителей) по взносам в уставной капитал (ЗУ)².

Таким образом, корректным является следующее выражение:

$$CC = \text{стр. 1300} - \text{«ЗУ»} \text{ (ф. № 1)}. \quad (1)$$

Отметим, что поправка на величину задолженности участников (учредителей) по взносам в уставной капитал присутствует лишь в методике Госкомимущества РФ [14].

С другой стороны, формула (1) расчета собственных средств, рекомендуемая В. Панковым, применяется им в расчетах значений не всех

¹ Номера и названия разделов и строк бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках даются в соответствии с нумерацией, предложенной Минфином РФ в рекомендуемых формах бухгалтерской отчетности (в редакции приказа от).

² В действующей форме баланса 2010 г. строка «задолженность участников (учредителей) по взносам в уставной капитал» отдельно не выделяется и отражается в составе краткосрочной дебиторской задолженности. Однако, если предприятие считает необходимым, оно может детализировать показатели. Уточнение наименований статей отчетов и приведение их в соответствии с действующим законодательством осуществляется организацией самостоятельно. При этом необходимо в локальном нормативном документе утвердить формы отчетности и порядок их заполнения, руководствуясь действующими нормативными документами, регулирующими порядок отражения фактов хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете и отчетности.

коэффициентов финансовой устойчивости, а, конкретно, коэффициента маневренности собственных средств и обеспеченности оборотного капитала собственными источниками финансирования. Также эта формула используется в расчетах коэффициентов других блоков в случае необходимости использования в расчетах величины собственного капитала (например, рентабельность собственного капитала – *ROE*).

Тем не менее, при расчете таких показателей финансовой устойчивости как финансовый риск, автономия, финансовая устойчивость (показателей, характеризующих относительные уровни собственных и заемных средств) В. Панков расширяет величину собственного капитала за счет доходов будущих периодов (стр. 1530 ф. № 1) [5]:

$$CC = \text{стр. 1300} - 3У + \text{стр. 1530} \text{ (ф. № 1)}. \quad (2)$$

Доходы будущих периодов являются потенциальными реальными доходами, а, следовательно, в будущем периоде они должны отражаться в составе капитала и резервов. Поэтому включение указанной статьи баланса в состав собственного капитала предприятия объясняется экономическим содержанием показателей этой группы³.

Г. Савицкая [6,7], напротив, при рассмотрении коэффициентов финансового риска, автономии и финансовой устойчивости под величиной собственных средств понимает указанный выше итог раздела III баланса «Капитал и резервы» (стр. 1300, ф. № 1). При расчете показателей маневренности собственных средств и обеспеченности оборотных активов собственными источниками финансирования она расширяет величину собственных средств на суммы статей доходов будущих периодов (стр. 1530, ф. № 1) и резервов предстоящих расходов (стр. 1540, ф. № 1)⁴:

$$CC = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1530} + \text{стр. 1540} \text{ (ф. № 1)}. \quad (3)$$

Таким образом, приведенные подходы противоречат друг другу в части понимания экономической природы исследуемых статей баланса, а, следовательно, и целесообразности их использования в расчетах того или иного финансового коэффициента.

Схожесть подходов заключается в том, что расчетная база коэффициентов оценки финансовой устойчивости предприятия изменя-

³ При анализе структуры капитала, в собственные средства предприятия логично включить все возможные источники пополнения (в т.ч. резервы доходов будущих периодов).

⁴ При отражении в бухгалтерском балансе величины оценочных обязательств необходимо использовать строку 1540, указав корректное наименование показателя согласно новым требованиям в разделах: строку 1540 «Резервы предстоящих расходов» следует переименовать в «Краткосрочные оценочные обязательства».

ется в зависимости от наличия в расчетных формулах величины собственных (СС) или собственных оборотных средств (СОС⁵).

Существуют и другие подходы к расчету показателей финансовой устойчивости, в которых используемая расчетная база остаётся неизменной, несмотря на присутствие в расчетных формулах величины собственных или собственных оборотных средств.

Например, Л. Гиляровская [1] в расчетах группы финансовых коэффициентов при определении величины собственного капитала применяет формулу (3).

Кроме неоднозначности в подходах к определению расчетной базы отметим и некоторые фактические неточности отдельных методик.

Рассмотрим коэффициент отношения собственных и заемных средств (коэффициент финансового риска):

$$K_p = \frac{3C}{CC}. \quad (4)$$

Составляющие этого показателя в совокупности определяют величину пассивов баланса на определенную дату ($\Pi = CC + 3C$). Однако в приведенных методиках расчета финансовых коэффициентов обоснование необходимости коррекции величины заемных средств в сторону уменьшения не представлено⁶. Например В. Панков [5] коэффициент финансового риска определяет следующим образом:

$$K_p = \frac{срп.1400 + срп.1500 - срп.1530 - срп.1540 _ (ф.№1)}{срп.1300 - 3V + срп.1530 _ (ф.№1)}. \quad (5)$$

Кроме этого, некоторые авторы [1,5,6,7] под коэффициентом финансового левериджа понимают отношение величины всех обязательств компании к величине собственных средств, а часть [4] — отношение величины долгосрочных обязательств к собственным средствам.

Разногласия возникают даже в случае определения величины собственных оборотных средств (СОС). По методикам Г. Савицкой, В. Панкова, Л. Гиляровской величину собственных оборотных средств следует определять путем вычитания величины внеоборотных активов из величины собственных средств: $СОС = CC - ВА$. Встречается и другой подход. Так некоторыми авторами [35,100] предложен вариант

⁵ $СОС = CC - ВА$, где: CC – собственные средства, $ВА$ – внеоборотные активы.

⁶ Корректируя величину заемных средств, следует, по-видимому, отразить результаты коррекции в величине собственных средств.

⁷ Т.е. будучи регулирующей статьей баланса, создаваемой в целях равномерного отражения в учете некоторых видов затрат, величина резервов предстоящих расходов исключается из состава краткосрочных обязательств, но в то же время не включается и в собственные средства предприятия на анализируемую дату.

расчета величины собственных оборотных средств, широко представленный и в западной учетно-аналитической практике:

$$\text{СОС} = \text{ОА} - \text{КО}, \quad (6)$$

где: ОА — оборотные активы, КО — краткосрочные обязательства.

Эту же методику расчета использует и С. Филатов [10]. Таким образом, в случае отсутствия у предприятия долгосрочных обязательств результаты расчетов по обоим методикам совпадут, а при наличии — результат расчета по методике работ [4, 11] будет показывать часть перманентного капитала предприятия, используемого для финансирования оборотных активов.

Однако в действующих нормативных документах (Методические указания по проведению анализа финансового состояния организаций (приложение к приказу ФСФО РФ от 23.01.2001 г., № 16), методика, рекомендованная Положением о раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг, утвержденным приказом ФСФР России от 10.10.2006, № 06-117/пз-н.) рекомендован расчет величины собственных оборотных средств как разности между собственными средствами и внеоборотными активами. Справедливости ради следует отметить, что и в указанных нормативных документах отсутствует единообразие в отношении определения величины собственных средств: в первом под ней понимается статья «Капитал и резервы» (стр.1300, ф. № 1), во втором — из статьи «Капитал и резервы» (за вычетом собственных акций, выкупленных у акционеров) рекомендуется вычесть целевое финансирование и поступления⁸ и прибавить величину доходов будущих периодов.

На наш взгляд, при определении статей баланса, используемых в расчетах анализируемых показателей, необходимо соблюдать полную согласованность расчетных процедур.

Что же касается величины собственных оборотных средств, то по нашему мнению корректным является подход, основанный на определении разности собственных средств и внеоборотных активов. Несмотря на то, что долгосрочные обязательства вполне логично рассматривать в качестве собственных источников финансирования, возникает вопрос: уместно ли считать их таковыми в случае высокой доли заемных средств в перманентном капитале.

⁸ Строка «Целевое финансирование и поступления» в действующей форме бухгалтерского баланса отсутствует. Данная строка используется только некоммерческими организациями. Коммерческие организации, если и получают целевые поступления, то отражают их по строке 1530.

Рассмотрим показатели ликвидности и платежеспособности.

