



**ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
НА ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**
СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
**ПО РЕЗУЛЬТАТАМ I КОНГРЕССА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
ПО ПРОБЛЕМАМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

**Научное электронное издание
на диске**

ISBN 978-5-7942-1338-6

**© Коллектив авторов, 2016
© Финансовый университет, 2016**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

СОВЕТ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Научное электронное издание на диске

**ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
НА ПРОБЛЕМЫ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

***СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
ПО РЕЗУЛЬТАТАМ I КОНГРЕССА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
ПО ПРОБЛЕМАМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ***

Под ред. Е.Н. Харитоновой, П.С. Селезнева, К.А. Артамоновой

Москва 2016

УДК 338(08)
ББК 65.5
В26

Ответственный редактор – д.э.н., профессор *Е.Н. Харитонова*

Взгляд молодых ученых на проблемы устойчивого развития: сборник научных статей по результатам I Конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития/под ред. Е.Н. Харитоновой, П.С. Селезнева, К.А. Артамоновой – М.: Финансовый университет, 2016. – 835 с.
ISBN 978-5-7942-1338-6

Сборник научных статей представляет собой обобщение результатов научных исследований молодых ученых – студентов магистратуры, аспирантов, научно-педагогических работников, специалистов, работающих в реальном секторе экономики, по результатам I Конгресса молодых ученых.

В статьях сборника рассматриваются дискуссионные подходы к организации информационно-аналитического и контрольного обеспечения устойчивого развития экономических субъектов в условиях вызовов внешней экономической среды.

Материалы сборника рассчитаны на практических работников коммерческих и государственных организаций, а также научно-педагогических работников и студентов.

Рекомендовано к изданию собранием Совета молодых ученых Финансового университета.

УДК 338(08)
ББК 65.5

ISBN 978-5-7942-1338-6

© Коллектив авторов, 2016
© Финансовый университет, 2016

FEDERAL STATE-FUNDED EDUCATIONAL BUDGET INSTITUTION
OF HIGHER EDUCATION

“FINANCIAL UNIVERSITY UNDER THE GOVERNMENT
OF THE RUSSIAN FEDERATION”

THE COUNCIL OF YOUNG SCIENTISTS

Electronic edition on CD

**VIEW OF YOUNG SCIENTISTS
ON THE PROBLEMS
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

*COLLECTION OF SCIENTIFIC ARTICLES
ACCORDING TO THE RESULTS OF THE
I INTERNATIONAL CONGRESS OF YOUNG SCIENTISTS*

Under the editorship of E.N. Kharitonova, Seleznev P.S., Artamonova K.A.

Moscow 2016

Executive editor – E.N. Kharitonova

VIEW OF YOUNG SCIENTISTS ON THE PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: COLLECTION OF SCIENTIFIC ARTICLES ACCORDING TO THE RESULTS OF THE I INTERNATIONAL CONGRESS OF YOUNG SCIENTISTS /Under the editorship of E.N. Kharitonova, Seleznev P.S., Artamonova K.A. – M.: Financial University, 2016. – 835 p.

ISBN 978-5-7942-1338-6

Collection of scientific articles represents the generalization of the results of research master students and PhD students, researchers and teachers, professionals working in the real sector of the economy, according to the I Congress of Young Scientists.

In the following articles the controversial approaches to information analysis and control of sustainable development of economic actors in the context of the challenges of the external economic environment discusses.

The collection is designed for practitioners of commercial and government organizations, as well as academic staff and students.

Recommended for publication by the meeting of the Council of young scientists of the Financial University.

ISBN 978-5-7942-1338-6

© Group of authors, 2016

© Financial University, 2016

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Вступительное слово

*Горелик А.С.,
директор Информцентра ООН в Москве*

Когда в 1990-х годах прошлого века политолог Фрэнсис Фукуяма опубликовал свою наделавшую шума статью, а позже книгу «*Конец истории?*», он имел в виду не окончание истории как таковой, а то, что идеологии теряют в нашем мире привычную роль. И вот сегодня мы живем в период, в котором – хорошо это или плохо – наблюдается явный дефицит внятных идеологических построений.

На этом фоне концепция устойчивого развития – едва ли не самая связная и убедительная. Ее адепты утверждают, что она вполне тянет на роль глобальной идеологии. В самом деле, развитие – это и цель, и средство. И человечеству есть что предъявить в качестве убедительных результатов за последние полтора десятка лет, в том числе в рамках выполнения Целей развития нового тысячелетия (ЦРТ). С 2000 г. имело место самое масштабное в истории искоренение нищеты (на полмиллиарда человек). Детская смертность упала на 30%.

Можно привести и другие примеры. Они стали результатом *сочетания* почти повсеместного экономического роста на основе рыночных механизмов и растущей ориентации разных стран – и в разной степени – на модель «общества для всех».

В настоящий момент одной из главных задач является согласование глобальной повестки дня в сфере развития на период после 2015 г. Центральным элементом этой повестки станут Цели устойчивого развития (ЦУР). Им предстоит преодолеть серьезный пробел ЦРТ, интегрируя экономические, социальные и природоохранные аспекты эволюции человеческого общества. При этом известную новизну приобретает изменяющийся упор на социальную справедливость (он, кстати, по традиции, присущ ООН куда больше, чем организациям Бреттон-Вудской системы).

Под социальным аспектом устойчивого развития сегодня понимаются вопросы качественного образования, здравоохранения, достойных доходов, а контекст для этого создаёт совершенствование институтов. Совершенствование в каком ключе? Прежде всего, через обеспечение правосудия, соблюдение прав человека в отношении всех, большую прозрачность работы госорганов, корпоративную ответственность.

Контуров подхода ООН к Целям устойчивого развития завязаны на улучшение *качества жизни* повсюду на Земле. Помимо «разведения» экономического роста и потребления сырья и энергии, речь в нем идет о поощрении инноваций, прежде всего «зелёной» экономики. Но, оставляя в стороне тему новаций, подчеркнём, что параллельно каждое государство должно привести в порядок свой собственный дом: значительно снизить коррупцию, незаконные финансовые потоки, уклонение от налогов и т.п.

Сегодня в современно мыслящих госструктурах и «просвещённых» бизнес-кругах уже довольно широко распространено убеждение, что здоровое общество и здоровый рынок – две стороны одной медали. На этом основана и концепция корпоративной устойчивости, любое определение которой ведёт речь об освобождении от диктата сиюминутных задач и о полноценном учёте долгосрочных ценностей

Ясную трактовку устойчивости дал профессор Джеффри Сакс – широко известный специалист по вопросам развития. Он не открыл Америку, когда сказал, что ЦУР на предстоящие полтора десятка лет должны охватывать три опоры: экономическое процветание, социальную *всеобщность* (inclusion или inclusiveness) и устойчивость окружающей среды – но это при обязательном условии эффективного управления (good governance).

Социальная всеобщность – это, по существу, социальная справедливость, уже упомянутая выше. Мне кажется любопытным её вызревающее современное прочтение – справедливость для всех слоёв общества, соблюдение интересов малоимущих, но и, когда надо, имущих. На эту тему говорил, в частности, известный финансист Джордж Сорос. Я бы рискнул протрактовать это так: а) справедливость для всех граждан через соблюдение фундаментальных прав; б) справедливость для наиболее уязвимых, в т.ч. меньшинств, мигрантов; в) плюс справедливость для успешных – через соблюдение прав собственности и тому подобное.

Два слова по теме устойчивого потребления и производства. Это большой вопрос, в котором заложен сигнал, что необходимо менять поведение ключевых социальных групп. Нравится это нам или нет, но пора признать, что приоритеты современного консьюмеризма, не очень стыкуются с перспективами устойчивого развития. Для лучшего понимания предстоящего манёвра, стоит ознакомиться с документами Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП), которой было поручено сформировать набор реализуемых – а не умозрительных – подходов к продвижению моделей «устойчивого потребления».

Ещё немало важных аспектов концепции устойчивого развития, подкорректированных или осовремененных на конференции «Рио+20» в 2012 г. В их числе – корпоративная отчетность и корпоративная устойчивость, действия, связанные с климатическими изменениями, использованием и сбережением воды.

Но хочу выделить принятую там «Декларацию природного капитала». Напомню: природный капитал – это экономическая категория, обозначающая минеральные, растительные и животные составляющие биосферы, а также экосистемы. О намерении закладывать его в свои стратегии заявили в последнее время финансовые директора десятков и десятков банков, инвестиционных фондов и страховых компаний. Согласно общему замыслу, финансисты, вкладывая деньги в бизнес-организации, должны учитывать долю природного капитала в соответствующих продуктах и услугах, а также настаивать на раскрытии информации о воздействии деятельности компаний на окружающую среду.

В любом случае учёт природного капитала повлечёт изменение принципов ценообразования за счёт включения в стоимость товаров и услуг соответствующих факторов. При этом следует видеть и риски: скорее всего, в большинстве случаев цены будут расти. Один из вероятных сценариев – пусть и крайний – означает протяжённое замедление на этой основе экономического роста.

С точки зрения упрямых адвокатов устойчивого развития, это совсем не худо, но нет уверенности, что большинство населения Земли последует за ними. Это, кстати, хорошая иллюстрация того, что настоящее устойчивое развитие потребует пересмотра многих массовых представлений и привычек. Но двигаться в эту сторону необходимо.

СОВЕТ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ ФИНАНСОВОГО УНИВЕРСИТЕТА: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ

*Харитонова Е.Н., д.э.н., проф.,
Финансовый университет*

Аннотация: Представлена информация о нескольких значимых проектах, реализуемых Советом молодых ученых Финансового университета в области образования и научной деятельности.

Ключевые слова: проекты Совета молодых ученых, Финансовый университет, инновации в образовании.

Keywords: projects of the Council of Young Scientists, Financial University, innovation in education

Современные экономические условия определяют достаточно жесткую конкурентную среду, в которой функционируют организации высшего образования России. На уровне государственного управления ставится задача существенного сокращения количества вузов при одновременном повышении уровня качества предоставляемых образовательных услуг [1]. При этом необходим рост доли молодых преподавателей от общей численности научно-педагогических работников университетов.

Все университеты России, вне зависимости от их официального статуса (региональные, отраслевые, национальные и т.д.), стараются решить указанную задачу, и Советы молодых ученых и специалистов, как общественные добровольные объединения молодых исследователей в рамках конкретных организаций, активно этому способствуют.

Так, в 2014 году была реорганизована деятельность Совета молодых ученых Финансового университета [2]. В объединение вошли самые активные и инициативные молодые ученые с разных факультетов и кафедр университета, возраст которых (на момент вступления в Совет молодых ученых Финансового университета) не превышал 35 лет – для кандидатов наук и 40 лет – для докторов наук.

Миссия Совета молодых ученых Финансового университета – содействие формированию динамичной научно-исследовательской и

проектно-инновационной среды, основанной на самоорганизации и инициативе молодых ученых [2].

Информацию о деятельности Совета молодых ученых можно найти на официальном сайте Финансового университета: «Главная страница сайта» – «Наука и инновации» – «Совет молодых ученых».

Совет молодых ученых Финансового университета предложил несколько значимых проектов:

- Проект «Грантовые заявки»;
- Проект «70-20-10» (для магистратуры и старших курсов бакалавриата);
- I Конгресс молодых ученых по проблемам устойчивого развития, Москва, 15 мая 2015 [2].

Благодаря первому из указанных проектов – проекту «Грантовые заявки» – молодыми учеными Финансового университета в течение 2015 года были дополнительно оформлены документы на различные конкурсы российских и международных грантов. При этом две заявки были подготовлены с участием исследователей из Швейцарии и Германии, что, несомненно, будет способствовать продвижению Финансового университета на рынке международных образовательных услуг и исследований.

Второй из значимых проектов, предложенных Советом молодых ученых Финансового университета, – проект под условным названием «70-20-10» направлен на повышение качества образования при оптимизации трудозатрат преподавателей благодаря изменению соотношения между аудиторной и самостоятельной работой студентов при активизации индивидуальной работы обучающихся.

Название проекта дала новая структура времени работы со студентами (таблица 1).

Таблица 1 – Структура времени работы со студентами, в процентах от общего времени, указанного в рабочей программе дисциплины

Наименование показателей	Существующая система	Проект «70-20-10»
Самостоятельная работа студентов	50%	70%
Практические занятия, семинары	50%	20%
Лекции		10%

Следует подчеркнуть, что согласно исследованиям психологов, усвоение любой новой информации в процессе обучения происходит в следующей пропорции (таблица 2).

Таблица 2 – Усвоение новой информации [3]

Форма восприятия информации	Доля усвоенной информации
Чтение	10%
Слуховое восприятие	20%
Визуальное восприятие	30%
Слуховое восприятие с визуальным подкреплением (слайды)	40%
Устное обсуждение	60%
Самостоятельный поиск и формулирование проблемы	80%
Самостоятельное формулирование и решение проблемы	90%

Исходя из приведенных данных, наиболее эффективным способом обучения и формирования новых компетенций у обучающихся является самостоятельная работа студентов в мини-группах или индивидуально над различными проектами в рамках изучаемого материала по конкретной дисциплине.

В весенний семестр 2014–2015 учебного года был осуществлен проект «70-20-10» в Финансовом университете на Факультете менеджмента в учебной группе ТД-3-1 (бакалавры, 3 курс, специализация «торговое дело») при преподавании дисциплины «Организация, технология и проектирование организаций» (таблица 3); преподаватель – Панюкова В.В., к.э.н., доц. – заместитель заведующего кафедрой «Маркетинг и логистика».

Таблица 3 – Пример реализации проекта «70-20-10» (дисциплина «Организация, технология и проектирование организаций»)

Наименование вида учебной работы студентов	Количество часов		Отклонение	
	по учебному плану	по Проекту «70-20-10»	часы	пары
Лекции	14	12	-2	-1
Семинары	30	22	-8	-4
Итого аудиторных занятий	44	34	-10	-5
Самостоятельная работа, всего:	100	110	+10	+5
В т.ч. в семестре	64	74	+10	+5
в сессию	36	36	0	0

Десять часов аудиторных занятий (в виде одной пары лекции и четырех пар семинаров) были заменены консультациями преподавателя по дополнительной самостоятельной работе студентов по данной дисциплине.

В частности, вместо двух часов лекций студентам было выдано следующее индивидуальное задание:

- разработка студентами иллюстрационных материалов – схем по классификации предприятий на основе изучения Гостов 51303–2013 «Торговля. Термины и определения» и 51773–2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли»;
- выполнение проектного задания «Выбор транспортной компании торговой организацией».

Преподаватель получает по итогам указанной самостоятельной работы студентов:

1. Блок – схему классификации предприятий, индивидуально выполненную студентом;
2. Расчет выбора транспортной компании на основе интегрального показателя качества торгового обслуживания.

А вместо четырех пар семинаров студенты выполняли следующие индивидуальные задания:

- выполнение проектного задания «Планировка и зонирование торгового объекта (на примере...);
- проектное задание «Выбор транспортной компании»;

- составление планировки магазина, и разработка предложений по совершенствованию технологической планировки магазина на основе мерчандайзингового подхода;
- проведение совмещенного ABCXYZ – анализа для организации; Выполнение кейса по WMS (организация и технология предприятия оптовой торговли); Составление сравнительной характеристики российских и зарубежных WMS –решений для оптового предприятия. Выполнение кейса «Выбор WMS для склада»;

Преподаватель получает по итогам указанной самостоятельной работы студентов:

1. Итоговый отчет по выполненной работе: ««Планировка и зонирование торгового объекта (на примере...)»»;
2. Мониторинг состояния транспортного рынка, обоснование выбора транспортной компании на основе интегрального показателя качества торгового обслуживания.

В целом, студенты, принявшие участие в данном проекте, получили возможность на примере данных реальных бизнес-структур решать дополнительные кейсы и практикоориентированные задачи, хотя это потребовало от них дополнительной самостоятельной работы.

В случае успешного завершения (с учетом итогов экзаменационной сессии), данный опыт будет распространен на другие студенческие группы и дисциплины.

Третий из предложенных значимых проектов Совета молодых ученых Финансового университета – проведение I Конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития 15 мая 2015 года в Москве на территории Финансового университета, позволит осуществить дополнительные научные коммуникации между молодыми учеными из разных регионов России.

В целом, на 2015 год Совет молодых ученых Финансового университета запланировал реализацию ряда мероприятий по всем направлениям своей деятельности (таблица 4).

Таблица 4 – План работы Совета молодых ученых на 2015 год

№	Наименование	Количество инициатив
1	Научно-исследовательская работа	5
2	Представление результатов научно-исследовательской работы	7
3	Взаимодействие с различными заинтересованными сторонами	16
4	Повышение квалификации	4
5	Участие в разработке документов различных проектов Совета молодых ученых Финансового университета	8

Таким образом, Совет молодых ученых Финансового университета реализует ряд интересных проектов, которые способствуют инновационному развитию университета и продвижению его на рынках образовательных услуг.

Литература:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.12.2014 № 2765-р «О Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2016 – 2020 годы».

2. Информация с официального сайта Финансового университета о Совете молодых ученых.

[Электронный ресурс: <http://www.fa.ru/projects/smu/Pages/default.aspx>, дата обращения 30.04.2015].

3. Интерактивные методы обучения в подготовке педагогических кадров [Электронный ресурс: http://www.rusnauka.com/21_DSN_2012/Pedagogica/5_114801.doc.htm, дата обращения 30.04.2015].

Секция «Политико-экономические приоритеты развития России: глобальное и национальное»

УДК 339.972

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ В ИЗМЕНИВШИХСЯ УСЛОВИЯХ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

*Кальченко О.А., к.э.н.,
Санкт-Петербургский Политехнический
университет Петра Великого*

Аннотация: Сделан вывод о существенном изменении основных макроэкономических показателей страны в течение 2014-2015 гг. Проведен анализ Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года. Сделано предположение, что Стратегия экономической безопасности страны должна быть направлена на инновационное развитие экономики, обеспечивающее безопасность в основном за счет использования собственных ресурсов и возможностей, не исключая международное сотрудничество с другими странами.

Ключевые слова: экономическая безопасность, международные экономические отношения, макроэкономические показатели, угрозы, Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года, импортозамещение.

Keywords: economic safety, international economic relations, macroeconomic indicators, threats, National Safety Strategy of Russian Federation until 2020, import substitution.

В настоящее время существенно изменилась внешняя среда экономической деятельности Российской Федерации вследствие изменения экономических и социальных условий в международной экономике и сопутствующих ограничений связей страны с другими странами. В связи с этим целесообразно пересмотреть стратегию и механизмы обеспечения экономической безопасности страны, под которой нами понимается управляемое состояние национальной системы надежного предложения и эффективного использования товаров и услуг высокого качества населением и хозяйствующими субъектами ее экономики в соответствии с их потребностями, обеспечивающее устойчивое развитие страны в длительной перспективе [1, 2].

В связи с изменением международных экономических отношений, основные макроэкономические показатели страны в течение 2014–2015 гг. существенно изменились. Поэтому, в первую очередь, целесообразно провести анализ динамики основных макроэкономических показателей экономики страны и выявить проблемы снижения ее экономической безопасности. Для того чтобы провести объективный анализ динамики макроэкономических показателей за последний год, целесообразно воспользоваться статистикой, которая публикуется официальными органами (например, в Российском статистическом ежегоднике и в других официальных документах) [5, 6, 7].

Основные макроэкономические показатели социально-экономического развития Российской Федерации, существенно изменившиеся в 2014–2015 гг.: потребительские цены; валовый внутренний продукт (ВВП); промышленное производство; инвестиции в основной капитал; оборот розничной торговли; реальная заработная плата; объем платных услуг населению; реальные располагаемые доходы населения; объемы экспорта и импорта.

По итогам 2014 года потребительская инфляция составила 11,4%. Основные инфляционные риски превышения прогноза остаются высокими и связаны с возможным дальнейшим ослаблением рубля. На этом фоне повышается вероятность снижения предложения и сохранения разбалансированности рынков, что будет оказывать давление на рост цен.

Прирост ВВП в 2010–2012 годах составлял в среднем 4%. В марте 2013 года был утвержден сценарий развития экономики РФ на период 2013–2030, где среднегодовой рост ожидался в пределах 3–3,2%, однако по итогам 2013 года прирост составил лишь 1,3%. В 2014 году, ощутив влияние санкций, прирост ВВП составил всего 0,6%.

Ожидается замедление динамики роста промышленного производства в 2015 году. Согласно Прогнозу социально-экономического развития РФ на 2015 год, наиболее низкими темпами будут развиваться машиностроительные отрасли, индекс производства составит 93,3%.

Среди представленных показателей интересна динамика инвестиций в основной капитал. Эти вложения через несколько лет должны возвращаться в экономику в виде роста производственной активности.

Темпы прироста упали с 20,6% в 2011 до -0,2% в 2013. За 2014 г. динамика была отрицательной (-2,5%).

Накопленный потенциал активов достаточен для предотвращения сильного падения ВВП в ближайшие годы, но не в долгосрочной перспективе. Сильное и долгосрочное влияние на российскую экономику оказывает отток иностранного капитала и снижение доверия западных инвесторов. Согласно данным Центрального Банка за 2014 год сумма оттока капитала из России составила чуть более 150 миллиардов долларов США, что показало рост примерно в 2,5 раза по сравнению с предыдущим годом. Согласно прогнозам, в 2015 году ожидается, что отток капитала составит примерно 118 млрд долларов США. При этом размер по внешним долгам приблизительно составит 60-70 миллиардов долларов США. В 2015 году ожидается сокращения объема выплат по внешнему долгу, что, позволит скорректировать показатели в пользу уменьшения оттока капитала.

Оборот розничной торговли за 2014 год превысил уровень предыдущего года на 2,5% против 3,9% в 2013 году, а объем платных услуг – на 1,3 % (2,1% в 2013 году).

Динамика реальных располагаемых доходов населения замедлялась с начала 2013 года. При этом рост реальной заработной платы сохранился и по итогам 2014 года составил 1,3%.

По оценке Центрального Банка, объем экспорта товаров, в 2014 году составил 493,6 млрд долл США, сократившись в стоимостном выражении на 5,7%. Объем импорта товаров, в 2014 году составил 308,0 млрд долл США, сократившись в стоимостном выражении на 9,8%.

В 2015 году сокращение экспорта товаров и услуг прогнозируется на уровне 3,6%, в основном за счет экспорта услуг. Еще более ускоренными темпами ожидается сокращение импортных поставок. В 2015 году падение импорта товаров и услуг прогнозируется в размере 33,9%. Такая высокая динамика сокращения импорта товаров и услуг создает благоприятные условия для активизации процессов импортозамещения и наращивания отечественного производства.

В связи с изменившимися условиями внешней среды, возникают угрозы целенаправленного воздействия (внешнего, внутреннего характера) по снижению устойчивости экономической системы страны, которые необходимо учитывать.

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года, утвержденной в 2009 году, указаны следующие угрозы экономической безопасности страны [3, 4, 7]:

- 1) сохранение экспортно-ориентированной модели развития;
- 2) высокая зависимость важнейших сфер российской экономики от внешнеэкономической конъюнктуры;
- 3) низкая устойчивость и слабая защищенность национальной финансовой системы;
- 4) кризисы мировой и региональных финансово-банковских систем;
- 5) отставание в развитии передовых технологических укладов;
- 6) потеря контроля над национальными ресурсами;
- 7) ухудшение состояния сырьевой базы промышленности и энергетики;
- 8) неравномерное развитие регионов;
- 9) прогрессирующая трудонедостаточность;
- 10) сохранение условий для коррупции и криминализации хозяйственно-финансовых отношений, а также незаконной миграции;
- 11) дефицит топливно-энергетических, водных и биологических ресурсов;
- 12) дискриминационные меры и усиление недобросовестной конкуренции в отношении России;
- 13) усиление глобального информационного противоборства и т.д.

В связи с изменением макроэкономических показателей страны в течение 2014–2015 гг., угрозы, изложенные в Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года требуют переосмысления. Возникают новые угрозы экономической безопасности страны.

Потенциальные угрозы экономической безопасности РФ могут быть классифицированы как: объективные (связаны с воздействием факторов, не зависящих от вмешательства человека) и субъективные (обусловлены деятельностью человека); внешние (экзогенные), внутренние (эндогенные) и глобальные (ядерной безопасности, бедности и отсталости, нехватки продовольствия, экологической безопасности и истощаемости природных ресурсов и т.д.); текущие (рассчитанные на

реализацию в краткосрочной временной перспективе) и будущие (расчитанные на реализацию в значительной временной перспективе).

По своему характеру угрозы всегда носят потенциальный или вероятностный характер, а их реальное проявление всегда связано с существенным экономическим ущербом. Угрозы, как и экономическая безопасность в целом, имеют комплексный характер и проявляются на различных уровнях системы. На сегодняшний день изменилась совокупность и характер внешних и внутренних угроз.

Стратегия экономической безопасности страны должна быть направлена на инновационное развитие экономики, обеспечивающее безопасность в основном за счет использования собственных ресурсов и возможностей, не исключая международное сотрудничество с другими странами, заинтересованными в этом. Об этом было сообщено спикером Совета Федерации В.И. Матвиенко на слушаниях по развитию национальной экономики [8]: «Думаю, следует разработать единую доктрину экономической безопасности России. В ней должны быть установлены критерии и пороги безопасности по всем группам товаров, производство которых надо осуществлять силами отечественных производителей, и, соответственно, предусмотреть для них меры защиты и поддержки».

Механизмы обеспечения экономической безопасности страны для защиты от вышеперечисленных угроз, по нашему мнению, могут включать следующие:

- импортозамещение оборудования (особенно в отраслях промышленного производства, обороноспособности для преодоления отсталости технологической базы);
- развитие инфраструктурных объектов и связи;
- создание благоприятных условий для привлечения иностранного капитала;
- переориентация внешнеэкономических связей на Китай, Индию, страны Латинской Америки, не исключая и другие страны, заинтересованные в сотрудничестве;
- введение прогрессивной системы налогообложения;
- снижение уровня инфляции;
- изменение производственной и энергетической политики;
- развитие сельского хозяйства с целью обеспечения населения собственным продовольствием и др.

Литература:

1. *Сенчагов В.* Новые угрозы экономической безопасности и защита национальных интересов России//Проблемы теории и практики управления. 2013. №10. С. 8–18.
2. *Окороков В.Р., Окороков Р.В.* Энергетическая безопасность страны: сущность, индикаторы и механизмы ее обеспечения//Академия энергетики. 2014. № 6 (62). С. 4–13.
3. *Казанцев С.В.* Экономическая безопасность. Определение понятий//Мир новой экономики. 2014. №2. С.48–53.
4. *Казанцев С.В.* Экономическая безопасность и оценка экономической защищенности территории//Региональная политика и экономические проблемы федерализма. Регион: экономика и социология. – 2010. №3. С. 40–56.
5. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2015 год.
[Эл. ресурс] – Режим доступа: <http://economy.gov.ru> (дата обращения 01.05.2015).
6. Российский статистический ежегодник 2014 г.
[Эл. ресурс] – Режим доступа:
http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078 (дата обращения 01.05.2015).
7. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года.
[Эл. ресурс] – Режим доступа:
<http://archive.kremlin.ru/text/docs/2009/05/216229.shtml> (дата обращения 01.05.2015).
8. Валентина Матвиенко: России нужна доктрина экономической безопасности.
[Эл. ресурс] – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2014/11/24/matvienko-anons.html> (дата обращения 01.05.2015).

**ЦЕНТРАЛЬНОАЗИАТСКИЙ ВЕКТОР
ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭКСПАНСИИ КИТАЯ:
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И ПОЛИТИЧЕСКИЙ ВЫЗОВ РОССИИ**

*Турганбаев А.А.,
Дипломатическая академия Министерства
иностраннных дел Российской Федерации*

Аннотация: основополагающей тенденцией развития мировой энергетики является глобализация энергетических рынков, создание единого энергетического пространства, возрастание взаимопроникновения региональных и страновых энергетических структур. Все эти факторы объективно способствуют укреплению взаимозависимости участников мирового энергетического процесса, консолидации их усилий для обеспечения устойчивого, надежного энергоснабжения стран и регионов в условиях нестабильности мировых цен на нефть и роста политической напряженности вокруг отдельных стран–производителей. При этом объективная потребность в обеспечении энергетической безопасности в отраслях энергетики требует особого внимания к выстраиванию политико-экономических отношений со странами в рамках регионального взаимодействия, промышленный потенциал которых кратно превышает потенциал других стран. На этом фоне Китай активно «осваивает» регион Центральной Азии посредством экономической, политической и гуманитарной экспансии.

Ключевые слова: энергетика, Казахстан, Центральная Азия, Китай, Российская Федерация, нефть, экспансия, интеграция, ШОС, Евразия.

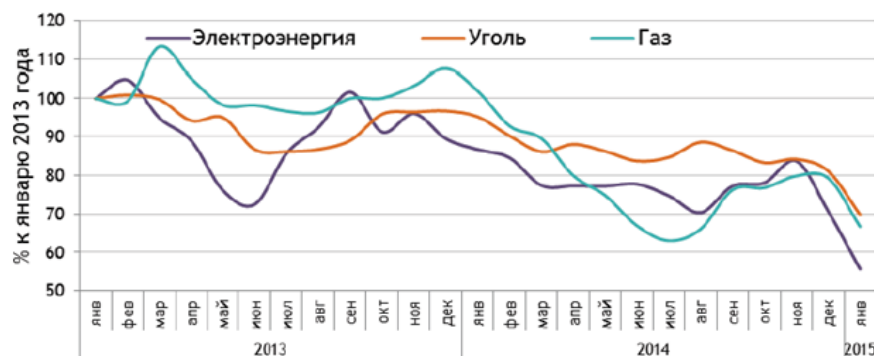
Key words: energy sector, Kazakhstan, Central Asia, China, Russian Federation, oil, expansion, integration, SCO, Eurasia.

Двадцать первый век, характеризующийся многополярностью политической и экономической жизни, выдвинул на первое место в развитии государств и регионов обеспечение национальной энергетической безопасности. На сегодняшний день эффективных источников новой энергии пока не просматривается. Такие виды альтернативной энергетики как водородное топливо, биотопливо, использование термальной энергии и энергии ветра могут применяться лишь на ограниченных территориях, либо слишком дороги в эксплуатации, что делает их использование нерентабельным. Широкое же использование каменного угля, цена которого существенно ниже цены нефти, экологически неприемлемо, т.к. приносит заметный вред окружающей среде. С учетом текущего состояния мировой энергетики по прогнозам аналитиков в 2015 году мировые цены на энергетический уголь будут снижаться. По оценке австралийского инвестбанка «Macquarie» цена упадет до 57 долларов за тонну. Небольшой рост прогнозируется лишь в 2016 году – до 67 долларов за тонну. Снижение цен наблюдалось и в предыдущие

годы: в 2013–2014 годах цена тонны энергетического угля упала с 90 до 79 долларов. Такая же тенденция наблюдалась и с ценами на коксующиеся угли: стоимость одной тонны в течение 2013–2014 годов упала со 160 до 125 долларов (график 1).

График 1

Динамика цен на уголь (API 2 CIF ARA), газ (TTF Hub) и электроэнергию (EEX)



*Источник: Thomson Reuters Datastream. Цены за январь 2015 г. рассчитаны как средние за период 1–20 января

Факт экологического ущерба от использования угля понимает, в частности, правительство Китая, страны с мощной (может быть, уже мощнейшей в мире) экономикой, продолжающей наращивать темпы роста. Так, прогноз на 2015 г. по данным Государственного комитета КНР потребление нефти в стране составит 11 млн барр/сут., в то время как прогноз по добыче – 1,3 млн барр/сут. Учитывая фактическое господство американцев над нефтью Ближнего Востока, взгляд китайских стратегов в поисках энергоносителей обращается в сторону Африки, Латинской Америки и Центральной Азии. Обеспеченность собственными ресурсами Китай располагает определенными запасами нефти и природного газа и богатыми запасами угля (таблица 1.1).

Таблица 1.1

Доля КНР в мировых запасах и зависимость потребления от импорта

Год	Доля в мировых запасах, %			Доля чистого импорта в видимом потреблении ³ , %		
	Уголь	Нефть	Природный газ	Уголь	Нефть	Природный газ
1980	...	2,0	0,9	Экспортер	Экспортер	0
2000	...	1,6	0,9	-«-	28	Экспортер
2010	13,3	1,1	2,8	-«-	53	11

*Источник: рассчитано по BP Statistical Review of World Energy, June 2011 и базе данных International Energy Agency

По международным оценкам, доказанных запасов нефти в КНР достаточно для удовлетворения текущего уровня потребления на протяжении 10 лет, природного газа – 29, угля – 35 лет. Национальные оценки запасов нефти и природного газа заметно превосходят международные (таблица 1.2). Доказанные запасы нефти превышают международную оценку в 3,6 раза (7,15 против 2 млрд т), газа – в 1,3 раза (3,6 против 2,8 млрд куб.м).

Таблица 1.2

Национальные оценки запасов нефти и газа в КНР

	Конвенциональная нефть, млрд. т.			Неконвенциональная нефть, млрд. т.	
	Минимальная оценка	Средняя оценка	Максимальная оценка	Сланцевая нефть	Битуминозные песчаники
Запасы			105,4	47,6	6,0
Извлекаемые запасы	16,2	21,2	28,8	16,0	2,3
Доказанные запасы (на 2013 г.)		18,1		4,4	
	Конвенциональный природный газ, трлн. куб.м.			Метан из угольных пластов, трлн. куб.м.	
	Минимальная оценка	Средняя оценка	Максимальная оценка		
Запасы	24,3	35,0	49,3	37,0	
Извлекаемые запасы	15,4	22,0	31,0	10,9	
Доказанные запасы (на 2013 г.)		3,6			

*Источник: Zhu J., Che C, Yong H., Liu C. China Assesses Conventional Resources in 115 Basins // Oil & Gas Journal. 2010. Apr. 19. P. 32–35

К тому же Китай располагает крупными запасами неконвенциональной нефти, главным образом в сланцах, а также метан из угольных пластов. Оценки говорят и о значительных запасах сланцевого и так называемого запертого газа, но они должны быть подтверждены реальными геологоразведочными работами. Вплоть до 2010 г. включительно Китай оставался чистым экспортером угля. В то же время потребности в нефти и газе в возрастающей степени удовлетворяются за

счет импорта. В 2010 г. доля чистого импорта в видимом потреблении нефти превысила 50%, газа – 10%. Почему располагающая значительными запасами нефти и газа КНР в возрастающей степени полагается на их импорт? Здесь действуют три фактора.

Во-первых, скорость экономического роста китайской экономики столь высока, что внутреннее производство углеводородов не успевает за стремительно растущим спросом на них. Во-вторых, издержки производства на национальных месторождениях сравнительно высоки, и Китаю выгоднее импортировать энергоресурсы. В-третьих, основные запасы нефти и газа в КНР сосредоточены на западе страны на значительном удалении от прибрежных южных провинций, где до самого последнего времени и был локализован экономический рост. Высокие транспортные издержки и перегруженность внутренней транспортной инфраструктуры делают необходимым поставки нефти и природного газа извне. Поэтому Китаю как развивающейся экономике, лишенной серьезных собственных источников энергоносителей (кроме угля), критично важно иметь стабильные источники энергии. Китайская топливная стратегия в странах ЦАР К концу 1990-х гг. сложившаяся обстановка в регионе, а также укрепление позиций России и усиление активности США, направленной на закрепление своего влияния в нем, потребовали новых подходов и от Китая.

С 1997 г. Центральная Азия начинает рассматриваться китайскими экспертами в качестве стратегически важного региона для Китая и это зависело от нескольких условий. Первое. Это скорейшее решение спорных вопросов о границах между Китаем и странами региона и подписание окончательных соглашений по данному вопросу. Второе. Локализация угрозы этнического сепаратизма, исходящей от уйгурских организаций, дислоцирующихся на территории ЦА и, по мнению Китая, «...поддерживающих тесные контакты с сепаратистскими организациями на территории СУАР КНР». Третье. Обретение Китаем устойчивого позитивного имиджа в глазах политического руководства и населения государств ЦА. Четвертое. Получение Китаем доступа к углеводородным ресурсам региона. Пятое. Обеспечение условий, гарантирующих, что ЦА не окажется под доминантным контролем какой-нибудь одной державы или группы государств, особенно из числа тех, отношения с которыми у Китая складываются не самым лучшим образом. В Пекине понимали, что благодаря экономическим

позициям, уже утвержденным Китаем в ЦА, однако прежде всего, в силу экономической и военной слабости России, перед Китаем открывается возможность существенного расширения его влияния на регион ЦА. Центральноазиатский регион играет стратегически важную роль в обеспечении национальной безопасности Китая. Наряду с Россией, этот регион выступает для него в качестве глубокого тыла, надежной на фоне переориентации военных акцентов США на тихоокеанский бассейн, где нарастает конкуренция двух центров силы – США и КНР.

Так в 2000 г. Китай подключился в региональную «нефтегазовую игру». В июле 2002 г. президент Туркменистана Сапармурад Ниязов и председатель КНР Цзян Цзэминь подписали в Ашхабаде меморандум о строительстве газопровода «Туркменистан–Китай» (с возможным его продлением до Японии). В мае 2005 г. президент Узбекистана Ислам Каримов, посетивший Китай с деловым визитом, подписал с КНР соглашение о долгосрочном сотрудничестве в области разведки и последующей добычи узбекской нефти. Это была отправной точкой энергетической политики Китая в ЦАР. В экономическом плане Китай в целях преодоления острого ресурсного дефицита и проблемы рынков сбыта не скрывает свои планы на соседние и близлежащие страны ЦА. Если Китай мог предложить центральноазиатским партнерам практически все и проявлял активность, то последние, в свою очередь, за неимением серьезных промышленных товаров, занялись капитализацией своих территорий. Это означает выставление на рынок источников минерального и энергетического сырья, отвод земель для прокладки крупных трубопроводов, железных и автомобильных дорог, создание инфраструктурных объектов. Своего рода квинтэссенцией процесса развития связки Китай и Центральная Азия можно назвать возникновение идеи и процесс образования Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), которая направлена, прежде всего, на военное и экономическое сотрудничество в регионе. Политика Китая в отношении ЦАР предлагала свои и подхватывала местные проекты. Таким образом, этот регион на сегодня становится для Китая транзитным пространством с расчетом на малоуязвимый, в сравнении с морским, сухопутный выход в Закавказье, через Каспий и дальше в Европу, на Ближний Восток, к Средиземному морю (это воссоздает Великий Шелковый путь на новой технологической основе), через Иран к Персидскому заливу и через Пакистан к Индийскому океану. Это значит, что

создаются перспективные для Китая евразийские коридоры, более скоростные и дешевые, чем северные российские маршруты, которые работают на пределе пропускных возможностей. Кроме того, в лице стран Центральной Азии Китай заимел крупных поставщиков нужных ему ресурсов на длительную перспективу. Так, значительные объемы нефти и цветных металлов, более половины импорта газа Китай ввозит из этого региона по приемлемым для него ценам. Как бы то ни было, интересы Китая и стран Центральной Азии в торгово-экономической сфере сошлись довольно крепко. Пекин продвигает программу построения «приграничного пояса открытости», что означает поощрение субрегиональной интеграции. Сыньцзян-Уйгурский автономный район (СУАР) располагает около 30 КПП, что гораздо больше, чем на всей российско-китайской границе. Это значит, что можно говорить о существовании реального материального фундамента связки Китай и Центральная Азия (торговый оборот со странами региона за последние 20 лет вырос более чем в 100 раз). За упрочение этого фундамента Пекин будет действовать упорно, исходя из собственных стратегических потребностей. Превращение в важный центр добычи нефти и газа повышает значимость прикаспийских стран в мировой энергетике. Как отмечалось ранее, существенная часть добываемых в Центральной Азии углеводородов поступает на рынки стран АТР, в первую очередь Китая. Казахстан. В последние годы КНР ускоренно наращивает импорт нефти из соседних постсоветских стран, особенно Казахстана. В 2010 г. на долю республики приходилось 4,2% всего китайского нефтяного импорта в сравнении с 1% в 2000 г. (таблица 1.3).

Таблица 1.3

Постсоветские нефтеэкспортеры: доля в совокупном импорте сырой нефти КНР, %

	1995	2000	2005	2006	2007	2009	2010
Бывший СССР	0,2	3,1	11,1	12,8	12,6	11,0	10,6
Россия	0,2	2,1	10,1	11,0	8,9	7,5	6,4
Казахстан	0,0	1,0	1,0	1,8	3,7	3,5	4,2

*Источник: рассчитано по базе данных UN COMTRADE и таможенной статистике

КНР

Параллельно нарастила значимость нефтяного экспорта на китайский рынок и для самого Казахстана. В 2007 г. экспорт нефти с территории Казахстана в Китай приблизился к 6 млн. т., что составило около 10% всего казахстанского нефтяного экспорта. В 2008 г. КНР стал четвертым крупнейшим нефтяным рынком для Казахстана после Швейцарии, Италии и Франции. Сейчас, после пуска в эксплуатацию прямого нефтепровода из Казахстана в Китай последний стал вторым крупнейшим экспортным рынком для казахской нефти (таблица 1.4).