Отметим отсутствие единства мнений в понимании алгоритма расчета общего показателя платежеспособности. В работах некоторых авторов [2] предлагается следующий способ расчета L – общего показателя платежеспособности как соотношения активов и обязательств предприятия с определенными весами составляющих:

$$L = \frac{A_1 + 0,5A_2 + 0,3A_3}{P_1 + 0,5P_2 + 0,3P_3}, \quad (7)$$

где: A_1 – наиболее ликвидные активы; A_2 – быстрореализуемые активы; A_3 – медленно реализуемые активы; P_1 – наиболее срочные обязательства; P_2 – краткосрочные пассивы; P_3 – долгосрочные пассивы.

Существуют и другие подходы к определению общей платежеспособности предприятия. Так в методике ФСФО [13] предлагается следующая формула расчета «общей степени платежеспособности»:

$$L = 3C / (\text{среднемесячная выручка}) = \frac{\text{стр.1500} + \text{стр.1400}}{\text{Валовая выручка по оплате} / T}, \quad (8)$$

где: T – количество месяцев в рассматриваемом отчетном периоде.

По мнению разработчиков методики ФСФО данный показатель характеризует общую ситуацию с платежеспособностью организации, объем ее заемных средств и сроки возможного погашения задолженности.

В этом же нормативном акте под частными показателями платежеспособности понимается отношение суммы обязательств перед отдельными субъектами к среднемесячной выручке.

Некоторыми авторами [3, 4] под коэффициентом платежеспособности понимается коэффициент абсолютной ликвидности. Нам ближе такой подход, так как основными источниками погашения кредитов выступают денежные средства в кассе и на расчетных счетах.

Приведем сравнительную характеристику методик расчета коэффициентов группы ликвидности (табл. 1⁹).

⁹ В расчетных формулах, приведенных в таблице, указаны ссылки на соответствующие строки действующей формы баланса (в редакции приказа от)). Строка «Задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов» (ЗУВД, в прежней форме – код 630) исключена из новой, поскольку эта задолженность является кредиторской и может быть раскрыта в пояснениях. Строки «Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)» (ДДЗ, 230) и «Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)» (КДЗ, 240) в новой редакции учтены одной строкой «Дебиторская задолженность» (1230, ф.№1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика методик расчета коэффициентов ликвидности

Источник	Ка.л.	Кб.л.	К.кр. (промеж) л.	К.т.л
Г.Савицкая	$(ДС+КФВ)/КО$	$(ДС+КФВ+НДС+КДЗ)/КО$		$(ОА-РБП)/(КО-ДБП-РПР)$
Л.Гиляровская	$(ДС+КФВ)/КО$	$(ДС+КФВ)/(КЗК+КЗ)$	$(ДЗ+ДС+КФА+ПОА)/КО$	$ОА/КО$
	$(1240+1250)/(1510+1520+3УВД+1550)$	$(1250+1240)/(1510+1520)$	$(КДЗ+1240+1250+1260)/(1510+1520+3УВД+1550)$	$(1200-3У-1320)/(1510+1520+63УВД+1550)$
А.Шеремет	$(ДС+КФВ)/КО$		$(ДС+КФВ+КДЗ)/КО$	$(ДС+КФВ+КДЗ+3(с\ учетом\ несписанного\ НДС)/КО$
	$(1240+1250)/(1510+1520+3УВД+1540+1550)$			
В.Панков	$(ДС+КФВ)/КО = (1250+1240)/(1500-1530-1540)$	$(1200-3У-1320-ДДЗ-1220-210)/(1500-1530-1540)$		$(1200-3У-1320)/(1510+1520+3УВД+1550)$
В.Ковалев, Вит.В.Ковалев	$ДС/КО$		$ДЗ+ДС/КО$	$ОА/КО$
Л.Донцова, Н.Никифорова	$(ДС+КФВ)/ТО$		$(ДС+КФВ+КДЗ)/ТО$	$ОА/ТО$
	$(1240+1250)/(1510+1520+3УВД+1550)$		$(1240+1250+КДЗ)/(1510+1520+3УВД+1550)$	$1200/(1510+1520+3УВД+1550)$
Методика ФСФО	-	-	-	$ОА/Тек. Обяз. = (1200)/(1500)$
Методика ФСФР	-	$(ОА-3-НДС-ДДЗ)/(КО-ДБП)$	-	$(ОА-ДДЗ)/(КО-ДБП)$

где: ОА – оборотные активы, З – запасы, НДС – налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям, ДДЗ – долгосрочная дебиторская задолженность, КДЗ – краткосрочная дебиторская задолженность, ДЗ – дебиторская задолженность, КФВ – краткосрочные финансовые вложения, КО (ТО) – краткосрочные обязательства (текущие обязательства), КЗК – краткосрочные займы и кредиты, КЗ – краткосрочная кредиторская задолженность, ЗУ – задолженность участников (учредителей) по взносам в уставной капитал, ЗУВД – задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов, РБП – расходы

будущих периодов, ДБП- доходы будущих периодов, РПР – резервы предстоящих расходов, ДС – денежные средства, ПОА – прочие оборотные активы.

На основе табл. 1 можно сделать вывод об отсутствии у исследователей единства мнений относительно расчетных формул коэффициентов этой группы. Это связано с тем, что исследователи по-разному трактуют статьи активов баланса по степени ликвидности, а также с различным пониманием категории краткосрочных обязательств.

Разногласия возникают в отношении статей баланса «Долгосрочная дебиторская задолженность», «Прочие оборотные активы», «Резервы предстоящих расходов». К примеру, во всех рассмотренных методиках, кроме методик ФСФР и А. Шеремета, в расчете коэффициента текущей ликвидности учитывается вся имеющаяся у предприятия дебиторская задолженность, по отмеченным же методикам — только краткосрочная дебиторская задолженность.

Статья «Прочие оборотные активы» большинством авторов (А. Шеремет, В. Ковалев и Вит. Ковалев, Г. Савицкая, Л. Донцова и Н. Никифорова) рассматривается как медленно реализуемые активы и таким образом учитывается лишь при расчете коэффициента текущей ликвидности, а частью авторов (В. Панков, Л. Гиляровская, методика ФСФР) — как быстрореализуемые, и учитывается в расчете коэффициента быстрой ликвидности.

При расчете коэффициента быстрой ликвидности в числитель включаются денежные средства, краткосрочные финансовые вложения и краткосрочная дебиторская задолженность. Однако у отдельных авторов эта база расширяется за счет включения долгосрочной дебиторской задолженности (В. Ковалев и Вит. Ковалев, Л. Гиляровская) или НДС (Г. Савицкая) или, как уже упоминалось, прочими оборотными активами. Кроме этого, Л. Гиляровская различает коэффициенты срочной (быстрой) ликвидности и критической (промежуточной) ликвидности, хотя, как правило, эти термины используют как синонимы.

Под краткосрочными (текущими) обязательствами большинством авторов понимается итог раздела V баланса — краткосрочные обязательства, за исключением статей «Доходы будущих периодов» и «Резервы предстоящих расходов». В некоторых же методиках (А. Шеремет, методика ФСФР) «Резервы предстоящих расходов» не исключаются из расчета краткосрочных обязательств, а по методикам ФСФО и Г. Савицкой (для коэффициентов абсолютной и быстрой ликвидности) рекомендуется в качестве краткосрочных обязательств учитывать итог V баланса.

По результатам проведенного анализа авторы разработали собственную нормативно-информационную базу (табл. 2). Основным принципом расчета финансово-экономических коэффициентов является единообразие интерпретации привлекаемых показателей финансовой отчетности.

Таблица 2

Нормативно-информационная база расчета финансово-экономических коэффициентов

Наименование аналитического блока	Наименование коэффициента	Формула расчета/расчетная база
Финансовая устойчивость	коэффициент финансового риска	$K_p = \frac{3C}{CC},$ <p>3C – заемные средства, CC – собственные средства: $3C = \text{стр. 1400} + \text{стр. 1500} - \text{стр. 1530},$ $CC = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1530}.$</p>
	коэффициент автономии	$K_a = \frac{CC}{BB},$ <p>CC – собственные средства, BB – валюта баланса: $CC = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1530},$ $BB = \text{стр. 1600}.$</p>
	коэффициент финансовой устойчивости	$K_y = \frac{ПК}{BB},$ <p>ПК – перманентный капитал, BB – валюта баланса: $ПК = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1400} + \text{стр. 1530},$ $BB = \text{стр. 1600}.$</p>
	коэффициент структуры долгосрочных активов	$K_{с.д.а.} = \frac{ДО}{BA},$ <p>ДО – долгосрочные обязательства, BA – внеоборотные активы: $ДО = \text{стр. 1400} + \text{стр. 1530},$ $BA = \text{стр. 1100}.$</p>
	коэффициент маневренности собственных средств	$K_m = \frac{(CC - BA)}{CC},$ <p>CC – собственные средства, BA – внеоборотные активы: $CC = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1530},$ $BA = \text{стр. 1100}.$</p>
	коэффициент обеспеченности оборотного капитала собственными источниками финансирования	$K_o = \frac{CC - BA}{OA},$ <p>CC – собственные средства, BA – внеоборотные активы, OA – оборотные активы: $CC = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1530},$ $BA = \text{стр. 1100},$ $OA = \text{стр. 1200}.$</p>
	коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств	$K_{м/и} = \frac{OA}{BA},$ <p>BA – внеоборотные активы, OA – оборотные активы: $OA = \text{стр. 1200},$ $BA = \text{стр. 1100}.$</p>

Продолжение таблицы 2

	доля запасов в текущих активах	$K_{\text{зап./ОА}} = \frac{\text{Зап.}}{\text{ОА}},$ <p>Зап. – запасы, ОА - оборотные активы: $\text{Зап.} = \text{стр. 1210} + \text{стр. 1220},$ $\text{ОА} = \text{стр. 1200}.$</p>
	коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками финансирования	$K_{\text{о.зап.}} = \frac{\text{СС} - \text{ВА}}{\text{Зап.}},$ <p>СС – собственные средства, ВА – внеоборотные активы, Зап. – запасы: $\text{СС} = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1530},$ $\text{ВА} = \text{стр. 1100},$ $\text{Зап.} = \text{стр. 1210} + \text{стр. 1220}$</p>
	коэффициент имущества производственного назначения	$K_{\text{и.пр.н.}} = \frac{\text{Зап.} + \text{ОС}}{\text{ВБ}},$ <p>Зап. – запасы, ОС – основные средства, ВБ – валюта баланса: $\text{Зап.} = \text{стр. 1210} + \text{стр. 1220},$ $\text{ОС} = \text{стр. 1130},$ $\text{ВБ} = \text{стр. 1600}.$</p>
Ликвидность и платежеспособность		<p>Активы: Пассивы:</p> <p>A_1 – наиболее ликвидные; Π_1 – наиболее срочные обязательства;</p> <p>A_2 – быстрореализуемые; Π_2 – краткосрочные пассивы,</p> <p>A_3 – медленнореализуемые; Π_3 – долгосрочные пассивы,</p> <p>A_4 – труднореализуемые. Π_4 – постоянные пассивы.</p> <p>$A_1 = \text{стр. 1240} + \text{стр. 1250},$</p> <p>$A_2 = \text{КДЗ},$</p> <p>$A_3 = \text{стр. 1210} + \text{стр. 1220} + \text{ДДЗ} + \text{стр. 1260},$</p> <p>$A_4 = \text{стр. 1100},$</p> <p>$\Pi_1 = \text{стр. 1520},$</p> <p>$\Pi_2 = \text{стр. 1510} + 3\text{УВД} + \text{стр. 1540} + \text{стр. 1550},$</p> <p>$\Pi_3 = \text{стр. 1400},$</p> <p>$\Pi_4 = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1530}.$</p>
	общий показатель платежеспособности	$L = \frac{A_1 + 0,5A_2 + 0,3A_3}{\Pi_1 + 0,5\Pi_2 + 0,3\Pi_3}$

Продолжение таблицы 2

	<p>доля запасов в текущих активах</p>	$K_{\text{зап./ОА}} = \frac{\text{Зап.}}{\text{ОА}},$ <p>Зап. – запасы, ОА – оборотные активы: $\text{Зап.} = \text{стр. 1210} + \text{стр. 1220},$ $\text{ОА} = \text{стр. 1200}.$</p>
	<p>коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками финансирования</p>	$K_{\text{о.зап.}} = \frac{\text{СС} - \text{ВА}}{\text{Зап.}},$ <p>СС – собственные средства, ВА – внеоборотные активы, Зап. – запасы: $\text{СС} = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1530},$ $\text{ВА} = \text{стр. 1100},$ $\text{Зап.} = \text{стр. 1210} + \text{стр. 1220}$</p>
	<p>коэффициент имущества производственного назначения</p>	$K_{\text{и.пр.н.}} = \frac{\text{Зап.} + \text{ОС}}{\text{ВБ}},$ <p>Зап. – запасы, ОС – основные средства, ВБ – валюта баланса: $\text{Зап.} = \text{стр. 1210} + \text{стр. 1220},$ $\text{ОС} = \text{стр. 1130},$ $\text{ВБ} = \text{стр. 1600}.$</p>
<p>Ликвидность и платежеспособность</p>		<p>Активы: Пассивы:</p> <p>A_1 – наиболее ликвидные; Π_1 – наиболее срочные обязательства;</p> <p>A_2 – быстрореализуемые; Π_2 – краткосрочные пассивы,</p> <p>A_3 – медленнореализуемые; Π_3 – долгосрочные пассивы,</p> <p>A_4 – труднореализуемые. Π_4 – постоянные пассивы.</p> <p>$A_1 = \text{стр. 1240} + \text{стр. 1250},$</p> <p>$A_2 = \text{КДЗ},$</p> <p>$A_3 = \text{стр. 1210} + \text{стр. 1220} + \text{ДЛЗ} + \text{стр. 1260},$</p> <p>$A_4 = \text{стр. 1100},$</p> <p>$\Pi_1 = \text{стр. 1520},$</p> <p>$\Pi_2 = \text{стр. 1510} + 3\text{ВВД} + \text{стр. 1540} + \text{стр. 1550},$</p> <p>$\Pi_3 = \text{стр. 1400},$</p> <p>$\Pi_4 = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1530}.$</p>
	<p>общий показатель платежеспособности</p>	$L = \frac{A_1 + 0,5A_2 + 0,3A_3}{\Pi_1 + 0,5\Pi_2 + 0,3\Pi_3}$

Продолжение таблицы 2

	рентабельность активов по балансовой прибыли (рентабельность совокупного капитала)	$ROA_{(БП)} = БП / ВБ_{ср.}$ БП – балансовая прибыль, ВБср. – средняя величина валюты баланса за период: $БП = стр. 2300 (ф. № 2),$ $ВБср. = ср. значение (стр. 1600 (ф. № 1)).$
	рентабельность активов по нераспределенной прибыли	$ROA_{(ЧП)} = ЧП / ВБ_{ср.}$ ЧП – чистая (нераспределенная) прибыль, ВБср. – средняя величина валюты баланса за период: $ЧП = стр. 2400 (ф. № 2),$ $ВБср. = ср. значение (стр. 1600 (ф. № 1)).$
	рентабельность внеоборотного капитала (фондоотдача)	$R_{ВА} = ЧП / ВА_{ср.}$ ЧП – чистая (нераспределенная) прибыль, ВАср. – средняя величина внеоборотных активов за период: $ЧП = стр. 2400 (ф. № 2),$ $ВАср. = ср. значение (стр. 1100 (ф. № 1)).$
Деловая активность	коэффициент общей оборачиваемости активов	$K_{об.а.} = ВР / ВБ_{ср.}$ ВР – выручка от реализации, ВБср. – средняя величина валюты баланса за период: $ВР = стр. 2110 (ф. № 2),$ $ВБср. = ср. значение (стр. 1600 (ф. № 1)).$
	коэффициент оборачиваемости материальных запасов	$K_{об.зп.} = (ВР) / (Зап.ср.),$ ВР – выручка от реализации, Зап.ср. – средняя величина запасов и затрат за период: $ВР = стр. 2110 (ф. № 2),$ $Зап.ср. = ср. значение (стр. 1210 + стр. 1220 (ф. № 1)).$
	коэффициент оборачиваемости собственного капитала (коэффициент отдачи собственного капитала)	$K_{об.св.} = ВР / СС_{ср.}$ ВР – выручка от реализации, ССср. – средняя величина собственных средств за период: $ВР = стр. 2110 (ф. № 2),$ $ССср. = ср. значение (стр. 1300 + стр. 1530 (ф. № 1)).$
	коэффициент инвестиционной активности	$K_{инв.а.} = (незавершенное строительство + доходные вложения в материальные ценности + долгосрочные финансовые вложения) / ВА,$ ВА – внеоборотные активы: $K_{инв.а.} = \frac{Незавершенное_строительство + стр.1140 + стр.1150}{стр.1100}$

Комплексный анализ финансово-экономического состояния предприятия с использованием метода финансовых коэффициентов предполагает привлечение пороговых значений последних в качестве базы сравнения.