Казахстан географически ближе к Китаю и, следовательно, больше подвержен его геэкономическому влиянию. Присутствие Китая в энергетическом секторе Казахстана имеет более давнюю историю по сравнению с Туркменистаном, и Китай занимает там прочные позиции. Во время приватизации 1990-х гг. Китай приобрел энергетические предприятия на западе Казахстана. На протяжении многих лет они были убыточными, однако позволили Китаю сохранить там свое присутствие. В конце 1990-х гг. был подписан контракт о строительстве нефтепровода из Восточного Казахстана в Китай. Переговоры о реализации этого проекта затянулись на несколько лет, но в декабре 2005 г. трубопровод «Атасу-Алашанькоу» был открыт и на следующий год введен в эксплуатацию. Этот нефтепровод был постепенно продлен на запад до Каспийского моря, и его протяженность увеличилась примерно втрое после приобретения Китаем канадской компании, владевшей необходимым участком в центральной части Казахстана, а присутствие в западной части страны с 1990-х гг. позволило присовокупить другой сегмент, который будет добавлен к тем, что идут на восток. Газопровод из Туркмении в Китай проходит через Казахстан, и на более поздних этапах по нему пойдет на экспорт и казахстанский газ.

Таблица 1.4.

Казахстан: основные экспортные рынки для нефти, млн. т.

	2001		2008		Январь-февраль 2015	
						% к аналог периоду 2013 г.
Бермудские о-ва	8,0	Швейцария	23,7	Италия	3,4	-20,1
Россия	5,3	Италия	11,4	Китай	0,94	-60,3
Италия	4,4	Франция	9,3	Франция	1,1	-28,5
Украина	3,7	Китай	6,4	Нидерланды	1,5	-20,7
Брит. Виргинские о-ва	3,0	Нидерланды	5,1	Австрия	-«-	-«-
ОАЭ	2,1	Израиль	4,6	Канада	-«-	-«-
Германия	1,4	Россия	4,0	Румыния	-«-	-«-
Великобритания	1,4	Румыния	2,0	Израиль	-«-	-«-
Польша	1,1	Испания	1,9	Польша	-«-	-«-
Китай	0,6	Турция	1,8	Греция	-«-	-«-

*Источник: составлено по таможенной статистике Казахстана

Казахстан первым в регионе взял на вооружение термин «много-векторная политика», правда в начале 1990-х гг. он больше относился к внешнеполитической ориентации (не к энергоресурсам). Это было обусловлено не только географическим положением страны, располагавшейся в центре региона, но и тем, что при относительно небольшой численности населения территория Казахстана занимала большую площадь. При этом юридически признанные государственные границы, как правило, не совпадали с рельефом местности. Со временем этот термин, в основном, стал использоваться применительно к экспорту энергоресурсов.

Туркменистан. В газовой политике взгляд Пекина упал на газ Туркмении, экспортом которого раньше почти монопольно занимался российский «Газпром». Китай решил действовать через так называемую «кредитную дипломатию» – и только на разработку ресурсов газового месторождения Южного Иолотаня Госбанк КНР выделил 8,1

млрд долл., что позволило китайскому бизнесу иметь негласный режим особого благоприятствования. Несмотря на все заверения официального Ашхабада о задействовании новых месторождений, эксперты уверены, что экспорт в Китай обеспечивается за счет тех объемов природного газа, который раньше шел по северному направлению в Россию. Но встает вопрос о финансовой эффективности туркменского газового экспорта в Китай. По оценкам экспертов, Китай платил в первой половине 2014 года за тысячу кубометров газа Ашхабаду \$270–280 (вся информация по финансовой части контракта полностью закрыта), причем значительная часть платежей производится китайскими товарами. Сейчас цена на туркменский газ в связи с падением нефтяных котировок будет значительно ниже. В результате Туркмения поставляет свой газ в Китай по самой низкой по сравнению другими покупателями цене, и компенсировать финансовые потери от поставок газа в Россию китайское направление не может. Отказаться от столь низкой цены на поставляемый в Поднебесную газ Туркмения не сможет – разработка месторождений (точнее поддержание уровня добычи на старых) и строительство газопроводов велось на китайские кредиты и сейчас эти месторождения управляются китайскими специалистами. Кроме того, газопровод просто технически невозможно переориентировать на другого потребителя.

Узбекистан. Началом китайского проникновения в нефтегазовую отрасль Узбекистана (которая всегда была традиционным полем деятельности российских компаний) следует считать 2004 год, когда Китайская национальная нефтегазовая компания (КННК) и Национальная холдинговая компания (НХК) «Узбекнефтегаз» подписали рамочное соглашение о развитии сотрудничества. КННК осуществила или планирует осуществить целый ряд проектов в нефтегазовой отрасли Узбекистана, среди которых особо выделяются следующие: строительство узбекского участка газопровода «Туркменистан–Китай»; планы по освоению нефтяных месторождений в Ферганской долине (Ферганская, Андижанская и Наманганская области, восточная часть Узбекистана); подготовка к освоению нефтегазоконденсатных месторождений в Бухарско-Хивинском регионе и на плато Устюрт; подготовка к освоению нефтегазоносных месторождений в узбекской части Аральского моря (северо-западная часть Узбекистана); участие в финансировании строительства установки по производству сжиженного

газа на Мубарекском ГПЗ (г.Мубарек, Кашкадарьинская область); планы по организации совместного производства нефтегазового оборудования на территории Узбекистана.

Уже сейчас практически весь газовый экспорт Узбекистана оказался переориентированным с российского на китайский рынок. Но много ли плюсов получил Ташкент от такой переориентации? Вопрос остается открытым. В 2014 году Китай объявил о запуске двух крупных инициатив на общую сумму как минимум \$90 млрд, призванных, как предполагается, ускорить и расширить экспансию КНР в Азии, особенно в центральноазиатском регионе. Данный проект под названием Фонд Шелкового пути состоит из двух частей – «Экономического пояса Шелкового пути», проходящего через Центральную Азию, и «Морского Шелкового пути XXI века» вдоль морского побережья Южной Азии.

Предполагается, что проект крепче свяжет государства региона с Китаем, а также расширит торговые коридоры между КНР и европейскими рынками. Однако вопрос в том: сможет ли эта модель выдержать возрастание и разнообразие внутренних и внешних нагрузок? Заложена ли в ней вирус наступления паралича управления? На наш взгляд, несмотря на некоторое торможение экономического развития и рост социальной напряженности, резервы прочности значительны. Преимущество модели видится в способности постоянного самосовершенствования, выражающееся в широком горизонте гибкости, высоких приспособительных способностях, в умелом использовании «мягкой силы» (ей придается большое значение). Такое ее качество имплицитно подразумевает умеренность во внешней политике, приоритетность укрепления добрососедства по «тыловому» периметру Китая. В этом контексте связка Китай-Центральная Азия, наряду с российским направлением, выглядит важным фактором, способствующим удержанию китайской модели в состоянии динамической стабильности. В политическом плане эта модель, взятая в неразрывном комплексе ее главных составляющих, представляется стратегически выгодной и для Китая и для окружающих КНР стран.

Российская Федерация в последние годы заметно и целенаправленно обозначает серьезность намерений возобновить свое активное присутствие в регионе Центральной Азии как политически, так и эко-

номически. В этом ключе Центральная Азия оказывается одновременно как бы в двух связках – с Китаем и с Россией. Формирование двух связок нельзя сбрасывать со счетов ни в Москве, ни в Пекине, ни в столицах среднеазиатских государств. Политически у России и Китая совпадающее поле озабоченностей в том, что касается безопасности и стабильности центральноазиатского региона. Это убедительно показывает их тесное и плодотворное взаимодействие по всему спектру деятельности ШОС. И здесь не проступают какие-либо признаки антагонистических веяний. В культурном плане регион есть и будет контрастно самобытным по отношению к обеим странам, поэтому в кратко- и среднесрочной перспективе российско-китайского противостояния в данной сфере ожидать не приходится. Просматриваются две области, в которых Россия и Китай могут показывать себя конкурентами: - экономическая, что неизбежно и совершенно естественно для современных реалий. Такие ситуации не должны прямолинейно интерпретироваться в плоскости политического соперничества. – в области «мягкой силы», т.е. мирного соревнования имиджей двух стран. Правда, в обоих случаях вовсе не исключается российско-китайское соединение усилий в конкретных начинаниях и проектах, будь то в рамках ШОС или в иных форматах. Борьба за доминирование в Центральноазиатском регионе между Китаем и Россией носит весьма объективный характер в планах реализации во многих одновекторных направлениях энергетического и, в целом, экономического развития.

Какие выводы должна делать Россия из взаимодействия стран Центральной Азии с Китаем? Безусловно, России и «Газпрому» нужна диверсификация поставок газа и уменьшение зависимости от европейского рынка. Но, учитывая опыт Туркменистана и Узбекистана, безопасно ли завязывать объемы такого мощного газопровода, как «Сила Сибири» только на одного конечного покупателя в лице Китая? Стоит ли брать китайские кредиты на строительство этого газопровода и если брать, то на каких условиях? Стоит ли использовать при строительстве «Силы Сибири» китайское оборудование, пусть и предоставленное в кредит? Все эти вопросы не пустые и правильная оценка опыта Центральной Азии поможет избежать многих неоднозначных и неприятных моментов в энергетическом сотрудничестве Москвы с Пекином. К тому же, это особо актуально на фоне планов «Газпрома» запустить в Китай так называемый «западный маршрут поставок газа».

Итак, анализируя центральноазиатский энергетический вектор Китая, можно сделать следующие выводы:

1) Россия и Китай пытаются установить контроль в ЦАР. Однако у Пекина и Москвы получается это по-разному;

2) Китай пытается экономически и политически проникнуть в ЦА, чтобы добраться до энергоресурсов (что сейчас и делается, причем, в довольно короткие сроки). По мнению России, Пекин должен быть поставлен в зависимость от нефтяных компаний России;

3) Китаю критически необходимы дополнительные энергоресурсы для поддержания своего экономического роста, что делает логичным действия Пекина в данном регионе;

4) Россия стремится ограничить экономическую и политическую экспансию Китая. Поскольку ЦА традиционно является сферой влияния России, и Китай является ее конкурентом в данном регионе. Если Китай получит доминирование над запасами природного газа в ЦА, то это поставит господство России в газовой промышленности в сложное положение;

5) Китай все больше расширяет сферу своего влияния в регионе. Возрастает многообразие интересов Пекина (ж/д, электро-энергетические проекты, гидроэлектростанции и др.);

6) Россия нацелена заключать энергетические соглашения с Китаем (например, «Сила Сибири»), чтобы контролировать амбиции Китая.

7) Руководство стран ЦА придерживаются политики многовекторности, что усугубляет контроль в регионе для Москвы и создает атмосферу конкуренции.

8) Россия будет активно продвигать интеграционные и иные проекты (ЕАЭС, ОДКБ, ШОС и др.) в регионе, где она играть ключевую роль, чтобы сохранить сферу своего влияния.

9) По мере перемещения центра тяжести мирового развития в сторону Азиатско-Тихоокеанского региона политическая значимость Центральной Азии как геополитической сердцевины («Хартлэнда») Евразийского континента будет только возрастать.

Литература:

1. *Адясов И.* Россия–Китай: анализ ошибок Центральной Азии//Восточное агентство «Ostkraft». 2013, июнь.
2. *Ван Баодон.* Развитие нефтегазовой отрасли КНР//Бурение и нефть. Январь, 2015 г.
3. *Жуков С.В.* Азиатские энергетические сценарии 2030. Под ред. С.В. Жукова. М., Магистр, 2012 г., 336 с.
4. *Жуков С.В.* Потенциал и риски неконвенционального газа//Глобализация рынка природного газа: возможности и вызовы для России. М.: ИМЭМО РАН, 2010. С. 21–34.
5. *Лузянин С.* Энергетическая стратегия Китая: бонусы и ловушки // РГРК «Голос России». Март, 2013 г.
6. *Махин А.* Энергетическая стратегия Китая//2012 г.
http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=489#top
7. Последствия низких цен для нефтяной отрасли // Энергетическая бюллетень. Январь, 2015 г.
8. *Пусенкова Н.* Российская энергетическая политика на Востоке: Китайские головоломки. Париж, 2013 г.
9. *Роберт М.* Катлер Российско-китайское соперничество за энергетические ресурсы в Центральной Азии//Российский совет по международным делам//Июнь, 2012 г.
10. *Ртвеладзе Э.* «Великий Шелковый путь». Государственное научное издательство «Узбекистон миллий энциклопедияси». Ташкент. 2009 г.
11. *Сушенцов А.* Экономическая экспансия Китая в ЦА.
<http://www.foreignpolicy.ru/analyses/ekonomicheskaya-ekspansiya-kitaya-v-tsentralnoy-azii/>
12. *Шабарова А.* Интеграция как стимул инновационного развития стран ЕврАзЭС//Национальные энергетические стратегии в условиях глобализации. Энергетика как платформа инновационного развития//Под ред. С.В. Жукова. М.: ИМЭМО РАН, 2014. с. 38–47.
13. *Якушин А.* Взгляд в будущее. Что ожидает угольную промышленность через несколько десятилетий//Пронедра.
14. BP Statistical Review of World Energy. June, 2011.
15. Thomson Reuters Datastream. January, 2015.
16. Zhu J., Che C, Yong H., Liu C. China Assesses Conventional Resources in 115 Basins // Oil & Gas Journal. April, 2010. P. 32–35.

СТАНОВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИИ: ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ УКЛАДЫ И ВОЛНЫ МОДЕРНИЗАЦИИ

**Борисова Е.В.,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет**

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы построения инновационной экономики в РФ на основе шестого технологического уклада, дается классификация существенных признаков технологических укладов и выделение волн модернизаций.

Ключевые слова: инновации; инновационная экономика; производственные отношения; технологический уклад; волны модернизации.

Key words: innovation, innovation economics, industrial relations, technological order, modernization waves.

В настоящее время российская экономика замедляет свой рост. Основными факторами, повлиявшими в последний год на снижение темпов экономического развития, являются падение цен на углеводородное сырье и девальвация национальной валюты. В таких условиях особое значение приобретают вопросы изменения структуры экономики, перевод ее на инновационный путь развития. Инновационная экономика – это экономика, основанная на новых прорывных технологиях и принципиально новых знаниях.

Такая экономика связана с новым шестым технологическим укладом, в основе которого лежат высокие наукоемкие технологии.

Технологический уклад представляет собой виды сопряженных, развивающихся синхронно производств, имеющих единый технический уровень. В основе экономики лежат технологические уклады, и переход одного технологического уклада к другому будет определять ее развитие. Движущей силой развития в данном случае будет являться уровень инновационного развития.

Однако, надо учитывать, что смена технологических укладов в экономике происходит не только под влиянием развития научно-технического прогресса, но и под влиянием развития общественного мышления. Массовое освоение новых технологий происходит значительно позже их появления.

В России за последние столетия можно выделить конкретные примеры модернизаций на основе освоения и перехода к новому технологическому укладу. Нами разработана хронология волн модернизации в России в их взаимосвязи с технологическими укладами (см. таблицу).

Первые примеры модернизации можно отнести к периоду царствования Петра I. Однако, существенный толчок развития промышленности был дан в середине XIX века, ознаменованный реформами 60–70-х гг. (прежде всего подписанием в 1861 г. манифеста «О всемирнейшем даровании крепостным людям прав состояния свободных сельских обывателей» и «Положение о крестьянах, вышедших из крепостной зависимости»). Была осуществлена раннеиндустриальная модернизации в России, когда на фабриках и заводах крепостная работа стала заменяться наемным трудом. Так, за 27 лет (с 1854 года по 1881 год) количество фабрик увеличилось с 9 944 фабрики с численностью рабочих 459 637 человек до 31 173 фабрики с численностью 770 842 человека. [1]

Таблица – Взаимосвязь технологических укладов и волн модернизации в России (середина 19–21 вв.)*

Технологические уклады (ТУ) и их сущностные признаки		Волны модернизации	
Период, гг.	Основной ресурс (ОР), Главная отрасль (ГО), Ключевой фактор (КФ)	Модернизация и ее приоритетные отрасли	Период, гг.
1 ТУ: 1770–1830 гг.	ОР: Энергия воды; ГО: Текстильная промышленность; КФ: Текстильная промышленность	«Отмена крепостного права как форма развития промышленно- сти»; Текстильная, металлообрабаты- вающая промышленность	1861–1880 гг.
2 ТУ: 1830–1880 гг.	ОР: Энергия пара, уголь; ГО: Транспорт, черная металлургия; КФ: Паровой двигатель	«Рельсовая», Железнодорожное строительство (Великий Си- бирский рельсовый путь)	1891–1916 гг.

Окончание таблицы

Технологические уклады (ТУ) и их существенные признаки		Волны модернизации	
3 ТУ: 1880–1930 гг.	ОР: Электрическая энергия; ГО: Тяжелое машиностроение, Электротехническая промышленность; КФ: Электродвигатель	«План ГОЭЛРО»; I. промышленность; II электроэнергетика	I. 1920–1926 гг. II. 1927–1941 гг.
4 ТУ: 1930–1970 гг.	ОР: Энергия углеводородов, ядерная энергетика; ГО: Автомобилестроение, нефтепереработка, синтетические полимерные материалы; КФ: Двигатель внутреннего сгорания, нефтехимия	«Конверсионно-восстановительная: инновационный прорыв»; Автомобиле-самолестроение, большая химия, освоение атомной энергетике и космоса	1945–1960 гг.
5 ТУ: 1970–2010 гг.	ОР: Атомная энергия; ГО: Микроэлектроника, информационные технологии, генная инженерия, телекоммуникации, освоение космоса; КФ: Микроэлектронные компоненты	«Развитие электронной промышленности»; I. Микроэлектроника II. Отсутствие модернизации. Утрата позиций 4 ТУ. Сырьевая зависимость экономики.	I. 1960–1990 гг. II. 1990–2010 гг.
6 ТУ: с 2010 г.	ОР: Атомная энергия, нанозергия, солнечная энергия; ГО: Нано- и биотехнологии, клеточная и ядерная технологии, инженерия живых тканей и организмов; КФ: Нанотехнологии	«Модернизация как условие перехода к инновационной экономике»	с 2010 г.

* разработано автором на основе: Нанотехнологии как ключевой фактор нового технологического уклада в экономике / Под ред. С.Ю. Глазьева и В.В. Харитонов. – М.: «Тривант», 2009. – 12-13 с.; Попов А.И. Создание новой модели развития: модернизация и условия перехода к инновационному развитию / Известия СПбГУЭФ. – №4. – 2012.

Следующим примером трансформационных преобразований можно выделить «рельсовую» модернизацию конца XIX в., связанную прежде всего с сооружением стратегически важного по тем временам, Великого Сибирского рельсового пути. Уже к 1900 было проложено 48 091 км железнодорожных путей, а к 1910 году – свыше 66 тыс. км. Эффект дороги был ощутим: была освоена огромная территория страны, на ее протяжении было основано 10 городов, численность населения увеличилась с 1897 г. по 1914 г. на 50 млн чел., промышленность России с 1887 по 1913 г. выросла почти в 5 раз.

Третья волна модернизации связана с государственным планом электрификации России – план ГОЭЛРО. Реализацию этого плана можно разделить на два этапа. На первом (1920–1926 гг.) происходило восстановление разрушенного производства. Восстановление разрушенной экономики рассматривалось в плане лишь как часть программы – основа для последующей реконструкции, реорганизации и развития народного хозяйства страны. На следующем этапе (1927–1941 гг.) проходило формирование и развитие экономики. К 1931 году были перевыполнены все плановые показатели по энергостроительству. Вместо запроектированных 1750 кВт новых мощностей ввели в эксплуатацию 2560 кВт, а производство электроэнергии только за один последний год увеличилось почти вдвое, а уже к 1935 году советская энергетика вышла на уровень мировых стандартов и заняла третье – после США и Германии – место в мире. Как в теоретическом, так и в практическом аспекте план ГОЭЛРО оригинален и аналогов в мировой практике не имел. Напротив, его уникальность, привлекательность и практическая реальность стали причиной попыток копирования его ведущими странами мира. В период 1923–1931 годов появились программы электрификации США (разработчик Фран Баум), Германии (Оскар Миллер), Англии (комиссия Вейера), Франции (инженеры Велем, Дюваль, Лаванши, Мативэ и Моляр), а также Польши, Японии и др.

Четвертая волна модернизации – конверсионно-восстановительная: инновационный прорыв. В послевоенные годы экономика СССР столкнулась со сложнейшими вызовами: восстановление разрушенных в годы войны производств и конверсия военных предприятий, а также переход на инновационный путь развития. В целом, стратегия развития экономики 1950–1960-х гг. позволила России выйти на лидирующие позиции в создании атомной энергетики, Советская космическая программа на шагах опережала США в освоении космоса, началось серийное производство реактивных самолетов, активно развивалось станкостроение, большая химия и биотехнологии. Научно-технический потенциал советской промышленности признавался всеми странами. В результате экономика России заняла прочные позиции как страна четвертого технологического уклада.