Нормативный (пороговый) уровень финансовых коэффициентов зависит от многих факторов (например: отраслевой принадлежности предприятия, структуры источников финансирования, условий кредитования, оборачиваемости активов и т.п.).

На сегодняшний день известны различные подходы к определению нормативных значений финансовых коэффициентов.

В зарубежной практике в этом качестве выступают среднеотраслевые значения, рассчитываемые публикуемые рейтинговыми агентствами. В качестве нормативов также используются общепринятые стандартные значения, показатели преуспевающих конкурентов, усредненные показатели исследуемого предприятия за ряд предшествующих лет. Кроме того, нормативной базой могут являться экспертные оценки, теоретически обоснованные величины, а также установленные нормативными актами величины.

Экономическая литература, посвященная коэффициентному подходу, наглядно свидетельствует об отсутствии ведущими экономистами и специалистами в области финансового менеджмента единого понимания нормативной базы метода финансовых коэффициентов (табл. 3).

Большинство предлагаемых нормативных значений основано на международных стандартах оценки бизнеса и не учитывает специфики российского рынка. К примеру, объемы дебиторской и кредиторской задолженности, характеризующие финансовые потоки российских предприятий, крайне редко встречаются в практике зарубежных компаний.

Рассматривая специализированные программы автоматизированного финансового анализа, ориентированные на использование коэффициентного метода¹⁰, отметим, что этот инструментарий включает в качестве нормативов среднеотраслевые значения финансовых показателей.

Так программа «ИНЭК-АФСП» использует базу среднеотраслевых значений показателей, дифференцированных по видам деятельности. Программный комплекс «Альт-Финансы» использует сравнительный анализ показателей с аналогичными среднеотраслевыми или показателями конкурентов.

В Audit Expert для коэффициентов группы ликвидности установлены нормативы: для коэффициента текущей ликвидности — на уровне 2; для коэффициента быстрой ликвидности — в диапазоне от 0,8 до 1; для коэффициента абсолютной ликвидности — не ниже 0,2.

¹⁰ На российском рынке широкое распространение получили Audit Expert (Expert Systems), «Альт-финансы» («Альт»), «ИНЭК-Аналитик» и «ИНЭК АФСП» («ИНЭК»).

Рекомендуемые пороговые значения финансовых коэффициентов

Финансовый коэффициент	Шеремет А.Д. [11]	Гиляровская Л.Т. [1]	Савицкая Г.В. [6]	Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. [8]	Донцова Л.В., Никифорова Н.А. [2]	Стоянова Е.С. [9]	Ковалев В.В. [3,4]	Зарубежные источники [4,9]	Приказ Министерства экономики РФ от 01.10.97 г. № 118 [12]
коэффициент финансового риска	≤ 1	-	-	< 1	$\leq 1,5$	< 1	-	0,5 (> 1 – критич. уровень)	$< 0,7$
коэффициент автономии	$\geq 0,5$	$\geq 0,5$	-	-	$\geq (0,4-0,6)$	0,6	-	0,5–0,7 ($< 0,2$ неплатежеспособно)	-
коэффициент финансовой устойчивости	-	$\geq 0,7$	-	-	$\geq 0,6$	-	-	-	-
коэффициент маневренности собственных средств	0,5	$\geq (0,3-0,4)$	-	-	-	-	-	-	0,2 - 0,5
коэффициент обеспеченности оборотного капитала собственными источниками финансирования	$\geq 0,1$	$> 0,1$	-	$\geq 0,1$	- $\geq 0,1$ Опт.: $\geq 0,5$	-	$> 0,1$	-	Нижняя граница 0,1.
общий показатель платежеспособности	≥ 2	-	-	-	≥ 1	-	-	> 1	
Коэффициент абсолютной ликвидности	$\geq 0,2$	-	-	-	0,2–0,5 (для производств. предп.: 0,3–0,4)	$\geq (0,2-0,25)$	(0,05–0,1)	-	
коэффициент срочной (быстрой) ликвидности	(0,8–1)	-	(0,7–1)	-	допуст.: 0,7–0,8; желательно 1	> 1 ; для России 0,7–0,8	> 1	> 1	1 и выше
коэффициент текущей ликвидности	≥ 2	1–2	≥ 2	2	необходимое значение 1,5 Опт.: 2–3,5	1–2, иногда 3	> 2	1–2	1–2

В пореформенный период основным законодательным документом, регламентирующим нормативные уровни финансовых коэффициентов, являлось Распоряжение ФУДН при Госкомимуществе РФ от 12.08.1994 № 31-р (ред. от 12.09.1994) «Методические положения по

оценке финансового состояния предприятий и установления неудовлетворительной структуры баланса».

Согласно этому документу основанием для признания структуры баланса предприятия неудовлетворительной, а предприятия – неплатежеспособным является выполнение одного из следующих условий:

- коэффициент текущей ликвидности на конец отчетного периода менее 2;
- коэффициент обеспеченности собственными средствами на конец отчетного периода менее 0,1.

Отметим, что экономические реалии и особенности хозяйственной деятельности экономических субъектов в период с 1994 г. значительно изменились, при этом приведенные нормативные значения не претерпели изменений. Указанные методические рекомендации продолжают использоваться в части определения ориентиров для коэффициентов текущей ликвидности и обеспеченности собственными средствами. Однако значения этих показателей даже для преуспевающих предприятий оказываются значительно ниже официально рекомендованных нормативов.

В части определения приемлемых значений коэффициентов группы рентабельности ситуация складывается более благополучно. Так, к примеру, для того, чтобы оценить отдачу на вложенный в бизнес капитал достаточно сравнить её с альтернативным уровнем доходности.

Что же касается показателей группы ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости, то ориентация на среднеотраслевые показатели не может быть признана корректной. Во-первых, по причине, что средние величины не обладают свойством репрезентативности, а значения показателей для конкретного предприятия могут отличаться от среднеотраслевых в силу специфики условий его рыночной деятельности, отличий в структуре активов, особенностей хозяйственной и финансовой политики.

В связи с отмеченным определением нормативных значений финансовых коэффициентов является весьма актуальной и практически важной задачей. В значительной мере это относится к коэффициентам ликвидности и финансовой устойчивости, так как показатели этих групп определяют кредитный рейтинг компании.

Оптимальные значения показателей основных аналитических блоков должны определяться исходя из конкретных условий внешней и внутренней сред предприятия с учетом динамики факторов его производственной и финансовой деятельности.

Используемые источники

1. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ. М.: ЮНИТИ, 2001.
2. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: Учеб. Пособие. М.: Дело и Сервис, 2007.
3. Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. Анализ финансовой отчетности: Учеб. Пособие. М.: Проспект, 2004.
4. Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. Финансы организаций (предприятий): Учеб. Пособие. М.: Проспект, 2006.
5. Панков В.В. Анализ и оценка состояния бизнеса: методология и практика. М.: Финансы и статистика, 2003.
6. Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности. М.: Инфра-М, 2006.
7. Савицкая Г.В. Экономический анализ. 11-е из. испр. и доп. М.: Новое знание, 2005.
8. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Анализ финансовой отчетности организации. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
9. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. Российская практика. М.: Перспектива, 1995.
10. Филатов С.В., Разработка математической модели оценки финансового состояния предприятия // автореферат дис. на соис. уч. степ. к.э.н. по специальности 08.00.13, М., 2009.
11. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: Учеб. Пособие. М.: ИНФА-М, 2006.
12. Приказ Министерства экономики РФ от 01.10.97 г. № 118 «Об утверждении Методических рекомендаций по реформе предприятий (организаций)».
13. Приказ Федеральной службы России по финансовому оздоровлению и банкротству от 23.01.2001 г. № 16 «Об утверждении Методических указаний по проведению анализа финансового состояния организаций».
14. Распоряжение ФУДН при Госкомимуществе РФ от 12.08.1994 N 31-р (ред. от 12.09.1994) «Об утверждении Методических положений по оценке финансового состояния предприятий и установления неудовлетворительной структуры баланса».

Шапиро С. А.

*кандидат экономических наук, доцент кафедры «Управление персоналом», доцент,
Российская академия предпринимательства*

Мотивационные факторы управления интеллектуальным трудом

В статье раскрыты понятия интеллектуального труда и управления интеллектуальным трудом. Приведены шесть основных мотивационных потребностей, побуждающих, по мнению автора, работников к управлению интеллектуальным трудом. Показаны способы управленческого воздействия для удовлетворения мотивационных потребностей работников, занимающихся интеллектуальным трудом.