По объему финансирования инновационной сферы Советский Союз занимал 1-е место в мире вплоть до конца 1980-х гг.: инвестиции

в НИОКР на период с 1950 г. по 1987 г. увеличились с 1 млрд руб. до 33,3 млрд руб., однако реформы 90-х годов и переход к рыночной экономике привел страну к серьезному экономическому кризису, развертывании сырьевой модели развития страны и отсутствию модернизации.

Для перехода на новый шестой технологический уклад, на наш взгляд требуется комплексная модернизация, которая будет являться основным фактором для перехода к экономике инновационного типа. Данную модернизацию необходимо провести в несколько этапов: первый – восстановительный; второй – формирование институциональных условий (в т.ч. развитие НИОКР и технической базы высоких технологий); третий – переход к инновационной экономике.

На первом этапе необходимо провести масштабную индустриализацию, воссоздание передовых производств и секторов народного хозяйства. Вторым этапом является развитие научно-технического и опытно-конструкторских секторов. Инновации будущего связаны с научными исследованиями в самых разных областях знаний. Парадигма науки в последнее время поменялась: она перешла от анализа к синтезу. Наряду с получением новых знаний более остро стоит вопрос синтеза уже накопленных знаний. Необходима параллельная разработка исследований в самых разных направлениях науки.

Российская экономика будет конкурентоспособной при условии непрерывного обновлений технологической базы, основанной на инновациях. На наш взгляд, инновационная экономика должна базироваться на новых знаниях. То есть знания становятся важнейшим фактором производства в цепочке: экономика-образование-научные исследования-инновации-экономика.

Третий этап будет служить основой перехода к шестому технологическому укладу. В данной ситуации потребуются колоссальные инвестиции, направляемые в высокотехнологичные отрасли. России нужны глобальные открытия, которые переведут экономику на новый технологический уклад, основанном на экономике знаний. Современное состояние и ресурсное обеспечение сфер образования и науки, неэффективность механизмов их управления во многом влияет на становление инновационной экономики в РФ. Недооценка ключевых составляющих представленной цепочки обуславливает существующие негативные проявления в инновационной экономике. Это касается и

недостаточного финансирования таких сфер как образование и наука. Медленные темпы роста экономики во многом определяются несоответствием заявленных стратегических задач перехода к инновационной экономике и имеющегося ресурсного обеспечения этих сфер [4].

Таким образом, переход к новому технологическому укладу, научно-техническое развитие экономики будет способствовать повышению конкурентоспособности российской экономики, ее структурной перестройки. Поскольку российская экономика является сырьевой, выход ее из кризиса возможен только на основе построения инновационной экономики. Целенаправленный поиск, создание и практическая реализация инноваций и нововведений позволят повысить экономическую эффективность производства, уровень удовлетворения общественных и личных потребностей, и, в конечном счете, продолжительность и качество жизни человека.

Литература:

1. Россия. Энциклопедический словарь/изд. Ф.А. Брокгауз и И.А. Ефрон. Л.: Лениздат, 1991. 280 с.
2. *Попов А.И.* Создание новой модели развития: модернизация и условия перехода к инновационному развитию/Известия СПбГУЭФ. №4. 2012.
3. *Панина О.В., Аржанова М.О., Базанова А.Г.* Инновационное государство. В сборнике: Инновационное развитие современной науки/сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян А.А., 2015, с. 168–171.
4. Dennis L. Meadows. *Limits to Growth: The 30-Year Update.* New-York: Chelsea Green Publishing Company, 2004. 338 p.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОЯС ШЕЛКОВОГО ПУТИ КАК ОСНОВНОЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ АЗИАТСКОГО КОНТИНЕНТА

*Мамсуров С.Ш.,
Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова*

Аннотация: Представлен обзор нескольких подходов к оценке экономического пояса Шелкового пути как вектора развития Азиатского континента.

Ключевые слова: экономический рост, Шелковый путь, Азиатский регион.

Keywords: economic growth, the Silk Road, the Asian region.

В наше время Азиатский регион имеет весьма важное экономико-политическое положение. В него входят ряд таких влиятельных стран как: Китай, Индия, США, Россия, Япония, Южная Корея. Здесь представлены крупные международные организации: АСЕАН (Ассоциация государств Юго-Восточной Азии), ШОС (Шанхайская организация сотрудничества), АТЭС (Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество), всем нам известный ЕвроЗЭС и идея КНР «Экономический пояс Шелкового пути».

Идея «воссоздания» Великого шелкового пути не нова. После распада СССР, когда центрально-азиатский регион стал самостоятелен и в политическом, и в экономическом планах, интерес к нему со стороны различных стран мира возрос. Грубо говоря, началась геополитическая конкуренция за Центральную Азию. В этот момент стал использоваться бренд Шелкового пути и сформировалось несколько подходов к дальнейшему видению ЦА на мировой арене, а именно: российский, американский, европейский, китайский и собственно центрально-азиатский подходы. Так почему же именно идея КНР выходит на первый план? Рассмотрим более подробно каждый из подходов.

Европейский подход. «Политика Восточного партнерства»

Восточное партнерство осуществляет внешнюю политику ЕС в отношении стран Восточной Европы и Южного Кавказа. Созданное в мае 2009 года на Пражском саммите Восточное Партнерство направлено на ускорение политического объединения и углубление экономической интеграции между Европейским Союзом, Беларусью, Молдовой, Украиной и странами Закавказья. Довольно-таки масштабный проект, на территории которого проживает около 600млн человек.

Евросоюз как главный инициатор уже сегодня понимает потенциал востока и это соглашение является одним из шагов к центрально-азиатскому рынку. Что же предлагает ЕС?

- интеграцию в экономику ЕС с обширными соглашениями о свободной торговле;
 - упрощение порядка въезда в ЕС через постепенную либерализацию визового режима, при соблюдении мер по борьбе с незаконной иммиграцией;
 - укрепление механизмов энергетической безопасности;
 - увеличение финансовой помощи;
 - более тесное сотрудничество в сфере окружающей среды и климата;
 - увеличение контактов между людьми и расширение участия гражданского общества.
1. Как мы с вами видим, ничего принципиально нового ЕС не предлагает, многое из перечисленного пережили на себе страны ЦВЕ, причем далеко не все успешно.
 2. Под большим вопросом полноценное участие в проекте таких стран как Белоруссия и Армения т.к. они состоят в ЕВРОЗес, а для Москвы, как центра союза, это стратегически важный вопрос.
 3. Присутствуют страны с внутривосточными проблемами - Молдавия, ну и само собой Украина.
 4. ЕС на сегодняшний день, находится в кризисе и поэтому является слабым интегратором. Для удачного взаимодействия партнерства и его успешного развития, необходим сильный интегратор с мощной экономикой, который готов инвестировать, создавать большие промышленные, инфраструктурные проекты. ЕС должен заинтересовать восточные страны и страны ЦА, т.к. в настоящее время именно за азиатский регион идет полномасштабная борьба.

Анализируя перспективы развития сотрудничества ЕС с восточными странами, можно говорить о проделанной работе, о встречах в Брюсселе, однако ЕС очевидно проигрывает своим соперникам в борьбе за этот регион. По этой причине появилась идея о смене вектора с Восточного партнерства к Южному (Ближний восток и страны Магриба).

Подход России: Проект евразийской интеграции (ЕвроЗЭС)

В России концепция развития тесных экономических и политических связей с ЦА получила название «евразийская интеграция». РФ воспринимает ЦА как культурно близкий регион в силу того, что государства Центральной Азии более столетия входили в состав Российской Империи, СССР. С политической точки зрения институты Центральной Азии схожи с российскими, так как в большинстве своем в полном виде или частично заимствованы из нашей страны.

Первым шагом, способствующим экономической интеграции постсоветских стран, стало создание в 2010 году Таможенного союза, предусматривающего единую таможенную территорию, на которой во взаимной торговле товарами не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера.

Кроме экономических аспектов интеграции есть планы по образованию политического объединения – Евразийского союза, основанного на определенных ценностях и культурных принципах, подходящих для ЦА, более отличных от западных, что сделает подключение к евразийской интеграции более предпочтительным, чем прямая ориентация на ЕС.

ЕвроЗЭС довольно внушительный по территории союз, однако он состоит всего из 5-ти стран (Россия, Белоруссия, Казахстан, Киргизия и Армения) с общим населением около 180-ти миллионов. Рынок совсем не большой, однако ключевой проблемой союза является отсутствие экономической интеграции. Для ее реализации необходима налаженная инфраструктура, которая позволяла бы более тесно и мобильно взаимодействовать странам, создавать единое экономическое пространство, ведь в ЕвроЗЭС огромные расстояния между экономическими центрами от Москвы до Еревана 2200 км, а от Минска до Астаны и вовсе 3500 км. К тому же Россия в своем сегодняшнем состоянии рецессии, является довольно слабым интегратором. Пока, что ЕвроЗЭС больше похож чисто на геополитический проект России.

Американский подход: «Новый шелковый путь»

Планы Вашингтона направлены на сокращение влияния в ЦА России и Китая путем переориентации центрально-азиатских государств на Южную и Юго-Восточную Азию. Американская идея «Нового шелкового пути» неразрывно связана с концепцией «Большой

Центральной Азии» Фредерика Старра, призывающего, по факту, установить через Афганистан тесные связи государств ЦА с Индией и Пакистаном и тем самым ослабить одностороннюю ориентацию на Москву и Пекин и не в коем разе не допустить трехстороннее сотрудничество Москва-Тегеран-Пекин. Крайне коррумпированная власть Афганистана во многом помогает идеи американцев, однако едва ли Кабул сможет стать центром азиатского региона (несмотря на колоссальные инвестиции со стороны США, которые кстати говоря превысили уже количество инвестиций в Европу 1959-х годов по плану Маршалла), более того лишит Россию традиционного политического влияния в странах ЦА или помешать развитию КНР на запад, отсюда следует перспективы развития идей Вашингтона по средствам Кабула очень сомнительны.

Сегодня на первый план выходит идея КНР о воссоздании «Экономического пояса Шелкового пути», как новой формы углубления сотрудничества Китая, государств Центральной Азии и России.

Этот пояс проходит от северо-восточных районов Китая до центральной Европы, по существу это-объединение Тихого океана с Балтийским морем, как сухопутным, так и морским путем.

На 2015-й год Экономический пояс Шелкового Пути насчитывает более 30 стран (в т.ч. 21 в рамках Морского шелкового пути), в которых проживает более 60% населения Земли и где производится 30% мирового ВВП, включая Иран, Россию, Индию, Пакистан, Мьянму, Казахстан и т.д.)

Безусловно – это самый крупный проект.

Цели проекта:

1. Строительство, развитие и совершенствование транспортной инфраструктуры экономического пояса, особенно в трансграничных районах.

Китай нацелен на создание современной, безупречно функционирующей транспортно-логистической системы. В результате реализации проекта должна быть сформирована транзитно-транспортная система, которая объединит страны ЦА и Китай, а также свяжет регион с Африкой и Европой.

2. Постепенно снижение и затем полная ликвидация торговых и инвестиционных барьеров между участниками ЭПШП.

Создание масштабной зоны свободной торговли от северо-западных провинций Китая, Центральной Азии до Центральной и Восточной Европы.

Подключение ЭПШП к проекту -создания Азиатско-Тихоокеанской зоны свободной торговли (идея, озвученная на Саммите АТЭС в Пекине в ноябре 2014 г.). Китай обещает странам АСЕАН к 2020 г. поднять уровень взаимной торговли до 1 трлн долл., а инвестиции увеличить в 2,8 раза.

3. Усиление многостороннего сотрудничества в финансовой сфере, обеспечение бесперебойного денежного обращения, гармонизация валютных систем стран-участниц.

Масштабные валютные программы по замене доллара юанем. Зоне экономического пояса «Шелкового пути» Пекин отводит роль будущей стартовой площадки по радикальному реформированию мировой долларовой архитектуры.

В интересах решения этой задачи предполагается создать сеть региональных финансовых организаций развития и оптимизировать движение финансовых потоков.

5. В перспективе планируется создать семь коридоров: транспортный, энергетический, торговый, информационный, научно-технический, аграрный, туристический. «Замысел ЭПШП – по сути безграничная пустота, которая будет постепенно заполняться проектами; между ними будут устанавливаться связи, которые трансформируют разрозненные элементы в систему. То, что соответствует концепции, органично встраивается, то, что чуждо ей, отторгается». «Детали не конкретизированы ни в тоннах, ни в километрах, ни в долларах. Нет расписания, есть только постепенное движение вперед, всему свое время».

ЭПШП – это геополитический экономический план, во главе которого стоит не только Китай, это многополярный и открытый процесс сотрудничества. «Нет закрытости и консерватизма, есть взаимное уважение и толерантность».

В результате решения этих задач будут достигнуты следующие цели:

- улучшена бизнес-среда;
- реализована практика свободного движения капитала;

- удаленные внутриконтинентальные регионы получают новые возможности для развития;
- мега-регион станет в большей мере открыт внешнему миру, став полноценной частью глобальной экономики;
- реализованы основные интересы Китая.

В чем же интересы Китая?

- освоение отсталых западных территорий;
- переход от принципа «входа» к выходу; вывод за рубеж излишних мощностей, инвестирование за рубежом, диверсификация золотовалютных резервов.
- инвестирование в инфраструктуру за рубежом будет:
 - расширять экспортные рынки Китая;
 - обеспечивать высокую отдачу от инвестирования золотовалютных резервов;
 - дополнительным каналом интернационализации китайской валюты.

Принципиальные отличия ЭПШП от ЕАЭС и ЕС

ЭПШП основывается на стратегической координации партнеров, взаимодействие между которыми сложилось естественным путем; бумажные договоренности играют здесь не основную роль.

ЭПШП – не обязательная, не принудительная схема интеграции;

ЭПШП для Китая – «Открытие самого себя», начинается как инфраструктурный проект освоения и развития западных районов страны (Нинся-Хуэйский и Синьцзян-Уйгурский автономные районы, провинции Шэньси, Ганьсу и Цинхай) с целью обретения большей сбалансированности экономики страны;

Еще одно отличие Китая-фундаментальный подход к интеграции.

Перед тем, как проект оформился в стройную концепцию, Китай укрепил экономическое и энергетическое сотрудничество со странами Центральной Азии – сердцем континентального ЭПШП. Он стал самым крупным торговым партнером России, Казахстана и Туркменистана, вторым партнером Узбекистана и Кыргызстана, третьим партнером Таджикистана. КНР закрепила статус крупнейшего импортера России, как крупного поставщика сырья и возможного участника логических цепочек по доставке товаров.

Превосходство Шелкового пути перед ЕАЭС

- ЭПШП объединяет рынок емкостью в 3 млрд человек;
- срединное положение Китая, позволяющее ему выстроить эффективную транспортно-логистическую инфраструктуру во всем макрорегионе. Китай имеет общую границу с 3 странами ЦА и странами Юго-Восточной Азии;
- экономический пояс исключает вмешательство во внутреннюю политику государства и какие-либо попытки ущемления интересов стран-участниц проекта;
- безусловным фактором превосходства ЭПШП над другими проектами является финансовое могущество Китая, который способен финансировать грандиозный проект без ущерба для своей экономики и без угроз внешней стабильности в регионе.
- оперативность и гибкость в реализации проекта;
- создание стройной системы финансирования проекта. Государственное финансирование.

Китай уже пообещал участникам ЭПШП:

1. 1,4 млрд долларов на развитие портовой инфраструктуры в Шри Ланке;
2. 50 млрд долларов на развитие инфраструктуры и энергетические проекты в ЦА;
3. 327 млрд долларов в качестве финансовой помощи Афганистану;
4. банковское финансирование проекта;
5. руководство страны призвало китайские банки предоставлять кредиты странам-участницам ЭПШП в рамках финансового коридора проекта;
6. средства созданного Китаем в ноябре 2014 40-миллиардного (\$) фонда для развития инфраструктуры соседних государств, включая государства ЦА. Цель создания Фонда – «учреждение финансовой платформы, на основе которой станет возможным расшить узкие места в системе логистических связей в Центральной Азии, где устаревшая инфраструктура советских времен является препятствием для интенсификации центрально-азиатской торговли»;

7. 50 млрд долларов средств Банка развития азиатской инфраструктуры (меморандум о взаимопонимании подписали 24 октября 2014 г. представители 21 азиатской страны, заявившие о желании стать учредителями Банка, который начнет функционировать в конце 2015 г.). Учредительный капитал Банка составит 100 млрд долларов.

Центрально-азиатский подход

Отношение государств ЦА к различным проектам, касающимся их собственной судьбы, различно, но в целом они готовы поддержать проект любой страны, если он выразится в финансовой содействии, инвестициях и не будет подрывать основы государственного строя и безопасность. Анализируя вышесказанное можно смело говорить, что экономическим связям между КНР и Центральной Азией суждено расти и располагающий огромным инвестиционным потенциалом Китай займет еще более важное место в экономическом развитии азиатского региона.

Литература:

1. <http://www.gks.ru/>
2. <http://www.brics.mid.ru/>
3. <http://europa.eu/>
4. <http://www.eurasiancommission.org/>

УПРАВЛЕНИЕ МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ РОССИИ И ГЕРМАНИИ В ФОРМЕ ПАРАДИПЛОМАТИИ В УСЛОВИЯХ ВЕДЕНИЯ САНКЦИЙ

*Яковлева Н.В., к.э.н.,
Санкт-Петербургский филиал
Финансового университета*

Аннотация: Рассматриваются вопросы государственного регулирования межнациональных отношений в форме парадипломатии в России. Анализируется использования возможностей технологий парадипломатии в Санкт-Петербурге. Рассмотрен опыт применения парадипломатии в немецких национальных районах Алтайского края РФ.

Ключевые слова: межнациональные отношения, мультикультурализм, государственное регулирование, институты управления, парадипломатия, местные органы управления, Немецкие национальные районы

Keywords: international relations, multiculturalism, government regulation, government institutions, paradiplomacy, local governments, the German national districts.

Изменения, происходящие за последний год в Евро-регионе, очень сильно сказались на России, её авторитете и позиции на мировой арене.

Присоединение Крыма повлекло за собой ряд санкций, в большинстве случаев искусственно вызванных, путем давления Соединенных Штатов на страны Европы. Германия в этом плане не стала исключением. Считается, что влияние международных санкций на социально-экономическое положение России и Германии является предметом исследования российских ученых. Поэтому, считаем нужным рассмотреть проблемы сотрудничества между Россией и Германией после введения санкций и проанализировать возможные пути решения сложившихся проблем.

1. Отношения государств после введения санкций в 2014 году

К наиболее существенным последствиям введения санкций по отношению к России можно отнести приостановление выполнения военного контракта с Россией стоимостью 120 млн евро, экспорт оборонной продукции в Россию, заморозка продажи спутниковых технологий

стоимостью до 700 млн евро, отказ участвовать в ежегодных межправительственных германо-российских консультациях в рамках «Петербургского диалога», прекращение экспорта военной продукции в Россию, запрет въезда на территорию ФРГ определенному кругу лиц и многое другое.

Но несмотря на это, сотрудничество нашей страны с Германией вот уже на протяжении многих веков остается неоднозначными, его можно сравнить с семейными отношениями, где ярко выражены споры, разногласия, ненависть и любовь. В таблице представлены общие сферы жизнедеятельности России с Германией с начала XVI в. по сей день.

Таблица – Общие сферы жизнедеятельности России с Германией с начала XVI в. по сей день.