Ключевые слова: интеллектуальный труд, управление интеллектуальным трудом, мотивационные потребности работников, способы воздействия на мотивацию работников, эффективность труда.

Motivational factors of management of intellectual work

The article explores the concepts of intellectual labour and the management of intellectual work. The six main motivational needs, lead, according to the author, employees of the management of intellectual work. Shows the methods of management of exposure to meet the motivational needs of employees, engaged in intellectual work.

Keywords: intellectual labor, management of intellectual work, motivational needs of employees, the methods of influence on the motivation of employees, labor efficiency.

В последнее время процесс разделения труда на умственный и физический, стал в рамках первого включать в себя еще и понятие интеллектуальный труд.

По нашему мнению, **интеллектуальный труд** – это процесс мыслительной деятельности индивида, связанный с обработкой полученной информации, результатом, которого в зависимости от рода деятельности, является приращение нового знания и (или) принятие управленческого решения¹.

Одним из видов интеллектуального труда является, например, принятие управленческих решений.

¹ Разработано автором.

В свою очередь, **управление интеллектуальным трудом** — это вид управленческой деятельности, направленный на обеспечение творческого процесса мышления и как следствие его позитивного результата, связанного с решением социальных проблем и базирующийся на организации и обеспечении соответствующих условий данного вида труда, мотивирующих работника к активизации своих способностей ².

В отличие от управления другими видами труда — интеллектуальный труд не должен подвергаться жесткой регламентации и заорганизованности — давая простор для проявления инициативы и творческого мышления.

Для занятия любым видом трудовой деятельности, необходима мотивация. Поскольку деятельность человека мотивирована на протяжении всей его жизни, а также на протяжении всей его трудовой деятельности, то можно с полным правом говорить о том, что управление интеллектуальным трудом с мотивационных позиций это стратегическая линия в развитии любого предприятия.

Мотивация труда — это осознанный процесс побуждения человека к деятельности, связанный с удовлетворением его потребностей и достижением целей, стоящих перед ним или перед организацией, в которой он работает в случае, если он причастен к ее деятельности. Соответственно при достижении эффекта в выполнении интеллектуальных видов труда мотивация просто необходима. Мотивация может быть внутренней и внешней. В основном людьми, совершающими ту или иную мыслительную работу или принимающими управленческие решения, движет внутренняя мотивация. Так писатель, ученый, художник, или другой представитель интеллектуального труда совершает задуманное им дело, будучи движим в первую очередь удовлетворением потребности в самореализации, так как относится к мотивационному типу «профессионала» по теории В.Герчикова ³, стремится выразить через свой труд присущие ему способности и достоинства. Но в то же время, он может, работать и выполняя определенный заказ, за который получает деньги и (или) общественное признание. Тогда можно сказать, что им движет внешняя мотивация, т.е. стимулирование. Хотя у человека творческого нередко эти два направления соединяются воедино и нельзя сказать, что если такой человек работает под влиянием внешнего стимула, а не по внутреннему порыву, то у него получится хуже. Творческих интеллектуальных людей нельзя мерить той же меркой, что и остальных, и если в

² Разработано автором.

³ Шапиро С.А. Основы трудовой мотивации. М.: Кнорус, 2012, С.18.

обычной трудовой жизни мы считаем, что стимулирование – это временное явление, не позволяющее работнику раскрыться как личность, а лишь повышающее его активность на короткое время – до получения вознаграждения, то в случае с интеллектуальным трудом такой подход неправомерен. В качестве примера можно рассмотреть последнее произведение Моцарта – «Реквием», который он писал по заказу, будучи тяжело больным, но, тем не менее, произведение получилось гениальным. И таких примеров множество.

Научное изучение трудовой мотивации работников продолжается более 50 лет. Однако не все мотивационные концепции годятся для анализа потребностей людей занимающихся интеллектуальным трудом. Так как это потребности высшего порядка. Но даже теория Д. МакКлелланда, посвященная анализу таких потребностей не охватывает их в полной мере. В связи с этим необходимы новые подходы для анализа мотивации труда таких людей.

Выделим основные мотивационные факторы, побуждающие людей к интеллектуальному труду.

1. Стремление человека к самоактуализации (самовыражению) являющееся основным аспектом в концепции А. Маслоу, и в гуманистической психологии.

Потребность в самоактуализации (самовыражении) – это потребность в реализации своих потенциальных возможностей и росте как личности. По Маслоу основным источником человеческой деятельности, человеческого поведения, поступков является непрерывное стремление человека к самоактуализации, стремление к самовыражению. Самоактуализация – явление врожденное, она входит в природу человека. Потребность в самоактуализации несет в себе две основные функции. Во-первых, это по своей сущности гуманистическая потребность, т.е. потребность приносить людям добро. Во-вторых, важное положение самоактуализации – это то, что человек обязан быть тем, чем он может стать, человек обязан выполнить свою миссию, используя все свои возможности и способности. Но лучше самого Маслоу сказать трудно: «Даже в том случае, если все вышеперечисленные потребности человека удовлетворены, мы вправе ожидать, что он вскоре вновь почувствует неудовлетворенность, неудовлетворенность того, что он занимается совсем не тем, к чему предрасположен. Человек *обязан* быть тем, кем он *может* быть. Человек чувствует, что он должен соответствовать собственной природе. Эту потребность можно назвать потребностью в самоактуализации. ... Очевидно, что у разных людей эта

потребность выражается по-разному. Один человек желает стать идеальным родителем, другой стремится достичь спортивных высот, третий пытается что-то творить или изобретать. Похоже, что на этом уровне мотивации очертить пределы индивидуальных различий почти невозможно. Как правило, человек начинает ощущать потребность в самоактуализации только после того, как удовлетворит потребности нижележащих уровней»⁴.

С точки зрения управления интеллектуальным трудом для удовлетворения потребностей в самовыражении работников следует:

- 1) Обеспечить подчиненным возможности для обучения и развития, которые бы позволили полностью использовать их потенциал;
- 2) Давать подчиненным сложную и важную работу, требующую от них полной отдачи;
- 3) Поощрять и развивать у подчиненных творческие способности.

2. Потребность в успехе и достижении целей выражается в стремлении к достижению поставленных целей, умении их ставить и брать на себя ответственность за их осуществление. Выше уже было сказано, что внутренняя мотивация людей занимающихся интеллектуальным трудом, во многом определяется достижением цели или результата.

По теории Маслоу, эта потребность находится где-то посередине между потребностями в уважении и самовыражении. Эта потребность удовлетворяется не провозглашением успеха этого человека, а лишь подтверждает его статус, а процессом доведения работы до успешного завершения. Люди с высокоразвитой потребностью успеха рискуют умеренно, любят ситуации, в которых они могут взять на себя личную ответственность за поиск решения проблемы и хотят, чтобы достигнутые ими результаты поощрялись вполне конкретно. Д.МакКлелланд пишет об этом: «Неважно, сколь развита у человека потребность успеха. Он может никогда не преуспеть, если у него не будет для этого возможностей, если его организация не предоставит ему достаточную степень инициативы и не будет награждать его за то, что он делает»⁵.

Для мотивирования людей с потребностью успеха, перед ними следует ставить задачи с умеренной степенью риска или возможностью неудачи, делегировать им достаточные полномочия для того, чтобы развязать инициативу в решении поставленных задач, регулярно и определенным образом поощрять их в соответствии с достигнутыми результатами.

⁴ Маслоу А. Мотивация и Личность. Спб.: Питер, 2007, С. 68.

⁵ МакКлелланд Д. Мотивация человека. Спб.: Питер, 2007. С.75.

3. Потребность в причастности к организации или эффективному лидеру. Люди с развитой потребностью в причастности могут быть привлечены к таким видам трудовой деятельности, которые будут давать им обширные возможности для социального общения. Руководители, заинтересованные в производительном труде таких людей, должны сохранять атмосферу, не ограничивающую межличностные отношения и контакты. Руководитель может также обеспечить удовлетворение их потребности, уделяя им больше времени и периодически собирая таких людей определенной группой, например, для обсуждения какой-либо задачи, стоящей перед организацией. Однако потребность в причастности проявляется не только в этом. Часто работники, обладающие данной потребностью, желают работать в компании, имеющей «бренд», т.е. известное имя, известную торговую марку и т.д., так как определенная известная компания своей деятельностью вызывает уважение в глазах людей, и часть этого уважения автоматически переносится и на конкретного работника, что в свою очередь повышает его статус в глазах окружающих. Также часто наблюдается потребность в причастности к конкретным людям, знаменитым, сделавшим себе имя и известность в определенных кругах. Поэтому люди с высокоразвитой потребностью в причастности стараются уже в процессе поиска работы выбирать соответствующее место трудовой деятельности. Поэтому для таких людей элементы стимулирования, т.е. внешней мотивации могут быть очень эффективными, так как такие работники отождествляют себя с компанией.

4. Потребность во власти. Нельзя сказать, что все люди, стремящиеся к власти, занимаются интеллектуальным трудом. Но поскольку власть это возможность влияния на людей, то одним из ее типов является **квалификация и компетентность**. Высококвалифицированный труд трудно регламентировать и контролировать. Поэтому компетентность квалифицированного работника также может являться источником серьезной власти на предприятии, а также экспертная власть, осуществляется в тех случаях, когда менеджер или специалист воспринимается как носитель специальных или полезных знаний. Поэтому одним из направлений карьеры является так называемая центристремительная карьера, выражающаяся в том, что люди приближены к структурам, принимающим решения, и могут влиять на них. Конечно, способы влияния на руководителей бывают разные, но в том числе и путем передачи нужной информации и ценных знаний. Поэтому талантливые люди, часто достигают власти именно благодаря своим интеллектуальным трудовым достижениям.

5. Потребность достижения социального статуса ⁶.

Многие люди по достижении определенного успеха в своей основной деятельности стремятся к приобретению социального статуса, который не ограничивается только лишь занимаемым должностным положением. Должностной или карьерный рост когда-либо все равно прекращается и жизнь человека не сосредоточена на одной только работе, так как потребность в самовыражении предусматривает стремление к самым различным достижениям, заложенным в человеческой личности. Поэтому большинство людей, как правило, достигших зрелого возраста стараются реализовать себя в разных областях деятельности помимо, основной – профессиональной, чтобы не только удовлетворить частично свою потребность в успехе, но и приобрести статус в обществе, сохраняющийся за ними независимо от возраста, профессии, а часто сохраняющийся и после смерти. Так, например, если рассматривать биографии многих государственных деятелей 18-го и 19-го веков, то мы увидим, что в истории за ними сохранилась слава ученых или поэтов, например, сподвижники Петра I – В. Н. Татищев и Я. В. Брюс, которые, несмотря на значительные посты, которые они занимали, в основном известны как ученые нескольких направлений, современник Пушкина – поэт и баснописец И. И. Дмитриев, занимавший посты министра юстиции, обер-прокурора Сената, один из ярких деятелей «могучей кучки» композитор Ц. А. Кюи, бывший крупным военным специалистом в области фортификации, генерал-инженером, профессором военной академии. Можно привести и множество других исторических примеров.

В наше время, происходит то же самое – многие трудящиеся люди, ставшие профессионалами в своей области, сделавшие успешную вертикальную карьеру, или создавшие свой процветающий бизнес, предприниматели, начинают реализовываться в других областях, заниматься научной, преподавательской, публицистической деятельностью. Те, кто имеют соответствующие творческие способности, пишут художественные произведения, рисуют картины, сочиняют музыку, снимаются в фильмах, в качестве актеров. Стоит отметить, что гонорары от некоторых произведений искусства и литературы сравнимы с доходами от основной деятельности и параллельно увеличивают материальный достаток. Во мнении общества такие люди, приобретают статус профессора, писателя, художника, что очень импонирует людям, обладающим ярко выраженной потребностью в успехе.

⁶ Шапиро С.А. Циклическая концепция мотивации труда М.: Труд и социальные отношения, № 6, 2012, С. 23.

6. Потребность самосохранения ⁷.

В целом данная потребность включает в себя такие элементы, как обеспечение безопасности для себя и своей семьи, постоянная занятость, хорошее здоровье, сохранение достигнутых результатов трудовой деятельности. Но для нашей тематики имеет значение именно последний фактор.

Сохранение достигнутых результатов своей деятельности важно для каждого человека уже в зрелом возрасте. Независимо от рода занятий работника, творческих, научных, административных или иной созидательной деятельности, появляется необходимость того, чтобы помнили не только о конкретном индивиде или о его заслугах, что лишь подчеркивает его социальный статус, а именно о том, чтобы его дело было продолжено, а результаты труда были бы полезны будущим поколениям. Ощущение данной потребности работником происходит в середине четвертого десятилетия человеческой жизни и продолжается практически до конца мотивированной трудовой деятельности работника.

Сохранение достигнутых результатов достижимо несколькими путями:

- подготовкой собственной смены, т.е. учеников, которые будут продолжать в своей собственной деятельности, то, что было заложено учителем;
- публикацией и последующим переизданием своих идей в виде книг или других форм печатной продукции, в т.ч. публикации на Интернет-порталах;
- продолжением собственной трудовой деятельности в тех учреждениях, где люди раньше работали, в виде консультантов, экспертов, или занятия каких-либо почетных должностей, чтобы личным участием способствовать сохранению результатов своей деятельности. Все эти моменты тем или иным образом связаны с активным интеллектуальным трудом, будь то труд «учителя» в качестве подготовки смены, творца или консультанта.

С точки зрения управления производительным интеллектуальным трудом, любой руководитель, заинтересованный в этом труде должен путем проведения устного или анкетного опроса выявить какие потребности из вышеуказанных наблюдаются у подчиненных, и провести корреляцию с возрастом работников. Так, например, для опре-

⁷ Шапиро С.А. Циклическая концепция мотивации труда М.: Труд и социальные отношения, № 6, 2012, С. 25.

деления мотивационного типа личности рекомендуется использовать «Тест Герчикова», а для выявления потребностей в успехе, власти, причастности, тест по теории Д. МакКлелланда «Что Вами движет». Затем следует организовать мотивирование сотрудников в соответствии с их социально обусловленными потребностями и имеющимися в арсенале руководства средствами мотивации и стимулирования труда. Такой дифференцированный подход к креативным и ценным работникам, занимающимся интеллектуальным трудом, позволит повысить эффективность их деятельности, а следовательно и результативность деятельности всей организации.

Шевелев Н. А.

соискатель,

Российская академия предпринимательства

Оценка экономической эффективности функционирования финансового супермаркета

В статье приведены показатели для оценки экономической эффективности функционирования финансового супермаркета, а также изложены методы ее повышения.

Ключевые слова: экономическая эффективность, финансовый супермаркет, прибыль, выручка, издержки, рентабельность.

Evaluation of the economic efficiency of the financial supermarket

The article presents indicators for evaluating the economic efficiency of the financial supermarket, and presents methods its improvement.

Keywords: economic efficiency, financial supermarket, profit, revenue, costs, profitability.

Экономическая эффективность деятельности финансового супермаркета соответствует общепринятому в экономической науке показателю и рассчитывается как отношение экономического эффекта (результата) к затратам, которые было необходимо провести, чтобы получить этот эффект (результат). Для финансовых супермаркетов также применимо правило, что чем меньше объем затрат и чем больше величина результата хозяйственной деятельности, тем выше эффективность. [1]

Следовательно, общая экономическая эффективность деятельности финансового супермаркета может выражаться в показателях рентабельности по капиталу и по издержкам производства.

$$Рент_{\text{кап}} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Активы}} \times 100\%$$

$$Рент_{\text{изд. произв.}} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Издержки производства}} \times 100\%$$

В то же время, основным результатом деятельности финансовых супермаркетов выступают продажи финансовых услуг, поэтому правильнее использовать показатель рентабельности продаж:

$$\text{Рент продаж} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Выручка}} \times 100\%$$

То есть основным экономическим эффектом в деятельности финансового супермаркета выступает прибыль, которая может быть разложена на следующие составляющие:

- прибыль от посреднической деятельности по продвижению финансовых услуг;
- прибыль от услуг «финансовый продукт посредника».

$$\text{Прибыль от поср. деят.} = \frac{(\text{Выручка} - \text{Издержки производства})}{\text{Налог на прибыль}} \times 100\%$$

Прибыль от услуг «финансовый продукт посредника» имеет две составляющие. Первая часть прибыли может называться прямой, она рассчитывается как разница между выручкой по платным услугам, входящим в «финансовый продукт посредника», и затратами на их оказание, уменьшенная на величину налога на прибыль. Вторая часть прибыли косвенная, ее составляет положительный эффект по бесплатным услугам в «финансовом продукте посредника». Ее эффект проявляется в стимулировании потребителя к покупке финансовых услуг в финансовом супермаркете, а не у производителя финансовых услуг.