Этапы	Политическая сфера	Культурно-национальная сфера	Экономико-социальная сфера
Первый этап (XVI–XVIII вв.)	Развитие связей с немецкой слободой, дружба с немцами	Создание немецкой слободы	Привлечение немецких специалистов для развития всех направлений торговли, военного флота, образования
Второй этап (конец XVIII – начало XIX вв.)	Основание небольших закрытых поселений немцев	Привлечение иностранных граждан для освоения большого числа новых плодородных и незаселенных земель	
Третий этап (XIX век)	Ссылка немцев		
Четвертый этап (1917–1941 гг.)	Создание Автономной Советской Социалистической Республики Немцев (6 районов)	Развитие сельского хозяйства, школ, домов культуры, создание инфраструктуры и др	
Пятый этап (1941–1955 гг.)	Неблагоприятный период в отношениях; ссылка немцев		

Окончание таблицы

Этапы	Политическая сфера	Культурно-национальная сфера	Экономико-социальная сфера
Шестой этап (1955–1990 гг.)	Восстановление дипломатических отношений между Москвой и Бонном	Разрозненные поселения	Развитие отношений внутри немецких поселений
Седьмой этап (1991–2014 гг.) (март)	Тесные деловые связи с федеральным канцлером Германии (А. Меркель)	Немецкие национальные районы (2 района)	Привлечение немецких инвестиций для развития производства, торговли, обмен опытом
Восьмой этап (2014–по настоящее время)	Прерывание любых дипломатических связей А. Меркель с Россией	Отказ ФРГ от участия в совместных культурно-гуманитарных проектах (форумах, встречах и т.д.)	Введение санкций против России

Исходя из анализа истории формирования немецких национальных районов в России и создания двухсторонних отношений России и Германии, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день отношения с Германией остаются холодными во всех сферах сотрудничества. Но несмотря на это, седьмой период характерен наоборот прорывом и его можно отнести к благоприятным периодам взаимоотношения. Так к примеру, был осуществлён взаимный обмен, где Германия нуждалась в российских нефти и газе, а Россия, в свою очередь, импортировала немецкие автомобили, станки и химикаты. Товарный обмен между Германией и Россией почти полностью был сбалансирован с точки зрения двустороннего экспорта и импорта. Германия, получая нефть и газ, добываемые в Сибири, экспортирует их в Россию, в первую очередь, автомобили и продукцию машиностроительной и химической промышленности. Деловые связи между предприятиями обеих стран были в последние годы значительно теснее. Это было заметно и в культурной политике стран. В том числе можно выделить общие проблемы в различных сферах жизнедеятельности, это видно из таблицы 1. в первом, втором, седьмом периодах; политико-функциональные контакты со сложным содержанием сотрудничества (первый,

второй, четвертый, седьмой этапы); сохранение исторических традиций и регионального сотрудничества (первый, второй, четвертый, шестой, седьмой этапы). Восьмой этап отличается от всех остальных своих системным охватом и заморозкой отношений

Можно сказать, что седьмой этап отношений, являются наиболее выгодным для обеих стран во всех сферах жизнедеятельности. Можно говорить о том, что в международных отношениях стали выступать новые акторы.

2. Парадипломатия как один из возможных путей решения сложившихся проблем между Россией и Германией

Одной из таких форм международного сотрудничества стала парадипломатия. Термин “парадипломатия” введён в научно-политический оборот сравнительно недавно как понятие для обозначения разновидностей политических коммуникаций на региональном уровне, который позволяет вести самостоятельно международную деятельность региональными (субнациональными) властями для достижения общих целей. Решения данных проблем основано на единстве ценностей, взглядов и культуры. При осуществлении международного (межрегионального) и межнационального сотрудничества необходимо уметь общаться на одном языке и имея общие интересы и желание к сотрудничеству.

Парадипломатия – как одна из форм трансграничного регионального сотрудничества направлена на решение проблем локального характера административно - территориальных единиц субъектов РФ, не граничащих друг с другой, осуществляемым на принципах субсидиарности и параллельности взаимодействия всех политических, экономических, культурных и иных акторов. Такое взаимодействие осуществляется намного эффективнее при наличии общей культуры, этноса, истории. С другой стороны – укрепление хозяйственно-экономических трансграничных связей выступает фактором, укрепляющим осознание единства культурных, этнических и исторических корней взаимодействующих народов.

Сотрудничество на уровне парадипломатии в идеале должно быть организовано на региональном уровне. Недооценка данной разновидности политических коммуникаций, надежда на стихийную положительную динамику процессов пущенных «на самотёк» может приводить не просто к негативным, но и к трагическим последствиям

(последние события на Украине и их влияние на политическую ситуацию на Евроазиатском континенте, вернувшие воспоминания о Холодной войне). Недостаточное внимание со стороны государственной власти к инструментарию гражданской дипломатии сыграло в упомянутых событиях однозначно негативную роль.

Технологии парадипломатии могут служить обеспечению межнационального согласия и гармонизации межнациональных отношений на любой административной территории.

Подобное многообразие говорит о культурной и религиозной развитости города, а вместе с тем открывает широкие возможности коммуникаций между властными структурами и представителями различных этнических групп, которые, как правило, имеют свои организационные структуры (различные землячества, национально-культурные центры и т.п.). К сожалению, такие возможности используются не в полной мере. С нашей точки зрения, недостаточно используются возможности выхода на контакты городской Администрации с административными территориями бывших центрально азиатских советских республик через этнические общины С.-Петербурга.

Если говорить о межнациональных и межконфессиональных отношениях в Европе, то решение проблем адаптации и интеграции новых этнических групп, диаспор, общин выдвинулось на пути проведения политики мультикультурализма, которая сводится к снятию институциональных барьеров для различных этнических мигрантских групп (диаспор) и предполагающая поддержку культурных меньшинств с целью сохранения их самобытности

На практике мультикультурализм обернулся обособлением инокультурных групп, возрождением групповых формы идентичности и фрагментированием общества. Мультикультурализм привёл к политизации культуры, а поскольку политика – это противопоставление и борьба, то, начиная с момента политизации культуры, интеграция в единую общность при сохранении «культурного плюрализма» превращается в утопию. Вследствие попытки трансформировать социальные проблемы в культурные, а классовые в этнические – обострились все упомянутые противоречия.

В России, в отличие от Запада, накоплен достаточно большой опыт работы по интеграции представителей разных национально-этнических групп в единое сообщество. Он во многом отличается от западных походов.

Россия исторически формировалась как многонациональное многоконфессиональное государство. И современное Российское государство, продолжая исторические традиции, предусматривает федеративное устройство, дающее возможность реализации интересов этносов на всех уровнях власти. Именно это качество федерализма отличает Россию от европейских держав, где равноправие получают все земли и округа независимо от их национального состава и исторической значимости.

Отличие РФ от других федеративных государств состоит в том, что субъекты РФ разделяются на категории: автономные округа, автономная область, города федерального значения, области, края и республики, которые имеют одинаковые полномочия, при этом:

- республики являются национально-государственными образованиями (т.е. формой государственности того или иного народа (народов) в составе России); имеют право устанавливать свой государственный язык; принимают свою собственную конституцию;
- автономные округа и области отличаются наличием национальной государственности малых народностей и этнических групп; у которых есть возможность самостоятельно решать вопрос о вхождении в состав Федерации – через край, область.

На сегодняшний день в составе РФ имеется 46 областей, 22 республики, 9 краёв, 3 города федерального значения, 1 автономная область, 4 автономных округа.

Субъекты РФ получили значительную самостоятельность в управлении развитием на своей территории. Выбор приоритетов развития в каждом субъекте РФ диктует народ, проживающий на ее территории. В зависимости от национального состава субъекта РФ, политика может меняться в ту или иную сторону. Кроме того, на уровне местного самоуправления муниципальные образования вправе решать какие церкви возводить, какие национальные праздниками считать выходными, с какими государствами подписывать двухсторонние соглашения о партнерстве и многое другое.

Внутри субъекта РФ возможно образование национальных районов, которые объединяют этнические диаспоры и общины одной группы народов. Данные национальные районы имеют такие же права, что и все остальные муниципальные районы. На территории РФ свою деятельность осуществляют 12 национальных районов из них два немецких национальных районов в Алтайском крае.

Немецкие районы выполняют важную миссию национально-культурного самоопределения и сохранения уникального субэтноса «российские немцы» (нем. *Russlanddeutsche*), ведущего свою историю еще с конца XVIII века. Ментальность данной этнической группы органически сочетает традиционные немецкие и российские ценности, где своеобразно переплетаются такие, например, качества как: немецкая пунктуальность и дисциплинированность и русская готовность трудиться в экстремальных условиях, немецкая рациональная организация быта в сочетании с русской душевностью, гостеприимством.

Образцом использования технологий гражданской дипломатии сегодня можно считать упомянутые национальные районы, которые активно взаимодействуют с землями Германии. Участниками подобных международных отношений выступают общественные объединения, СМИ, транснациональные компании, структуры международных организаций. В настоящее время административно-территориальные единицы имеют возможность вести внешнеэкономическую деятельность, которая, как известно, может осуществляться только в результате хорошо налаженного гуманитарного сотрудничества между участниками международных связей. Основой любого сотрудничества является общий язык.

В немецких национальных районах, такое взаимодействие осуществляется на немецком языке, и он выступает как инструмент гуманитарного сотрудничества. По словам Ольги Шадринной, автора аналитических статей журнала «Эксперт–Сибирь», администрации регионов, в которых создавались немецкие национальные районы, видели в этих районах точки роста, будущие зоны экономического благополучия [9]. Районы хорошо взаимодействуют с Региональными и местными немецкими национально–культурными автономиями, Русско-немецким домом. В рамках этого учреждения работают центры Рус-

ско–немецких встреч, которые, в свою очередь, являются либо фондами (коммерческими и некоммерческими), либо другими общественными организациями [10].

Почти все организации выполняют одни и те же задачи и функции, при этом общественные организации, фонды и автономии не координируются органами публичной власти Российской Федерации в достаточной мере.

На базе культурно–национальных автономий и центров ведется многогранная «парадипломатическая»: ведутся курсы немецкого языка в русско–немецких, воскресных школах, детских и молодёжных клубах; действуют библиотеки, творческие кружки, посвященные творчеству немецких писателей; осуществляется содействие в реализации Государственной программы «Соотечественники», которая направлена на переселение людей, оказавшихся после распада СССР за пределами РФ и желающих переселиться в Россию.

Кроме того, реализуются взаимные программы «Неделя Германии в России/неделя России в Германии», целью которых состоит в содействии налаживанию сотрудничества между ведущими университетами России и Германии. Выстраиваются партнерские связи с университетами Германии для организации программ совместных исследований, образовательных программ и проектов, сотрудничества в области трансфера технологий[11]. Перекрестные программы «Год Германии в России/год России в Германии» которая, например, началась в июне 2012–го и завершилась в июне 2013 г. совместный год объявлен под лозунгом «Германия и Россия: Вместе строим будущее». Первая часть программы была направлена на реализацию крупных проектов на территории Москвы и Петербурга. А с января по июнь 2013 г. реализованы проекты в регионах Российской Федерации[12]: издания газеты для русских немцев на двух языках; проведение различных форумов, конкурсов, творческих встреч.

Содержательная работа ведётся в рамках «Петербургского диалога» который был создан в 2001 г. по инициативе Президента Российской Федерации В. Путина и Федерального канцлера ФРГ Г. Шрёдера. Форум предназначен для углубления взаимопонимания между Германией и Россией, дальнейшего развития двустороннего сотрудничества во всех сферах общества, дополнительного стимулирования связей между двумя странами [13].

Можно с уверенностью утверждать, что, несмотря на значительные охлаждения отношений РФ и ФРГ, немецкие национальные районы оказывают положительное влияние на культурное и экономическое развитие, как района, так и субъекта РФ в целом. (Развивается инфраструктура: появляются новые дома, детские сады, школы, церкви, дороги).

Очень важно, что политические отношения немецких национальных районов и Земель ФРГ подкрепляются культурно–национальными связями. Создаются все условия для адаптации и развития русских немцев, развивается гуманитарное сотрудничество.

Многообразие методов сотрудничества, позволяет более полно узнать традиции и культуру сторон. В частности, в результате проводимой парадипломатии, русские немцы, переезжающие из национальных немецких районов, в Германию быстрее и эффективнее адаптируются в европейскую среду, так как на метах ведется пропаганда германского стиля жизни.

Со стороны Германии идет финансирование различных гуманитарных программ и прямое участие в решении гуманитарных проблем в немецких национальных районах.

Необходимо использовать потенциал не только каждого субъекта РФ, его уникальность и самостоятельность для развития гражданской дипломатии. На примере немецких национальных районов, мы видим, что развитие гуманитарного сотрудничества с ФРГ может наладить не только межгосударственные связи, но и внутренние межнациональные отношения. Сегодня парадипломатия – это неисчерпаемый ресурс налаживания взаимопонимания между этносами и странами.

Литература:

1. Территориальный органа Федеральной службы государственной статистики по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области URL: <http://petrostat.gks.ru> (дата обращения: 06.02.15)

2. Территориальный органа Федеральной службы государственной статистики по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области URL: <http://petrostat.gks.ru> (дата обращения: 06.02.15)

3. Петербург-город разных религий.

URL:

http://memoirs.ru/other/page1/religion/pjetjeburg__gorod_raznykh_rjeligij.htm (дата обращения: 06.02.15)

4. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга URL: <http://gov.spb.ru/gov/otrasl/kmormp/information/polnomoch/> (дата обращения: 06.02.15)

5. О стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 года Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 13.03. 2014 №355.

URL: <http://spbstrategy2030.ru/>(дата обращения: 06.02.15)

6. О государственной программе Санкт-Петербурга «Создание условий для обеспечения общественного согласия в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 04.06.2014г. №452.

URL: <http://docs.cntd.ru/document/822403529> (дата обращения: 06.02.15)

7. Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга. Официальный сайт URL: <http://www.kvs.spb.ru/novosti3/2654> (дата обращения: 06.02.15)

8. *Яковлева Н.В.* Развитие трансграничного регионального сотрудничества между субъектами России и землями Германии /на примере немецких национальных районов. М: «Издательство «Перо». 2014. 158 с.

9. Шадрина О. Конец немецкой мечты.

//URL:<http://www.bankfax.ru/news/30884/> (дата обращения 17.11.13.)

10. Немцы новой России: проблемы и перспективы развития: Материалы 2-й международной научно-практической конференции. Москва, 7–9 декабря 2009 г., М.: «МСНК–пресс», 2010. С. 172.

11. Указ Президента РФ от 22.06.2006 №637 «Государственная программа по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом (далее – Программа «Соотечественники», в ред. от 12.01.2010)// Российская газета. 2006. № 5.

12. Информационно–аналитический портал [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://v2.ulkul.ru/statyi/1502.html> (дата обращения 17.11.13.)

13. Официальный сайт форума «Петербургский диалог»// URL:
<http://www.petersburger-dialog.ru/info/Goal.aspx>

(дата обращения 17.11.13.)

14. *Соснило А.И., Яковлева Н.В.* Общие этические нормы и ценности Германии и России как основа межрегионального сотрудничества //Управленческое консультирование. 2013. № 12 (60). С. 92–98.

15. *Яковлева Н.В., Левкин И.М.* Особенности сотрудничества между Германией и Россией в рамках парадипломатии // Российское предпринимательство. 2013. №22 (244). С.106–113.

КОРРУПЦИЯ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

*Сказченкова К.А., к.э.н.,
Московский государственный гуманитарный
университет им. М.А. Шолохова*

Аннотация: Рассматриваются вопросы коррупции в системе образования в России.

Ключевые слова: система образования, Россия, коррупция.

Keywords: education system, Russia, corruption.

Проблеме коррупции в настоящее время уделяется все больше и больше внимания.

«Коррупция – это злоупотребление государственной властью для получения выгоды в личных целях» [3].

На протяжении веков коррупция существовала локально, однако с увеличением товарооборота между странами, во второй половине XX века она превратилась в явление мирового масштаба и перестала быть проблемой отдельных стран.

Масштабы коррупции довольно трудно оценить. Это связано, прежде всего, с тем, что она недоступна официальной статистик.

С начала 90-х годов XX века мир начинает активно применять против коррупции инструменты, носящие глобальный или региональный характер.

Остановимся на проявлении коррупции в системе образования.

Коррупция в сфере образования принимает различные формы:

1. «Благотворительный взнос на развитие» образовательных организаций.
2. Принуждение студентов покупать материалы, автором которых является преподаватель.
3. Чистые взятки, которые берет преподаватель за «успешно» сданный экзамен, будь то вступительный, выпускной или промежуточный.
4. Оценка знаний по расовым, культурно-социальным и другим предубеждениям.

Таким образом, атмосфера коррупции в системе образования приводит не только к снижению уровня профессиональной подготовки специалистов, но к девальвации норм морали и нравственности.

Развитию коррупции в образовании способствуют многочисленные обстоятельства, и причины основными из которых являются:

Низкая оплата труда работников образования, которая составляет примерно 68% к уровню зарплаты в обрабатывающих производствах. Ведущим мотивом взяточничества считается желание увеличить свой доход. Труд преподавателя требует большого психического напряжения и входит в группу профессий, риск профессионального выгорания в которых очень высок. Низкий уровень оплаты труда и, следовательно, невысокий социальный престиж в сочетании с высокой социальной ответственностью делают профессию преподавателя российского ВУЗа благодатной нивой для развития различных форм отклоняющегося поведения, в том числе коррупции, тем более, что в настоящее время в педагогику попадают люди, психологически непригодные к ней. С другой стороны, известно, что и высокий официальный доход не удерживает некоторых людей от взяточничества.

Согласно данным опроса, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения в период с 27 по 28 мая 2006 г., 29% опрошенных ответили, что давали деньги и подарки работникам образования. Для сравнения: 51% – работникам медицины, 31% – сотрудникам ГАИ. Таким образом, образование входит в тройку наиболее подверженных коррупции сфер. Как известно, в России проводится эксперимент с ЕГЭ (единый государственный экзамен), направленный на борьбу с коррупцией. В связи с этим студентам был задан вопрос: «Считаете ли Вы, что введение единого тестирования вместо экзаменов и зачетов может снизить уровень коррупции в вузе?». На что более 50% опрошенных ответили, что измениться лишь получатель взяток, 31% опрошенных ответили, что не значительно измениться коррупция в вузе [1].

Недофинансирование системы образования в течение длительного времени привело к расслоению образовательных учреждений на элитные и обычные, так называемые «массовые». Дефицит качественных образовательных услуг создаёт благоприятную почву для коррупции.

Высокий престиж формальных признаков высшего образования, то есть факт обучения в ВУЗе, диплом.

Низкий уровень профессионального самосознания педагогов и меры понимания ими социальной ответственности учителя. [4]

Нахождение российского общества на этапе становления рыночных отношений, когда цель – рациональные мотивы преобладают над ценностно-рациональными.

В связи с вышесказанным можно выделить следующие пути борьбы с коррупцией в образовании:

1. Повышение социально-экономического статуса и престижа профессии педагога.

2. Жесткий профессиональный отбор в педагогические ВУЗы и психологическое тестирование при приеме на работу в образовательные организации.

3. Регулярное проведение мероприятий, направленных на повышение педагогической культуры, профессионального самосознания педагогов и нетерпимого отношения к проявлениям коррупции.

4. Регулярное проведение в образовательных организациях мероприятий, направленных на повышение правовой грамотности среди педагогов и учащихся;

5. Достойная оплата труда преподавателей и вместе с тем необходимость повышения уровня профессионализма и моральной ответственности руководителей.

6. Равенство доступа к получению образования.

7. Активное участие родителей для защиты прав детей в образовании через общественные родительские советы, общественную палату РФ и общественные движения.

8. Разработка более четкой и прозрачной нормативной базы.

9. Повышение уровня управленческих навыков и, как следствие, улучшение отчетности и контроля;

10. Повышение личной ответственности за принятые решения, а также открытость принятия решений, информированность общества о проблеме, ее изучения.

11. Передача инструментов коррупционного вмешательства чиновников в дела образовательных организаций, органам гражданского общества.

Безусловно, полностью коррупция не исчезнет никогда, но необходимо уменьшить ее до таких размеров, при которых она не угрожала бы существованию общества. Эти мероприятия в комплексе усилят доверия общества к системе образования. Ведь образование является одним из гарантов социального единства народа, и если общественность придет к выводу, что система образования коррумпирована, то она разуверится в будущем своего народа.

Мы предлагаем в рамках борьбы с коррупцией, не только в образовании, но и в других сферах общественной жизни ввести курс обучения правовым основам противодействие коррупции при подготовке студентов в вузах и сузах, как будущих специалистов подверженных коррупционному риску.

Литература:

1. <http://wciom.ru/> (Всероссийский Центр Изучения Общественного Мнения).

2. Конституция Российской Федерации. Новосибирск: Сиб. Унив. Изд-во, 2014. 32 с.

3. Справочный документ Организации Объединенных Наций о международной борьбе с коррупцией // Информационный бюллетень Межпарламентской ассамблеи государств-участников СНГ. 1999. №21.

4. *Беляева И., Бедренцев А., Панина О.* Анализ перспективы использования в России зарубежного опыта государственного регулирования высшего профессионального образования. Консультант директора, 2006, № 14. с. 2.

РАЗВИТИЕ ВЫСОКИХ СОЦИОГУМАНИТАРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ПОЛИТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРИОРИТЕТ РАЗВИТИЯ РОССИИ В XXI ВЕКЕ

*Мельников А.А.,
Удмурдский государственный университет,
филиал в городе Воткинске*

Аннотация: Рассматриваются актуальные вопросы выбора политико-экономических приоритетов развития России в XXI веке, анализируются конвергентные технологии (NBICS), а также проблемы перехода России к VI и VII технологическому укладам в условиях приближающейся технологической сингулярности.

Ключевые слова: технологический уклад, NBICS-конвергенция, мировой кризис, постиндустриальный переход, высокие социогуманитарные технологии, социальная кибернетика, технологическая сингулярность.

Keywords: technological structure, NBICS convergence, global crisis, post-industrial transition, high socio-humanitarian technologies, social Cybernetics, technological singularity.