Выручка финансового супермаркета рассчитывается как сумма вознаграждения, полученного за продажи финансовых услуг от их производителей, и вознаграждения, полученного от потребителей за «финансовый продукт посредника».

$$\text{Выручка} = \text{Вознаграждение от производителя} + \text{Вознаграждение от потребителя}$$

Преобладающий тип вознаграждения финансового супермаркета зависит от финансовых услуг. Для страховых услуг характерна оплата вознаграждения страховой компанией (производителем услуги). В кредитных продуктах банков существенную часть оплачивает потребитель в виде вознаграждения за «финансовый продукт посредника», меньшая часть приходится на вознаграждение от банка. Помимо прямого вознаграждения существует сложная система повышающих и понижающих коэффициентов, особенно по страховым услугам.

Например, по страховым услугам, по данным «Страхового маркетинга», размер комиссионного вознаграждения колеблется от 0% до 35%.

При этом выделяются четыре группы коэффициентов, применяемых к базовому комиссионному вознаграждению:

- коэффициенты по показателям деятельности агента (объем премий, заключенных договоров и прочее);

- коэффициенты страхового агента (в зависимости от уровня, категории и прочее);
- коэффициенты страхового портфеля (уровень убыточности, структура портфеля, пролонгация договоров);
- коэффициенты заключенных договоров (первичный, вторичный, тип продукта и прочее).

Издержки финансового супермаркета как любого другого хозяйствующего субъекта могут быть собраны в две группы: постоянные издержки и переменные издержки.

К основным постоянным издержкам финансовых супермаркетов, то есть не зависящим от объемов продаж финансовых услуг, относятся:

- арендная плата офисных площадей;
- ФОТ и заработная плата управленческого и другого не продающего персонала;
- амортизационные отчисления;
- налоги на имущество предприятия;
- процентные отчисления по заемному капиталу.

Переменные затраты финансового супермаркета, то есть зависящие от объема продаж финансовых услуг, включают:

- ФОТ и заработная плата продающего персонала в штате, в том числе агентам физическим лицам;
- комиссионное вознаграждение агентам индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам;
- вознаграждение по каналным продажам (например, фиксированное вознаграждение при организации продаж в супермаркетах и прочие);
- затраты на рекламу и информационное обеспечение;
- коммуникационное обеспечение продающих подразделений (телефон, интернет и прочие).

Существуют различные модели финансовых взаимоотношений производителя финансовых услуг, потребителя финансовых услуг и финансового супермаркета (оплата стоимости финансовых услуг напрямую производителю или через финансовый супермаркет). Вне зависимости от финансовой модели наиболее употребимым показателем во взаимоотношениях «производитель финансовых услуг — финансовый супермаркет» выступает объем реализованных финансовых услуг через супермаркет. [3]

Поэтому для более полной и оперативной оценки эффективности деятельности финансового супермаркета также предлагается использовать показатель «посредническая рентабельность», которая рассчи-

тывается как отношение прибыли финансового супермаркета к объему реализованных финансовых услуг. Экономический смысл данного показателя заключается в определении доли прибыли финансового супермаркета на каждый рубль реализованных финансовых услуг.

$$\text{Рент поср.} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Объем реализованных финанс. услуг}} \times 100\%$$

Если принять во внимание норму прибыли после налогообложения финансового супермаркета в 10% от выручки, средний размер КВ финансового супермаркета по страховым продуктам в размере 25%, а по банковским кредитным продуктам 15%, а также соотношение банковских и страховых услуг 80 к 20, то показатель рентабельности посредника может быть определен в 1,7%. То есть, в изученном примере, каждые 100 единиц оплаченных финансовых услуг приносят финансовому супермаркету 1,7 единиц прибыли.

В качестве основных направлений повышения посреднической рентабельности финансовых супермаркетов могут быть предложены следующие направления деятельности:

- увеличение прибыли через рост объема реализуемых финансовых услуг за счет минимизации постоянных издержек;
- увеличение прибыли через снижение общих затрат в финансовом супермаркете;
- увеличение прибыли через рост выручки при сохранении общих затрат за счет увеличения доли продаж финансовых услуг с более высоким комиссионным вознаграждением.

Используемые источники

1. Гришин П.А., Цыганов А.А. Анализ факторов эффективности банко-страховой группы // Финансы. 2007. № 9.
2. Куренная И.В., Русецкая Э.А. Страхование кредитных рисков// Финансы и кредит. 2007 № 48 (288).
3. Цыганов А.А., Хуторянский А.С. Оценка эффективности труда андеррайтеров и их мотивация // Страховое дело. 2009. № 2.

Яхьяев М. А.

*доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства*

Гладкова В. Е.

*кандидат экономических наук, доцент, соискатель,
Российская академия предпринимательства*

Законодательные проблемы развития рынка микрофинансирования в России

Микрофинансовая деятельность — сравнительно молодое направление для отечественной финансовой системы. В связи с чем процессы законодательного регулирования еще находятся в стадии становления и развития. Целью данной публикации является обоснование наиболее существенных законодательных проблем сложившейся в российской практике микрофинансирования.

Ключевые слова: микрофинансирование, законодательство, кредитный процесс, микрофинансовые организации.

Legislative problems of development of the market of microfinancing in Russia

Microfinansovy activity — the youngish direction for a domestic financial system. In this connection processes of legislative regulation still are in a formation and development stage. The purpose of this publication is justification of the most vital legislative issues developed in the Russian practice of microfinancing.

Keywords: microfinancing, legislation, credit process, microfinancial organizations.

Особенностью микрофинансового процесса является то, что данным видом деятельности могут заниматься как банковские, так и небанковские организации.

Первой важной отличительной чертой институтов микрофинансирования является то, что эти организации специализируются на предоставлении займов и иных финансовых услуг незначительного размера (от 3 до 10 тыс. долл. США)¹ определенным целевым группам клиентов (главным образом малым предприятиям и предпринимате-

¹ Прим. автора. В программном документе TACIS «Микрофинансирование в России» (Поддержка развития малого предпринимательства. СМЕРУС 9803. Апрель 2001. С. 13) названо иное нижнее пороговое значение микрокредита — 500 долл. США.

лям без образования юридического лица)². Такие заемщики названы в программном документе ТАСИС «Микрофинансирование в России» как микропредприятия. Микропредприятием можно считать любой вид самозанятости как в городе, так и на селе. Когда люди трудоустраиваются, делая при этом какие-то материальные вложения, начинается процесс создания малого предприятия.

Второй важной отличительной чертой микрофинансирования является то, что оно преследует цель оказания содействия и защиты, поощряя обращаться за финансовыми услугами тех клиентов, которые обычно сами себя считают «неплатежеспособными»³.

Таким образом, обобщая приведенные оценки функциональной направленности микрофинансирования, следует отметить, что в отличие от классического кредитования, им могут заниматься и микрофинансовые организации, и банки. Однако банки проявляют малую заинтересованность в обслуживании малоимущих слоев населения.

Все организации, работающие в рассматриваемой области деятельности (кроме банков и других «формальных» кредитных организаций), можно условно разделить на три группы в зависимости от типа их организации:

- а) кредитные потребительские кооперативы;
- б) частные микрофинансовые организации;
- в) специализированные микрофинансовые организации.

Следует отметить, что если деятельность кредитных кооперативов четко регламентирована существующим законодательством, то деятельность частных микрофинансовых организаций на практике, слабо урегулирована как с точки зрения нормативно-правовой базы, так и понятийного аппарата.

С нашей точки зрения, достаточно «сумбурное» толкование микрофинансовой деятельности, а также особенностей ее осуществления, был призван урегулировать принятый недавно Федеральный закон от 2 июля 2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях»⁴, однако и в нем существуют достаточно явные законодательные «пробелы». Например, понятие микрозайма

² Емелин А.В., Иванов О.М., Мамута М.В., Маркварт Э. Предоставление и рефинансирование кредитов для малого и среднего бизнеса: текущее состояние, проблемы и пути решения: Аналитический доклад // Кредитование малого бизнеса в России и Германии: Материалы совместного российско-германского проекта. М.: OST-EURO, 2005. С. 27.

³ Программный документ ТАСИС «Микрофинансирование в России». Поддержка развития малого предпринимательства. СМЕРУС 9803. Апрель 2001. С. 13.

⁴ СЗ РФ от 5 июля 2010 г. № 27 ст. 3435.

предоставляемого заимодавцем заемщику на условиях, предусмотренных договором займа, ограничен 1 млн. рублей, тогда как на практике данные суммы могут быть существенно выше при предоставлении залогового обеспечения.

Понятие микрофинансовая организация, также трактуется достаточно широко, под ним в рамках указанного Закона понимается юридическое лицо, зарегистрированное в форме фонда, автономной некоммерческой организации, учреждения (за исключением бюджетного учреждения), некоммерческого партнерства, хозяйственного общества или товарищества, осуществляющее микрофинансовую деятельность и внесенное в государственный реестр микрофинансовых организаций. Таким образом, указанные нами выше лизинговые компании, или например, факторинговые организации, осуществляющие кредитование в размере 1 млн. рублей – формально не являются микрофинансовыми организациями.

Считаем, что данный Закон не только не вносит ясности в определение микрофинансовой деятельности, но и фактически дезориентирует потребителя кредитных услуг, у которого чаще всего они ассоциируются с коммерческим кредитованием. Кроме того, возникает и другой методологический вопрос, в чем состоит различие между микро займом и микро кредитом. Считаем, что на теоретическом уровне решение данного вопроса вполне однозначно, тогда как на практическом он урегулирован только нормами ГК РФ.

Не менее существенной проблемой с точки зрения особенностей микрофинансирования, является и регламентация видов микрофинансирования. В отличие от классического кредитования, они могут предоставляться только в национальной валюте, тогда как порядок привлечения самими МФО от доноров финансовых ресурсов – не содержит данную норму. В связи с этим, потенциально МФО подвержены валютным рискам, что было продемонстрировано нами при анализе деятельности крупнейших МФО России. Аналогичным образом обстоит решение проблемы и в отношении секьюритизации микрофинансовых займов. Следует признать, что в Законе она не решена, равно как и вопросы списания проблемной задолженности.

Что касается схем предоставления финансирования, то законодатель оставил широкое поле для «творческой» деятельности МФО, не предложив лишь методические основы и принципы расчета кредитных и прочих рисков. В связи с чем, считаем необходимым обратиться к зарубежной практике, и рассмотреть указанные нами вопросы на предмет их адаптации к деятельности российских МФО.

В настоящее время действующие схемы микрокредитования в международной практике можно условно разделить на три основных вида: групповые, индивидуальные, индивидуально-потребительские. Три основных типа организации микрокредитования, каждый из которых имеет свои отличительные черты (рис. 1)⁵.



Рис. 1. Основные виды микрокредитования принятые в международной практике [авторская разработка]

Анализируя западные подходы и стандарты регулирования микрофинансовой деятельности, следует отметить, что в зависимости от уровня развития стран, на участников данного рынка возлагаются различные социально-экономические приоритеты.

В развитых странах микрофинансирование решает целый спектр задач (от поддержки малоимущих слоев населения до стимулирования предпринимательства), при этом оно осуществляется как неправительственными организациями, так и специализированными государственными и полугосударственными учреждениями. Уровень социально-экономического развития этих стран позволяет проводить широкую программу помощи малоимущим слоям населения. Вместе с этим, комбинируются два метода борьбы с бедностью – субсидированная финансовая поддержка малоимущих и предоставление возможности заняться бизнесом и обеспечить себя заработком, достаточным для нормального существования. Во втором случае оказывается широ-

⁵ Прим. автора. Составлено автором на основе исследования существующего законодательства и изучения практической деятельности микрофинансовых организаций.

кая поддержка в вопросах обучения, управления финансами, менеджмента и маркетинга, специализированного технического содействия.

Российский опыт регулирования деятельности микрофинансовых организаций можно условно разделить на два вида: пруденциальные и непруденциальные.

К первому виду относятся регулирующие положения или надзор, направленные на:

- защиту финансовой системы страны путем предупреждения ситуаций, при которых несостоятельность одной организации провоцирует несостоятельность других;
- защиту мелких вкладчиков, которые не могут самостоятельно анализировать финансовую надежность организаций.

К непруденциальным регулирующим положениям, актуальным для микрокредитования, относятся содействие созданию и деятельности МФО, защита интересов потребителей, предупреждение мошенничества и финансовых преступлений, создание служб кредитной информации, оказание поддержки сделкам с обеспечением исполнения, реализация определенных подходов в отношении процентных ставок, ограничения в отношении управления и источников капитала, налогообложение и бухгалтерский учет.

В последнее время из-за недостаточного регулирования сегмента микрофинансирования наметилась устойчивая тенденция увеличения невостребованных микрофинансовых организаций ввиду установления фактов недобросовестной практики. Многие МФО не соответствуют основному предназначению микрофинансирования и практикуют деятельность «ростовщичества», предъявляя завышенные требования к залоговому обеспечению, устанавливая несоизмеримо жесткие санкции при неисполнении или ненадлежащем исполнении обязательств заемщиками. Отчасти данные факты связаны с финансовой и правовой неграмотностью заемщиков МФО. В то же время, это объясняется тем, что действующее законодательство определяет вопросы организации и функционирования МФО и не поясняет вопросы контроля их деятельности.

Многие специалисты и практики сегодня отмечают, что практическое отсутствие какого-либо контроля в данной сфере привело к тому, что деятельность МФО в России приобретает стихийный и неконтролируемый характер. Это, в конечном счете, влияет на потребителей микрофинансовых услуг и может значительно изменить ход развития финансового сектора национальной экономики в целом⁶.

⁶ Кирсанова С. Если не банк, то кто? Кредиты в микрофинансовых организациях // Современный предприниматель. 2011. № 7. С. 63–67.

В целях обеспечения соответствия деятельности организаций принципам микрокредитования, предотвращения стихийности в данном секторе считается необходимым введение специального мониторинга за деятельностью МФО, который обеспечивал бы достаточную стабильность и защищенность как самих организаций, так и их клиентов.

Таким образом, следует признать, что существующее отечественное законодательство, регулирующее сферу микрофинансовых отношений сегодня нуждается в серьезном совершенствовании, как в части теоретической базы, так и с точки зрения регулятивных норм. Выстроенная за годы рыночных реформ двухуровневая банковская система РФ, не учитывает создание третьего уровня в лице микрофинансовых организаций, нормы и правила в которой, существенно отличаются от банковской сферы. Большинство описанных нами схем страхования рисков давно и успешно применяются в банковской практике, тогда как МФО лишены такой возможности, и в перспективе вовсе «оторваны» от нормативно-правовой базы коммерческих банков, постепенно адаптировавших лучшие зарубежные практики и рекомендации Базельского комитета. С нашей точки зрения, причины здесь кроются не только в различной надзорной и регулятивной базе, но и в восприятии микрофинансовых институтов не как полноправных участников кредитного процесса, а больше — источника кредитного риска, аккумулирующего наиболее незащищенные слои населения. А фактическое отсутствие методологической платформы для реализации кредитных функций, создает поле высокой неопределенности для всех участников микрофинансовой деятельности — доноров и конечных реципиентов микрозаймов. В связи с чем, на сегодняшний день на уровне законодательных подходов необходимо формировании методологической базы для МФО, адаптированной к лучшим зарубежным практикам и учитывающей рискоориентированную оценку микро займа с позиции Базельской конвергенции.

Под научной редакцией
доктора экономических наук, профессора
Л. А. Булочниковой

Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание: Сб. науч. трудов. Вып. XVII/ Под научной ред. Л. А. Булочниковой. М.: Российская академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2012. – 336 с.

ISBN 978-5-903893-53-9

В сборнике представлены статьи профессорско-преподавательского состава Российской Академии предпринимательства, отечественных и зарубежных ученых, тесно сотрудничающих с Академией на протяжении многих лет.

В нем раскрываются и предлагаются для обсуждения и решения актуальные проблемы развития предпринимательства в России, анализируется роль государства в этом процессе.

ББК 65.9(2Рос)
УДК330.35
УДК 340.1

Научное издание

Серия

**ПУТЕВОДИТЕЛЬ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ**

Научно-практическое издание

Выпуск XVII

Под научной редакцией Л.А. Булочниковой

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовой
коммуникации **ПИ № 77–17480 от 18 февраля 2004 года.**

Подписано в печать 13.02.2013

Формат бумаги 60x90 ¹/₁₆, Гарнитура «Newton7С, TextBookС»

Объем 48,93 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