В нашей стране на самом высоком уровне была поставлена задача перехода России от энерго-сырьевой, рентной модели экономики к инновационной модели развития, основанной на знаниях. При этом обсуждаются различные сценарии – от постиндустриальной модели до неоиндустриализации. В то же время мировая экономика сталкивается в настоящее время со сложными системными и структурными вызовами в процессе затяжного кризиса. Всё больше аналитиков, экспертов и учёных называют этот кризис не финансово-экономическим, а системным, фазовым, мировоззренческим, онтологическим и даже цивилизационным. По сути, это системный кризис капитализма (монетаризма, общества потребления, индустриального общества).

Всё научные и экспертные дискуссии о выработке стратегических векторов и приоритетов развития России в XXI веке происходят на фоне мирового кризиса, резко усугублённого внешнеполитической ситуацией, связанной с кризисом на Украине. Стоит отметить, что весной-летом 2014 года против нашей страны был применён обширный арсенал не только санкций, различных инструментов давления, но и

даже политические угрозы, касающиеся здоровья и безопасность Президента РФ и политической стабильности режима. Запад перекрыл финансовым институтам РФ дешёвые иностранные рынки капитала, что незамедлительно сказалось на российской банковской системе. Далее последовало эмбарго на необходимые и критически важные для России товары, услуги и технологии, а также выборочные санкции на некоторые российские корпорации и банки, тесно связанные с российской элитой, включая персональные визовые санкции некоторых VIP-персон, арест их имущества и заморозку их активов в зарубежных банках. При этом происходила дискредитация имиджа России на международной арене, дискриминация российских СМИ и постепенная политическая изоляция, что выразилось в исключении нашей страны из G8, приостановлении членства в некоторых европейских и международных организациях и др. Всё это дополнилось осенью 2014 года скандальным закрытием совместных российско-европейских проектов («Южный поток») и даже отказом от уже заключенных и почти исполненных французских контрактов («Мистрали»). Этого показалось Западу мало и тогда последовали судебные иски в международных судах («ЮКОС» в ЕСПЧ, Арбитражном суде в Гааге). Давление Запада на ОПЕК привело к обрушению цены на нефть, и к значительному уменьшению доходов российского бюджета, а также резкой девальвации рубля в декабре 2014 года. Все эти события оказали и до сих пор оказывают значительное негативное влияние на экономику и политику России.

В настоящее время всё более активно обсуждается на различных научных, экспертных и аналитических площадках главная проблема – «Каким будет посткризисный Мир?». Осмысление данной проблемы позволит не только понять, как будут меняться глобальные правила игры, но и разработать адаптационные механизмы и скорректировать стратегические векторы политики России. Становится всё более очевидным, что не только мировая экономика, но и человечество находится в состоянии глубочайшего кризиса и перехода в качественно новое состояние, когда в результате антропологического перехода меняются все параметры общества и личности. Трансформируется не только облик и характер человечества, но и то, как оно себя рефлексивует. Происходит компьютерная революция, информатизация обще-

ства, постиндустриальный переход к экономике, основанной на знаниях. В основе данных изменений лежит смена технологических укладов. Индустриальные технологии сменяются постиндустриальными, прежде всего информационными, а также биотехнологическими и нанотехнологическими. Значимый мировой тренд - увеличение финансирования нового, зарождающегося VI технологического уклада, который в перспективе должен стать основой экономического роста для развитых стран. Это попытка «оседлать» новую длинную волну Кондратьевского цикла и заложить NBICS-конвергенцию в основу своего хозяйствования. Стратегию инновационного развития России, которая базируется на VI технологическом укладе предложил советник Президента РФ, академик РАН Сергей Глазьев в своём исследовании [1]. В своих выступлениях Глазьев также особо подчёркивает, что VI технологический уклад должен уделять много внимания образованию, науке и культуре. Западный подход основывается больше на технологических тенденциях, таких как нанотехнологии, биотехнологии, информационные технологии и когнитивные технологии. Совокупность этих технологий, несущих значительный синергетический эффект на Западе назвали NBIC-конвергенцией. Огромное значение придаётся развитию следующих систем: обратный реинжиниринг мозга, аплоудинг мозга, интерфейс «мозг-компьютер», интерфейс «мозг-нервная система-компьютер-сеть». Всё это позволяет создать аналоговый суперкомпьютер, основанный не только на человеке-машинном интерфейсе, но и на интеграции живых человеческих сознаний: людей-операторов и программно-технических комплексов, который будет работать на эффекте скалярных резонансов продольных волн и математике гиперкомплексных чисел (кватернионов). Интересные исследования по этому направлению назвали технологической сингулярностью американские учёные – Вернон Виндж и Реймонд Курцвелл.

В последнее время научная платформа NBIC интегрировала в себя высокие социогуманитарные технологии и стала называться NBICS. Кроме того, в данную платформу вошли принципиально новые и сверхперспективные технологии, такие как психотехнологии, управление бессознательными процессами, психоинжиниринг, диалектико-интуитивное управление распределением потока вероятностей, социофизика, социальная кибернетика, социокomпьютеры, психоистория. Отставание в разработке и развитии данных направлений

могут привести к резкому снижению уровня национальной безопасности и обороноспособности, потере конкурентоспособности на мировой арене, утрате стратегичности принятия государственных управленческих решений, перехвате управления и переход страны в режим криптоколоний тех стран, в которых есть понимание, как работать с этими специальными технологиями.

Интересно, что в 2014 году был выпущен доклад «Технологическое развитие 2025», в котором Европейский центр оценки технологий совместно с Токийским университетом и ведущей фабрикой мысли США – RAND при участии МТИ предложили заменить известную аббревиатуру NBIC на NIBEP (neuroscience, information technology, biotechnology, energy revolution, production). В этом докладе показана не только роль новой технологической революции, основанной на 3D-печати, робототехнике, композитных материалах, но и показано существование 24 критических технологий. Также упоминалось, что обладание в целом всеми этими технологиями позволяет запустить новую экономику через технологическую революцию. Было названо, что у США имеется 21 готовая технология из всего перечня, у ЕС-14, у Японии-17, КНР-7, России-4.

Значительная тенденция в мировой экономике – постепенный переход к постиндустриальным форматам и инструментам хозяйствования. Это появление новых форм финансирования, таких как краудфайндинг и фандрайзинг, значительное увеличение доли автоматизированных производств и гибких производственных систем в промышленности, рост доли дигитального продукта и информации на рынке, выстраивание локальных и мобильных (как в пространстве, так и во времени) кластерных производств под конкретные волны спроса и пр. Широкое распространение получают LTE и оптоволоконные сети, облачные технологии и централизация обработки информации, наноэлектроники, беспроводные системы сенсоров. Быстрое развитие «безлюдных» производственных (3D Printing, адаптивные робототехнические технологии) и интеллектуальных (конвергентные IT и креативные технологии) технологий приводит к снижению потребности в населении, занятом в современной экономике.

Помимо высоких технологий (Hi-tech) появляются и высокие гуманитарные технологии (Hi-hume), которым по праву принадлежит XXI век и именно они составят фундамент VII технологического

уклада, который можно условно назвать социогуманитарным, методологическим и когнитивным. Высокие гуманитарные технологии направлены на изменение человека, но они способны изменить и общество. В этом смысле их можно назвать высокими социогуманитарными технологиями.

Рассмотрим влияние Hi-hume на мир более подробно. Их широкое применение в мире мы увидели в 2000-х годах и начале 2010-х годов. Целая волна «цветных революций» в странах СНГ, «арабская весна», военное вторжение в Ливию, гражданская война и внешнее вмешательство в Сирию, Евромайдан и последующий за ним государственный переворот на Украине, появление Новороссии, возникновение Исламского государства Ирака и Леванта (ИГИЛ) – всё это, так или иначе, оказывает дестабилизирующее воздействие на мировую экономику и политику. По сути уже можно говорить об уничтожении международного права как основы международных отношений, невозможность гарантировать суверенность государства и защиту от внешнего вмешательства и даже международного вторжения в любую страну мира.

Методологической основой всех данных процессов являются новейшие разработки С. Манн, Дж. Шарпа, Дж. Най в области теории «психоисторической информации», «управляемого хаоса» и «soft power». Отныне дестабилизация любой страны в мире зависит не от политической или социальной-экономической ситуации в стране, а от проведения специальных операций информационно-психологической-экономической войны, позволяющей провести смену власти путём государственного переворота особого рода. Здесь используется широкий арсенал организационных, финансовых, технических и информационных средств, позволяющих организовать «цветную революцию» и сменить режим. Речь идет об эффективном использовании информационного (масс-медиа), организационного (социальные сети и НКО) и когнитивного (образование и наука) оружия. Кроме того, широко используется стратегия «непрямых действий» и «безлидерного сопротивления». Всё это позволяет влиять на матрицу ценностей, реформировать культурные, ментальные и психические коды и целенаправленно изменять поведение граждан. Таким образом, технологии «мягкой силы» работают с ценностями и идеалами, с образом мышления и тонко манипулируют общественным сознанием, что позволяет

обрушивать моральный климат, дискредитировать государственной строй и приводить к распаду и гражданской войне целые страны. Это видно на примере стран, в которых была «арабская весна». Кроме того, все эти процессы прямым образом дестабилизирующее воздействие на инновационные и интеграционные процессы внутри стран Евразийского Экономического Союза (ЕАЭС).

Общепризнано, что на Большом Ближнем Востоке воюют наиболее радикальные силы мусульманского мира, которые в дальнейшем могут распространить свои действия на страны ЕАЭС. Данные радикальные террористические и исламистские группы представляют особую угрозу в Центральной Азии, где они способны создать свою террористическую сеть, а также возможно их слияние с местными преступными сообществами, обладающими необходимыми ресурсами для дальнейшей экспансии в страны ЕАЭС. В частности, значительную угрозу представляют они для России, где значительный неконтролируемый миграционный поток из Центральной Азии способен резко обострить межнациональные и межрегиональные отношения, особенно на Кавказе и Поволжье. Данная проблема резко обострится после ухода военного контингента США из Афганистана.

Особое значение имеет обеспечение информационной и информационно-психологической безопасности стран ЕАЭС. Если в первом случае речь идёт об обеспечении безопасности информационной инфраструктуры страны, то обеспечение информационно-психологической безопасности до последнего времени не уделялось главного значения. А ведь именно воздействие особого контента на массовое сознание и появление значительного числа сайтов радикальной направленности в сети Интернет позволило пропагандировать экстремистам свои взгляды и подготовить «арабскую весну» и последующую цепочку военных конфликтов. Можно обоснованно сказать, что речь идёт не только об информационной войне, но и об информационном терроризме.

Среди стран-участниц ЕАЭС, которые входят в Центральную Азию, имеются значительные противоречия и неразрешённые проблемы. Учитывая, что в данном регионе значительно увеличивается доля молодёжи, в связи с естественной сменой поколений, то у радикалов возникают большие надежды на молодое поколение. Концентра-

ция эмиссаров, которые несут экстремистские исламские ценности велика, а авторитет местного духовенства не очень высок, и даёт фору иностранным проповедникам радикального ислама. Всё это может привести к дестабилизации данного региона и стран ЕАЭС. Надо признать, что в идеологической области так и не удалось сформулировать новую систему ценностей, которая всех бы объединяла и подготовить общий проект развития. У части стран ЕАЭС значительная социальная дифференциация, падение нравственности и морали, переписывание истории – всё это резко снижает воспитательное значение образования, культуры, искусства как главных факторов формирования социальных и духовных ценностей. В странах ЕАЭС прививаются зачастую западные ценности, которые противоречат национальной идентичности, активно провоцируется межконфессиональная и межэтническая вражда.

Надо признать, что страны ЕАЭС должны быть на шаг впереди в информационном противостоянии, но этого не происходит, так как уже поздно проводить в СМИ свою политику, если «цветная революция» уже началась. Надо системно и методично противодействовать информационно-психологической войне. Учитывая, что СМИ способны создать новую «синтетическую реальность», внедрить психовирусы, изменить массовое сознание и после этого разрушить страну, то необходимо действовать на упреждение и подготовить асимметричный ответ.

Высокие социогуманитарные технологии способны оказывать не только негативный, разрушительный результат, но и прямо противоположный. Модель воспитания молодёжи должна строиться на основе патриотизма, традиций и уважения к другим народам, учитывать достижения отечественной и мировой культуры. А целью стран ЕАЭС также должно стать подготовка социогуманитарных условий для развития творческой и гармоничной личности. Используя высокие социогуманитарные технологии можно на базе ЕАЭС подготовить Стратегию образования, воспитания и развития нового поколения стран-участниц ЕАЭС и сформулировать идеологию на основе Проекта развития и Общего Дела. Идеологический вакуум можно решить на основе социогуманитарного обеспечения Проекта развития на основе положительного опыта совместного проживания и исторического развития. Особое внимание разумно уделить подготовке организационных

и правовых механизмов защиты информационного пространства стран ЕАЭС и разработать концептуальную систему по противодействию идеологии внешнего вмешательства и перехвата управления.

Используя, высокие социогуманитарные технологии, можно разработать систему организационных, технических и коммуникационных комплексов, позволяющих организовать сетевые экспертные площадки на междисциплинарной и трансдисциплинарной основе по обсуждению текущей ситуации, проявлениях террористической или экстремистской деятельности, направленной на перехват управления, постоянно вести мониторинг пропаганды экстремистских и террористических идей в сети Интернет, строить достоверные прогнозы предкризисной ситуации и принимать меры адекватного реагирования для противодействия «цветным революциям».

Можно уверенно говорить о том, что разработка высоких социогуманитарных технологий в России уже начата. В настоящее время в науке происходит переход к постнеклассическому этапу развития, меняются философские основания науки и следом – парадигмы управления. Происходящий при этом процесс становления постнеклассической научной рациональности был осмыслен научным руководителем Института философии РАН, академиком В.С. Стёпиным [2]. Методологические и прикладные аспекты данной проблемы были изучены главным научным сотрудником Института философии РАН, доктором психологических наук, профессором В.Е. Лепским. Их научные исследования позволили создать принципиально новые модели управления, основанные на трансдисциплинарном и субъектно-ориентированном подходе, рефлексивному управлению в полисубъектных средах, а также гармонизации иерархических, сетевых и средовых подходах. По сути, речь идёт о прорывных научных направлениях, связанных с высокими социогуманитарными технологиями, социальной кибернетикой, социофизикой, которые определяют облик XXI века. Применение их позволит обеспечить безопасность и динамичное развитие инновационных инфраструктур. Одним из перспективных подходов к организации социогуманитарного обеспечения проектирования инновационных инфраструктур является гуманистический вариант философского конструктивизма. Он придаёт особое значение коммуникативным процессам и установлению равноправных партнёрских отношений. Его использование особенно эффективно было в США, где были

спроектированы открытые, гибкие и децентрализованные сети общения учёных, предпринимателей и венчурных финансистов. В них происходила как экспертиза, так и менторская поддержка опытных инновационных предпринимателей и новичков венчурного бизнеса, оказывалась финансовая поддержка. Рождались механизмы краудсорсинга и краундфандинга. Все это позволило переосмыслить управление в новой парадигме.

Другим из перспективных подходов к организации социогуманитарного обеспечения проектирования инновационных инфраструктур является субъектно-ориентированный и средовой подход. Его разработал главный научный сотрудник Института философии РАН, доктор психологических наук, профессор В.Е. Лепский [3]. Данный подход позволяет оперировать человекообразными саморазвивающимися системами, что позволяет эффективно работать с проектирования инновационных инфраструктур, их запуском, поддержкой, стимулирование, модерированием и др.

Всё перечисленное выше позволяют утверждать, что высокие социогуманитарные технологии представляют собой мировой тренд и являются основой для построения нового VII социогуманитарного уклада, приступить к построению которого в России есть уже все объективные предпосылки. Если наша страна будет сразу же строить VII технологический уклад, минуя VI технологический уклад и осуществлять при этом концентрированную революцию, «революцию ценностей», то возможен транзит от потребительской цивилизации даже не к новому человечеству, а к когнитивной фазе развития, к «Новому Бытию» и вполне реально построение альтернативной модели глобализации. В этом случае, Россия может стать духовным и мировоззренческим лидером мира. Определённый оптимизм в данной модели задают новейшие исследования, которые показывают, что в случае мировой геоклиматической и геофизической катастрофы, Россия становится одним из «Ковчегов», где есть все необходимые ресурсы и потенциал для посткризисного развития.

Литература:

1. *Глазьев С.Ю.* Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. М., 2010.
2. *Стёпин В.С.* Теоретическое знание. М., 2000.
3. *Лепский В.Е.* Рефлексивно-активные среды инновационного развития. М., 2010.

Секция «Управление человеческими ресурсами в социально-экономических системах. Социальное измерение человеческого капитала»

УДК 331.108.2

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕГИОНА В КОНТЕКСТЕ ИНТЕГРАЦИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ РАБОТОДАТЕЛЕЙ В СИСТЕМУ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Цуркан М.В.,
Тверской государственный
университет, г. Тверь*

Аннотация: В данной статье предложены различные подходы, способствующие интеграции потребностей работодателей в систему высшего образования, совокупное применение которых направлено на повышение эффективности кадрового обеспечения региона, изучен опыт высших учебных заведений в обозначенной сфере.

Ключевые слова: регион, кадровый потенциал, студент, работодатель, интеграция, контракт, высшее образование.

Abstract: This paper proposes a variety of approaches to facilitate the integration of the needs of employers in the higher education system, the combined use of which is aimed at improving the efficiency of the staffing of the region studied the experience of higher education institutions in the designated area.

Keywords: region, human resources, students, employers, integration, contract, higher education.

Адаптация системы высшего образования к требованиям современной экономики, обеспечение региона высококвалифицированными кадрами, востребованными на рынке труда, в настоящее время приобретает особую актуальность. Формирование гибких образовательных траекторий, обеспечивающих оперативную реакцию системы образования на динамично изменяющиеся потребности регионального рынка труда, может способствовать решению таких проблем как: опережающее изучение потребностей работодателей, учет соотношения потребностей в рабочей силе и внутрирегиональных источниках ее обеспечения, отток кадрового потенциала из субъектов не федерального значения и т.д. Что в совокупности позволит обеспечить экономический

рост, социальную стабильность не только региона, но и всего хозяйственного комплекса России.

Постоянная модернизация федеральных государственных образовательных стандартов отчасти направлена на достижения обозначенных результатов. Однако интеграция потребностей региональных работодателей в систему высшего образования имеет свою специфику, которая проявится на уровне каждого конкретного учебного заведения и даже в рамках различных направлений.

Сегодня, большинство высших учебных заведений разработали алгоритмы взаимодействия с региональными работодателями, которые обобщенно можно свести к следующему:

- выделение приоритетных групп потенциальных региональных работодателей, на которые направлена профессиональная подготовка в высших учебных заведениях;
- анализ и частичный учет требований, предъявляемых к выпускникам;
- разработка и подписание двусторонних договоров о сотрудничестве, предусматривающих практику студентов;
- взаимодействие с руководителями кадровых служб региональных организаций, учреждений, предприятий и т.д.

Однако многие из реализуемых методов и используемых инструментов требуют конкретизации, а их набор нельзя считать достаточным.

Одним из наиболее простых методов, способствующих интеграции потребностей работодателей в систему высшего образования, применение которого соответствует концепции современных образовательных стандартов, является ориентация процесса обучения в рамках дисциплины «введение в специальность» на знакомство с потенциальными работодателями. Для этого можно предложить разбить обозначенный курс на модули, первый из которых будет вычитан научно-педагогическим работником (ранее – профессорско-преподавательский состав) профильной кафедры, а остальные работодателями. Количество модулей, таким образом, будет на один больше, чем число потенциальных работодателей, которых удалось вовлечь в учебный процесс. При этом в рамках данного подхода предполагается проведение ознакомительных практических занятий в организациях, учреждениях на

производствах, что позволит не только познакомить студентов с возможными работодателями, спецификой работы в каждой организации, но и определиться с будущим местом практики.

В условиях повсеместного сокращения бюджетных мест особое значение приобретает выбор будущей профессии абитуриентами в соответствии с прогнозируемыми потребностями регионального рынка труда, на момент получения высшего образования, а не исходя из стоимости обучения. В данном контексте новую актуальность получает широко распространённая ранее контрактная система, подразумевающая обучение студента за счет будущего работодателя, которая, в случае адаптации к настоящим условиям, может быть применима и на современном этапе. В частности, одним из вариантов адаптации обучения «по контракту» может стать многоступенчатый перевод студента на обучение, за счет работодателя, исходя из успеваемости и результатов конкурсного отбора, проводимого конкретной организацией.

Например, потенциальный работодатель может предложить студенту-бакалавру контракт с многоступенчатой системой, который подразумевает поэтапный переход на обучение за счет организации при условии, если:

- две первых сессии студентом сданы на хорошие и отличные оценки;
- ознакомительная практика зачтена (оценка отлично), получен положительный отзыв от организации;
- успешно пройден конкурс, проводимый работодателем (в случае если количество предполагаемых контрактов меньше, чем количество претендентов).

При этом к основным существенным условиям данного контракта, который с юридической точки зрения является договором, относится следующее:

- предмет договора заключается в том, что потенциальный работодатель обязуется принять на работу выпускника и заключить с ним трудовой договор на срок не менее пяти лет, а выпускник обязуется отработать в организации не менее 5 лет;
- потенциальный работодатель обязуется предоставить место прохождения практик, а студент пройти их, получив положительный отзыв от организации;

- потенциальный работодатель обязуется компенсировать студенту плату за обучение в следующих размерах: 2 курс, 1 семестр – 10% от стоимости за семестр, 2 курс, 2 семестр – 30% от стоимости за семестр, 3 курс, 1 семестр – 50% от стоимости за семестр, 3 курс, 2 семестр – 70% от стоимости за семестр, 4 курс, 1 семестр – 90% от стоимости за семестр, 4 курс, 2 семестр – 90% от стоимости за семестр.
- сумма обозначенной компенсации повышается до указанного процентного соотношения в том случае, если студент успешно продолжает обучение, то есть итоги каждой последующей сессии выше или могут быть соотнесены с итогами сессии 2 курса, 1 семестра.

Таким образом, в данном примере, контракт, который может быть заключен между потенциальным студентом и работодателем, предполагает многоступенчатый переход на полную компенсацию обучения последними в соответствии с диаграммой, представленной на рисунке 1.

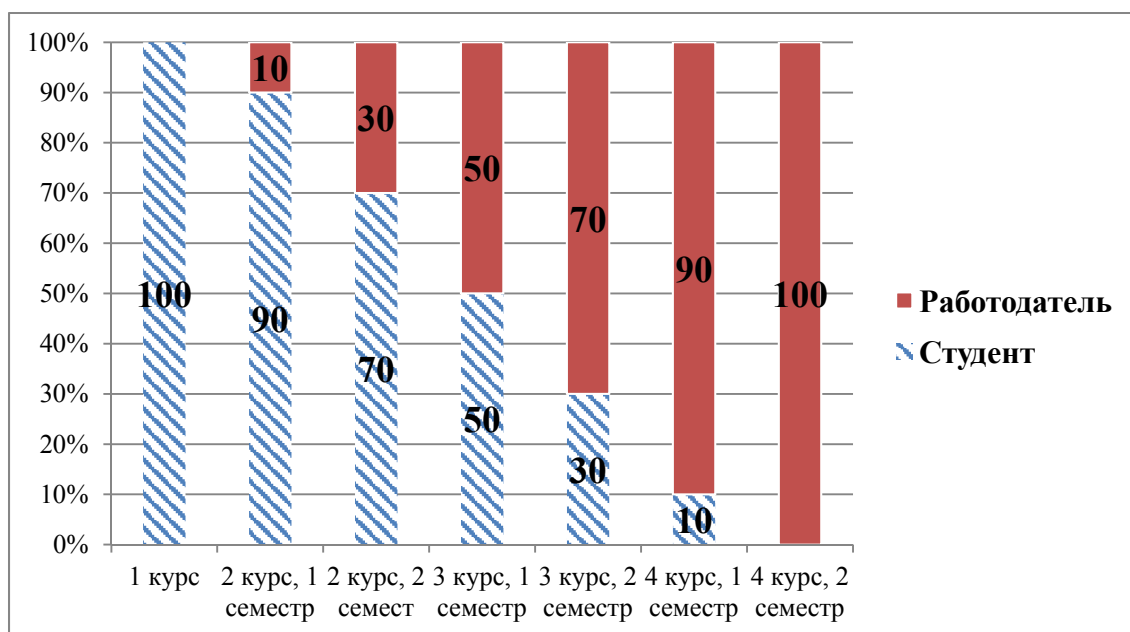


Рисунок 1. Пример условий компенсации платы за обучения студента работодателем в соответствии с многоступенчатым контрактом, %

Таким образом, в описанном примере, общая стоимость обучения студента-бакалавра в высшем учебном заведении будет складываться из следующих составляющих:

$$O_{co} = C_1 + C_2 + C_3 + C_4, \quad (1)$$

где \tilde{N}_1 – стоимость первого года обучения, рублей;

\tilde{N}_2 – стоимость второго года обучения, рублей;

\tilde{N}_3 – стоимость третьего года обучения, рублей;

\tilde{N}_4 – стоимость четвертого года обучения, рублей.

При этом:

$$\tilde{N}_1 = \tilde{N}\tilde{n}_1 + \tilde{N}\tilde{n}_2, \quad (2)$$

где $\tilde{N}\tilde{n}_1$ – стоимость первого семестра, оплачиваемого за счет средств студента, рублей;

$\tilde{N}\tilde{n}_2$ – стоимость второго семестра, оплачиваемого за счет средств студента, рублей.

$$\tilde{N}_2 = (\tilde{N}\tilde{\delta}_1 + \tilde{N}\tilde{n}_3) + (\tilde{N}\tilde{\delta}_2 + \tilde{N}\tilde{n}_4), \quad (3)$$

где $\tilde{N}\tilde{\delta}_1$ – частичная стоимость третьего семестра, оплачиваемого за счет средств работодателя, рублей;

$\tilde{N}\tilde{n}_3$ – частичная стоимость третьего семестра, оплачиваемого за счет средств студента, рублей;

$\tilde{N}\tilde{\delta}_2$ – частичная стоимость четвертого семестра, оплачиваемого за счет средств работодателя, рублей;

$\tilde{N}\tilde{n}_4$ – частичная стоимость четвертого семестра, оплачиваемого за счет средств студента, рублей.

$$\tilde{N}_3 = (\tilde{N}\tilde{\delta}_3 + \tilde{N}\tilde{n}_5) + (\tilde{N}\tilde{\delta}_4 + \tilde{N}\tilde{n}_6), \quad (4)$$

где $\tilde{N}\tilde{\delta}_3$ – частичная стоимость пятого семестра, оплачиваемого за счет средств работодателя, рублей;

$\tilde{N}\tilde{n}_5$ – частичная стоимость пятого семестра, оплачиваемого за счет средств студента, рублей;

$\tilde{N}\tilde{\delta}_4$ – частичная стоимость шестого семестра, оплачиваемого за счет средств работодателя, рублей;

$\tilde{N}\tilde{n}_6$ – частичная стоимость шестого семестра, оплачиваемого за счет средств студента, рублей.

$$\tilde{N}_4 = (\tilde{N}\tilde{\delta}_5 + \tilde{N}\tilde{n}_7) + (\tilde{N}\tilde{\delta}_6 + \tilde{N}\tilde{n}_8), \quad (5)$$

где $\tilde{N}\tilde{\delta}_5$ – частичная стоимость седьмого семестра, оплачиваемого за счет средств работодателя, рублей;

$\tilde{N}\tilde{n}_7$ – частичная стоимость седьмого семестра, оплачиваемого за счет средств студента, рублей;

$\tilde{N}\tilde{\delta}_6$ – частичная стоимость восьмого семестра, оплачиваемого за счет средств работодателя, рублей;

$\tilde{N}\tilde{n}_8$ – частичная стоимость восьмого семестра, оплачиваемого за счет средств студента, рублей.

При этом частичная стоимость обучения с четвертого по восьмой семестр включительно, оплачиваемая за счет средств работодателя может быть рассчитана по формуле:

$$Cp_i = k_i \times \hat{I}\tilde{n}_i, \quad (6)$$

где k_i – коэффициент частичной стоимости семестра, оплачиваемого за счет работодателя;

Oc_i – стоимость обучения за семестр i (с третьего по восьмой включительно), рублей.

В приведенном примере $k_1=0,1$; $k_2=0,3$; $k_3=0,5$; $k_4=0,7$; $k_5=0,9$; $k_6=1$.

Таким образом, при благоприятном прогнозе $\tilde{N}\tilde{n}_8=0$. При относительно благоприятном $0,9 \times \hat{I}\tilde{n}_8 > \tilde{N}\tilde{n}_8 > 0$. При не благоприятном $\tilde{N}\tilde{n}_8 = \hat{I}\tilde{n}_8 \times 0,9$.

Безусловно, для минимизации рисков потенциального работодателя предлагаемый многоступенчатый контракт должен предусматривать возможность реализации методов частичной или полной компенсации его затрат на оплату обучения в случае, если выпускник расторгает договор раньше обозначенного в нем срока или увольняется по причине нарушения правил трудового кодекса, внутреннего трудового распорядка. Сумма частичной компенсации может быть рассчитана без учета инфляции по следующей формуле:

$$\times \hat{e}_\delta = \frac{\sum_{i=1}^n \tilde{N}\tilde{\delta}_i}{n}, \quad (7)$$

где $\tilde{N}\tilde{\delta}_i$ – частичная стоимость семестра i , оплачиваемого за счет средств работодателя, рублей;

n – количество лет, отработанных выпускником в организации в рамках многоступенчатого контракта.

Другим вариантом интеграции потребностей работодателей в систему высшего образования для повышения эффективности кадрового обеспечения субъекта Российской Федерации может стать открытие в университетах специализированных кафедр региональных работодателей.

Необходимо отметить, что первый опыт подобного взаимовыгодного сотрудничества уже получен в одном из крупнейших высших учебных заведений страны – Санкт-Петербургском государственном экономическом университете, являющемся приемником Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета, Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов.

В 2014 году в его рамках была открыта специализированная кафедра «Газпром», которая организует практику в региональных отделениях компании, дочерних организациях с возможностью будущего трудоустройства, спецкурсы по выбору для различных направлений, конкурсы, реализует магистерские программы, осуществляет научное руководство аспирантами, чьи темы посвящены разработкам, направленным на усовершенствование различных аспектов в энергетической отрасли.

Безусловно, предложенные подходы ориентированы в первую очередь на интеграцию потребностей работодателей и развитие кадрового потенциала региона за счет взаимодействия бизнес-структур и высших учебных заведений, так как обеспечение региона государственными и муниципальными служащими в обозначенном контексте имеет свою специфику, и данный процесс, на современном этапе, достаточно систематизирован.

Формирование и развитие кадрового потенциала системы государственного и муниципального управления в большинстве субъектов Российской Федерации осуществляется за счет формирования единой кадровой политики на территории региона, что предполагает применение методов «программно-целевого и проектного управления, анализа сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, обеспечения инновационной активности и привлечения интеллектуального капитала на гражданскую и муниципальную службы, в экономику и социальную сферу». [1]

При этом система высшего образования вовлечена в обозначенные процессы повсеместно за счет создания на базе высших учебных заведений антикризисных программ опережающего обучения, грантовой и стипендиальной поддержки из региональных бюджетов студентов, обучающихся по направлению «государственное и муниципальное управление», реализации государственных заказов и т.д. [2]

В современных условиях развития Российской Федерации ключевым фактором, способным обеспечить положительную поступательную динамику региональной социально-экономической системы, является формирование и использование подсистемы кадрового обеспечения соответствующей территории [3], эффективность которой является наиболее значимым конкурентным преимуществом региональных хозяйствующих субъектов. Таким образом, интеграция потребностей этих субъектов в систему высшего образования способствует не только развитию кадрового обеспечения в приоритетных для развития региональной экономики направлениях, но является важным аспектом обеспечения ее устойчивого развития.

Литература:

1. *Захаров В.М.* Развитие кадрового потенциала государственного и муниципального управления в регионе (по материалам Белгородской области)/Современные проблемы науки и образования. 2013. №4. С. 375.

2. *Зеленин Д.В.* Использование человеческих ресурсов для социально-экономического развития региона//материалы научно-практической конференции «Развитие кадрового потенциала региона. Тверь, 9 декабря 2009 года». 2010. С 11–15.

3. *Тихонова Е.А.* Управление кадровым потенциалом и устойчивым развитием региона. Некоторые особенности управления кадровым потенциалом региона во взаимосвязи с устойчивым развитием / Российское предпринимательство. 2010. № 10–1. С. 144–147.

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА
НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА НАУКОГРАДА¹**

***Монахов И.А.,
Тверской государственный
университет***

Аннотация: На сегодняшний день на повестке дня остро стоит вопрос о придании нового импульса развитию наукоградов Российской Федерации, в том числе посредством изменения правового статуса и законодательной базы. Активными сторонниками этой идеи отмечается, что существующая система мониторинга деятельности, а также оценки муниципальных образований, претендующих на данный статус, не соответствуют мировой практике, а, следовательно, препятствуют решению задач по ускоренному инновационному развитию. В настоящей статье на основе эвристического анализа предложены методологические подходы к оценке интеллектуального капитала научно-производственных комплексов наукоградов.

Ключевые слова: наукоград, научно-производственный комплекс наукограда, интеллектуальный капитал, человеческий капитал, устойчивое развитие.

Abstract: One of the Russia agenda issue is to give a new impetus to the development of science cities of the Russian Federation by changing its legal status and legal framework. Active supporters of this idea stated that the existing system for monitoring activities and evaluating municipalities applying for this status, do not correspond to international practice, and thus impede the tasks to accelerate innovative development. In this article based on heuristic analysis suggested methodological approach to the evaluation of the intellectual capital of science cities research-and-production-complex.

Keywords: science city, science city research-and-production-complex, intellectual capital, human capital, sustainable development

¹ Статья выполнена в рамках государственного задания Минобрнауки России высшим учебным заведениям в части проведения научно-методических работ по проекту № 3241 «Аналитическое обеспечение мониторинга результатов деятельности государственных научных центров Российской Федерации и научно-производственного комплекса наукоградов Российской Федерации».

Введение

Наукограды – муниципальные образования, наделенные в соответствии с законодательством особым правовым статусом, который предусматривает в том числе государственную поддержку их деятельности, являются не только центрами развития фундаментальных исследований в области физики элементарных частиц, атомного ядра, вирусологии, микробиологии, биотехнологии, генетики, селекции и других приоритетных направлений науки, технологий и техники, но и выступают в качестве «точек роста» инновационной экономики России. На сегодняшний день данный статус закреплен за 13 муниципальными образованиями, большая часть которых расположена в Московской области – Дубна, Жуковский, Фрязино, Черноголовка, Пущино, Королев, Протвино, Реутов.

Характерной особенностью наукограда, который отличает его от других территорий с высокой концентрацией научно-исследовательского и инновационного потенциала, является наличие градообразующего научно-производственного комплекса (НПК). При этом, согласно установленным законодательством критериям присвоения муниципальному образованию статуса наукограда, численность работников организаций, входящих в НПК, должна составлять не менее 15 % численности работающих на всех предприятиях муниципального образования. Второе требование к НПК наукограда является опциональным: преодоление 50% барьера по объему научно-технической продукции предприятий и организаций, входящих в НПК, в общем объеме продукции всех хозяйствующих субъектов, расположенных на территории муниципального образования, либо достижение аналогичного показателя стоимости основных фондов комплекса, используемых при производстве научно-технической продукции. Таким образом, основными критериями присвоения статуса наукограда в части требований к НПК являются количественные показатели, которые перечислены в методических рекомендациях по подготовке документов о присвоении муниципальному образованию статуса наукограда Российской Федерации [7]. Аналогично в соответствии с утвержденными Минэкономразвития России информационными формами для характеристики объектов инновационной инфраструктуры субъектов Российской Федерации наукоград относится к территориям инновационного развития, основными характеристиками которых являются количество резидентов (субъектов инновационной деятельности, зарегистрированных

на территории), количество созданных малых инновационных предприятий (МИП), объем инновационных товаров, работ, услуг резидентов (тыс.руб.) и др [6].

Однако в указанных формах и рекомендациях отсутствует такой важный компонент как оценка интеллектуального капитала научно-производственного комплекса наукограда, который можно определить, как *нематериальный ресурс, который благодаря целенаправленной деятельности его собственников и носителей, а также синергетическому взаимодействию его компонентов участвует в формировании добавленной стоимости продукции и оценочной стоимости НПК наукограда*[5].

В этой связи целью настоящей статьи является разработка методологических подходов к оценке интеллектуального капитала научно-производственного комплекса наукограда в интересах его устойчивого развития. В статье использованы данные ежегодного мониторинга деятельности наукоградов Российской Федерации.

Интеллектуальный капитал НПК наукограда

Интеллектуальный капитал как объект исследования стал привлекать внимание западных ученых в конце прошлого столетия в контексте изучения проблем оценки человеческого капитала, капитала бренда, нематериальных ресурсов и др.

Контент-анализ базы данных книг web-ресурса Google books на предмет частоты использования терминов «интеллектуальный капитал» (Intellectual Capital), «человеческий капитал» (Human Capital) и «капитал бренда» (Brand Equity) в работах на английском языке, дал следующие результаты, представленные на рисунке 1.

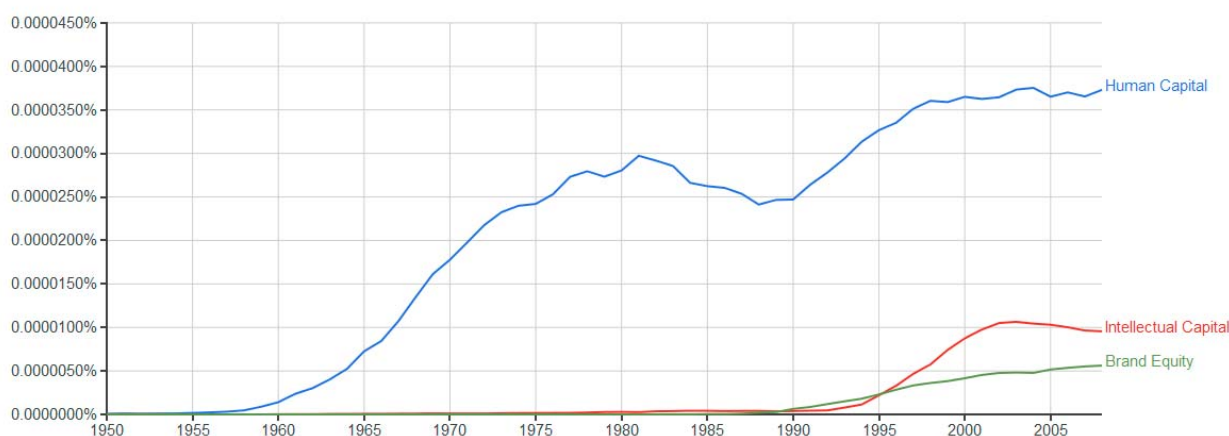


Рисунок 1 – Частота использования терминов “Intellectual Capital”, “Human Capital” и “Brand Equity” в книгах, вышедших на английском языке за период с 1950 по 2008 гг. (Источник: Google books Ngram Viewer)

В России также растет интерес к изучению проблем интеллектуального капитала на микро- и мезоуровнях и оценки отдельных его компонентов, о чем свидетельствуют недавно вышедшие монографии отечественных исследователей [3,4].

На основе анализа работ зарубежных и российских авторов можно сделать вывод о том, что элементную основу интеллектуального капитала составляют человеческий капитал (неотделимые от конкретного физического лица знания, навыки, опыт и т.д.) репутационный капитал, или капитал отношений (связан с положением предприятия на рынке, его связями с клиентами и партнерами: деловая репутация, капитал бренда и т.д.), инфраструктурный капитал (определяет процессы взаимодействия сотрудников компании посредством корпоративной культуры, и самой компаний на рынке посредством бизнес-модели) и капитал интеллектуальной собственности (права на объекты интеллектуальной собственности, отчуждаемые у автора, которые также могут входить в состав нематериальных активов организации).

Исходя из анализа действующей нормативно-правовой базы, ключевыми стейкхолдерами наукограда, которые вносят вклад в формирование его интеллектуального капитала, являются:

- *муниципальные органы власти*, осуществляющие управление социальной, инженерной, инновационной, транспортной и др. видами инфраструктур наукограда;
- *градообслуживающий комплекс*, образующий в соответствии с федеральным законом инфраструктуру наукограда, обеспечивающую жизнедеятельность его населения — например, медицинские организации, спортивные сооружения, учреждения культурно-досугового типа, библиотеки, музеи, предприятия по утилизации и переработке бытовых и промышленных отходов, объекты розничной торговли и общественного питания и т.д.;
- *градообразующий научно-производственный комплекс* в составе:
 - научно-образовательного комплекса (вузы и их филиалы, профессиональные образовательные организации и другие структуры, осуществляющие подготовку специалистов);
 - научно-исследовательского комплекса (отраслевые НИИ, ГНЦ, учреждения, подведомственные Федеральному агентству научных организаций и др.);

- производственного комплекса – предприятия, осуществляющие производство высокотехнологичной промышленной продукции и (или) инновационных товаров и услуг;
- инновационно-внедренческого комплекса – организации, учреждения и другие объекты инновационной инфраструктуры наукограда, в задачу которых входит коммерциализация результатов НИОКР,
- некоммерческие организации по развитию сетевого взаимодействия наукоградов, предприятий НПК и их сотрудников, например, технологические платформы Российской Федерации, Союз развития наукоградов России, Ассоциация малых и средних городов России, Ассоциация государственных научных центров, Общество биотехнологов России им. Ю.А. Овчинникова и др.
- инвестиционное сообщество – федеральные и региональные организации, осуществляющие инвестиции в развитие наукограда, НПК наукограда и предприятий, входящих в его состав.

Таким образом, интеллектуальный капитал наукограда как нематериальный ресурс формируется благодаря синергетическому взаимодействию, с одной стороны, компонентов интеллектуального капитала, носителями которого являются ключевые стейкхолдеры наукограда, с другой стороны, интеллектуальных капиталов этих стейкхолдеров).

В свою очередь, научно-производственный комплекс наукограда включает:

- образовательные организации высшего образования (отраслевые институты и филиалы вузов, учебные центры системы дополнительного профессионального образования и повышения квалификации, например, ГБОУ ВПО МО «Финансово-технологическая академия» (г. Королев), филиал Московского государственного технического университета радиотехники, электроники и автоматики» в г. Дубне, Мичуринский государственный аграрный университет, Обнинский институт атомной энергетики – филиал Национального исследовательского ядерного университета «МИФИ» и др.);

- научные организации (государственные научные центры, отраслевые НИИ, учреждения Российской академии наук, например, федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт биофизики клетки РАН (ИБК РАН) (г. Пущино), федеральное государственное унитарное предприятие Государственный научный центр Российской Федерации Физико-Энергетический институт им. академика А.И. Лейпунского (ФГУП ГНЦ РФ ФЭИ) (г. Обнинск), ОАО «Московский научно-исследовательский институт «Агат»» (ОАО «МНИИ «Агат»») (Жуковский) и др.;
- организации, осуществляющие производство наукоемкой продукции, к которым могут быть отнесены научно-производственные объединения, производственные предприятия (например, ЗАО «Хантсман – НМГ» (ЗАО «Хантсман – НМГ» в наукограде Обнинск, которое занимается производством новых строительных материалов и изделий на основе полиуретанов);
- организации, занимающиеся оказанием услуг по продвижению инновационных товаров и услуг наукоградов на российский и мировой рынки (например, ООО «Научно-технологический парк «Дубна», некоммерческое партнерство «Фонд развития наукограда Фрязино»).

Исходя из вышеизложенного, интеллектуальный капитал научно-производственного комплекса наукограда включает себя компоненты интеллектуального капитала организаций, входящих в его НПК, которые могут быть объединены в следующие категории «научно-образовательный комплекс», «научно-исследовательский комплекс», «производственный комплекс» и «инновационно-внедренческий комплекс» (Рисунок 2).

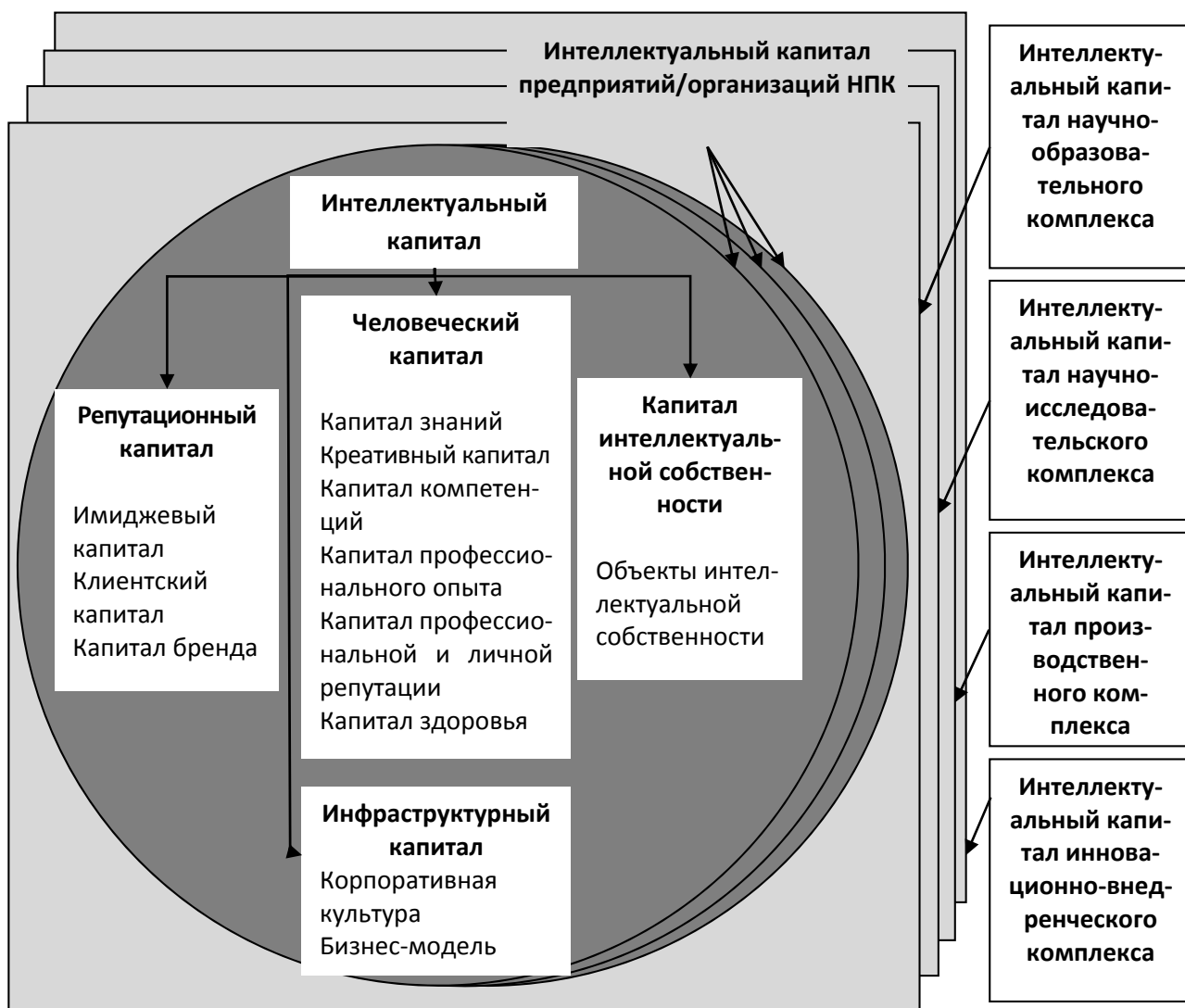


Рисунок 2 – Интеллектуальный капитал научно-производственного комплекса наукограда

При этом анализ основных компонентов интеллектуального капитала следует проводить как на уровне организации, входящей в один из четырех вышеуказанных комплексов (микроуровень), так и на уровне изучения интеллектуального капитала сотрудников данных организаций (наноуровень).

Следует отметить, что на наноуровне для различных организаций на формирование интеллектуального капитала будут оказывать влияние одни и те же факторы. Так, например, креативный капитал как составляющая человеческого капитала определяется наличием когнитивных и некогнитивных навыков. К когнитивным навыкам относятся:

- интеллектуальные способности – навыки, которые позволяют подходить к решению проблем с новых сторон, аналитические способности, которые позволяют определять наиболее перспективные идеи, и лидерские навыки, позволяющие убедить окружающих в ценности своей идеи;
- инновационный стиль мышления, который в отличие от адаптационного заключается в способности выйти за границы существующих парадигм и находить новые пути решения задач;
- мотивация.

К некогнитивным навыкам относятся открытость к освоению нового интеллектуального опыта, трудолюбие, экстраверсия как характерная черта личности, умение работать в интересах коллектива [8].

Наличие вышеперечисленных навыков следует отнести к универсальным факторам формирования креативного капитала на наноуровне.

Формирование особой среды для раскрытия творческих способностей сотрудников организаций также способствует наличие инфраструктуры, позволяющей приобщаться к новому опыту (библиотеки, культурные и информационные центры, доступ к сети Интернет, интерактивные научно-технические музеи, демонстрационные залы, творческие гостиные и т.д.). Так, например, в наукограде Троицк действует интерактивный музей «Физическая кунсткамера», экспонатами которого являются собственные разработки. Кроме того, важную роль играют оригинальные архитектурные и компоновочные решения зданий учебно-лабораторных корпусов вузов, научных учреждений, создающие особую атмосферу причастности к созданию новых идеи и продуктов.

В соответствии с методологией Р. Флориды, университетские преподаватели, ученые относятся к так называемому суперкреативному ядру, составляющему высший креативный класс среди творческих специальностей [9]. Следовательно, на формирование креативного капитала сотрудников, работающих в организациях научно-образовательного и научно-исследовательского комплексов, будут оказывать влияние сходные факторы. Данное утверждение справедливо и для креативного капитала представителей бизнес-сообщества, к которым в настоящем исследовании следует отнести руководителей предприятий

производственного комплекса и инновационно-внедренческих компаний. Согласно вышеуказанной методологии, они входят в группу так называемых креативных профессионалов.

Другая составляющая интеллектуального капитала – капитал здоровья, который определяется как способность здоровья приносить доход в течение жизни человека [10]. Аналогично к универсальным факторам, которые оказывают влияние на накопление капитала здоровья на наноуровне для организаций всего НПК наукограда, следует отнести возраст (так, например, отмечается, что отдельные стороны умственной работоспособности изменяются с возрастом гетерохронно) [1], расходы на медицинское обслуживание, наличие или отсутствие хронических заболеваний, функциональное состояние основных систем организма, уровень и гармоничность физического и нервно-психического развития.

Кроме того, справедливым также следует считать утверждение о том, что для капитала интеллектуальной собственности различных организаций будут действовать одни и те же факторы, которые заключаются в наличии объектов интеллектуальной собственности – объекты авторского (на наноуровне) и патентного (на микро- и наноуровнях) права.

Исходя из того, что удельный вес специалистов с высшим или специальным средним образованием в наукоградах составляет не менее 50% от численности работающего населения [4], человеческий капитал наукограда призван играть определяющую роль в формировании его интеллектуального капитала, а также оказывать влияние на результаты деятельности наукограда.

В подтверждение данной гипотезы был проведен корреляционный анализ данных 12 наукоградов за 2013 г. по таким показателям как «Численность исследователей (включая работающих на условиях внешнего совместительства, а также лиц, осуществляющих коммерциализацию научных и (или) научно-технических результатов) и профессорско-преподавательского состава в НПК на конец отчетного периода, чел.» и «Объем научно-технической продукции (выполнения работ, оказания услуг), выпускаемой организациями НПК, тыс. руб.». Результаты анализа показали высокую положительную связь между этими двумя индикаторами (выборочный коэффициент корреляции

Пирсона составил 0,92). При этом достоверность по уровню значимости критерия Фишера (значимость F) оказалась значительно меньше 0,05 (0,000027), что свидетельствует о хорошем качестве регрессионной модели.

Заключение

Таким образом, в рамках настоящего исследования показано, что комплексная оценка интеллектуального капитала НПК наукограда должна включать определение человеческого, инфраструктурного, репутационного капиталов и капитала интеллектуальной собственности организаций и предприятий, входящих в состав НПК, и является результирующей к интеллектуальному капиталу (ИК) научно-образовательного, научно-исследовательского, производственного и инновационно-внедренческого комплексов НПК наукоградов. При этом следует учитывать, что для определения ИК отдельно взятой организации необходимо использовать уникальный набор индикаторов вследствие различий в характере и специфике деятельности учреждения (например, используемый для оценки капитала профессионального опыта сотрудников вузов и научных учреждений показатель «Количество научных публикаций» не может быть экстраполирован на систему индикаторов для оценки ИК организаций, работающих по закрытой тематике в интересах оборонно-промышленного комплекса страны).

В целом устойчивое развитие наукоградов должно, в первую очередь, опираться на управление их интеллектуальным капиталом, так как деятельность наукоградов связана с производством наукоемкой научно-технической и инновационной продукции, в создании которой важную роль играет интеллектуальный капитал.

Литература:

1. Белозерова Л. М. Особенности умственной и физической работоспособности в возрастном аспекте: автореферат дис. ... доктора медицинских наук: 14.00.17. Казань, 1993. С.8.
2. Интеллектуальный капитал и инновационное развитие региона: монография / [И.Б. Тесленко и др.]. Владимир: Финансовый ун-т, 2014. 191 с.
3. Комплексная методология оценки человеческого интеллектуального капитала: монография / В.А. Дресвянников, О.В. Лосева. М.: КноРус, 2012. 251 с.

4. *Лилуева О.В.* Архитектурное формирование технопарков на базе наукоградов: диссертация... кандидата архитектуры: 05.23.21. Нижний Новгород, 2011. С. 43.

5. *Мальцева А.А., Монахов И.А.* Развитие теоретических представлений об интеллектуальном капитале в условиях динамической трансформации экономики // Actual Problems of Economics. 2014. № 11 (161). P.23.

6. Информационные формы для характеристики объектов инновационной инфраструктуры субъектов Российской Федерации и методические материалы по их заполнению [Электронный ресурс] / Министерство экономического развития Российской Федерации. Режим доступа:

http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/development/doc20120614_02, свободный. – Загл. с экрана.

7. Методические рекомендации по подготовке документов о присвоении муниципальному образованию статуса наукограда Российской Федерации (утв. Минобрнауки России 31.07.2006) [Электронный ресурс] / КонсультантПлюс. Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_132906. Загл. с экрана.

8. *Vode E., Villar L.P.* Creativity, Education or What? On the Measurement of Regional Human Capital [Электронный ресурс] / Kiel Institute for the World Economy. Электрон. дан. Kiel Working Paper. September 2014. № 1958. Режим доступа:

https://www.ifw-members.ifw-kiel.de/publications/creativity-education-or-what-on-the-measurement-of-regional-human-capital/KWP_1958.pdf, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ.

9. *Cruz S.S., Teixeira A.A.C.* Methodological approaches for measuring the creative employment: a critical appraisal with an application to Portugal [Электронный ресурс] / University of Porto. Электрон. дан. FER Working papers. April 2012. № 455. Режим доступа:

<http://wps.fep.up.pt/wps/wp455.pdf>, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ.

10. *Cutler D.M., Richardson E.* Measuring the Health of the U.S. Population [Электронный ресурс] / Brookings Institution. Электрон. дан. Brookings Papers on Economic Activity, Microeconomics: 1997. Режим доступа: http://www.brookings.edu/~media/Projects/BPEA/1997%20micro/1997_bpeamicro_cutler.PDF, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КРУПНОГО И МАЛОГО БИЗНЕСА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ

**Попов Д.А.,
Белгородский государственный
национальный исследовательский
университет
Научный руководитель –
Чурсина В.Н., к.с.н., доц.**

Аннотация: В статье рассмотрена проблема развития самоуправления сельских поселений на примере Белгородской области. Показана взаимосвязь между уровнем развития форм самоуправления в сельских поселениях и темпами роста показателей крестьянских фермерских хозяйств на данной территории. Определены подходы к обеспечению устойчивого развития малых сельскохозяйственных предприятий. Предложены мероприятия по взаимодействию малого и крупного бизнеса в улучшении социально-экономической ситуации в сельских поселениях Белгородской области.

Ключевые слова: сельские поселения, малое предпринимательство, крестьянские фермерские хозяйства, социально-экономическое развитие территории.

Abstract: This article deals with the problem of rural settlement self-government which is based on the example of the Belgorod region. It demonstrates the relationship between a development level of self-government forms in rural areas and growth rates of peasant farms in the area. The article illustrates determined approaches to a sustainable development provision of small agricultural enterprises. Moreover, activities in the realm of small and large businesses interaction were proposed in order to improve a socio-economic situation in rural areas of the Belgorod region.

Keywords: rural settlements, small business, peasant farms, socio-economic development of the area.

Экономический кризис в аграрном секторе привел к уменьшению финансирования действующих объектов и программ развития социальной сферы села. Произошло возрастание социальных проблем, среди которых наиболее существенными являются падение уровня жизни сельского населения, увеличение безработицы, снижение уровня культуры, трудности в содержании семьи и детей, а также возросшая неуверенность значительной части сельского населения в завтрашнем дне, значительное снижение культурного уровня сельского населения.

Социально-культурное развитие современного села связано с тем, что в проведении реформ по – прежнему не учитываются особенности и специфика сельского образа жизни. Нет чёткого понимания необходимости развития социальной инфраструктуры села и социокультурного потенциала сельского населения.

В исследованиях социологов проблемы сельского населения, экономистов, политологов, философов крайне редко исследуются вопросы координации и субординации социально-культурных факторов развития среды жизнедеятельности, ценностных ориентаций и потребностей сельских жителей.

Особенный вклад в разработку проблем села внесли такие отечественной социологии, как: М.М. Ковалевский, А.М. Большаков, А.И. Хрящева, П.А.Сорокин и другие отечественные ученые. В их работах важное место занимают вопросы происхождения аграрной собственности; учение о социальном прогрессе, развитии солидарности между классами, группами, народами и другие социально-экономические и исторические проблемы крестьянства.

З.И. Калугина в своей работе [1, с. 57] выделила три парадокса аграрной реформы в России. Первый проявился в экспансии мелкотоварного производства. Вопреки намерениям реформаторов ведущими секторами сельскохозяйственного производства стали не фермерские хозяйства и не акционерные общества, а личные хозяйства сельских жителей.

Второй парадокс заключается в неэффективности современных аграрных преобразований.

Третий – в том, что реформы не только не содействуют формированию рыночного сознания и поведения селян в сфере экономики, но практически разрушают трудовую мотивацию.

Несмотря на все принятые и реализованные государственные программы развития сельских поселений, продолжает остро стоять проблема села. Основным сдерживающим фактором, на наш взгляд, является уровень экономической активности субъектов малого предпринимательства сельского поселения.

Село – важнейшая подсистема социальной жизни, в которой сохраняются социокультурные основы общества. Очень важно соблюдать паритет интересов селян и остального общества. Под угрозой ока-

жется все национальное сельскохозяйственное производство, если общество не будет помогать селу в воспроизводстве и сохранении его человеческого капитала.

Основными чертами деревни (села) XXI века должны стать:

- самоуправляемость;
- модернизация сельскохозяйственного производства;
- урегулированность отношений с рынком на основе экономического паритета;
- повышенная занятость;
- воспроизводство потребляемых ресурсов (прежде всего земли);
- устойчивое развитие.

Учитывая, что вырос образовательный уровень сельского населения и появились новые духовные потребности, обострилась проблема удовлетворения духовных запросов, «утоления» информационного голода жителей села. И речь идёт не только о потреблении средств массовой информации – телевидения, радио, газет: резко увеличилась активность потребления и производства духовных ценностей на базе нового представления о судьбе современного села и его жителей.

До сего дня деревня выполняет донорскую функцию. Из неё берётся больше ресурсов, чем отдается взамен. Поэтому назрела необходимость придать новую динамику социально–экономическому развитию сельских поселений, что можно сделать, прежде всего, включив механизмы активизации граждан сельских поселений.

Малое предпринимательство в сельских поселениях регионов сегодня является социальным, политическим и экономическим фактором, определяющим основной вектор социально-экономического развития территории. Главное достоинство малого бизнеса состоит в том, что он является формой экономической активности населения, улучшает качество жизни населения в целом, поддерживает и укрепляет политическую и социальную стабильность в обществе [3, с. 173]. Это достигается посредством создания новых рабочих мест, а также расширения слоя собственников. Формирование благоприятного предпринимательского климата способствует ускорению экономического развития территорий.

Таким образом, развитый сектор малого предпринимательства является одним из основных условий осуществления эффективной реформы местного самоуправления и достижения экономического роста

в конкретной территории. Однако, здесь следует учитывать какая отрасль народного хозяйствования в большей мере развита и присуща малому предпринимательству в конкретном регионе.

Для успешного развития малого и среднего бизнеса необходимы три важных фактора: наличие активных, творческих людей, инвестиционная и экономическая привлекательность региона и постоянный диалог бизнеса и власти. Нельзя опровергнуть тот факт, что по уровню развития вышеперечисленных факторов Белгородская область занимает лидирующие позиции среди других регионов. На протяжении нескольких лет реализуются региональные целевые программы поддержки предпринимательства, которые дают бизнесу прочную юридическую и организационную основу, мотивируют граждан к созданию собственного дела, устраняют административные барьеры и давление на бизнес [5]. О положительном эффекте принятых правительством области мер свидетельствуют и цифры. Рост количества действующих субъектов малого среднего предпринимательства наблюдается из года в год. В настоящее время в области действуют 68 тысяч субъектов малого бизнеса [2, с. 265].

Однако складывается тенденция увеличения крупных агропромышленных комплексов на территории региона. Это приводит к тому, что на развитие малого предпринимательства на селе помимо государства в условиях конкуренции оказывает огромное влияние деятельность крупных корпораций и холдингов, которые работают на рынках данной территории.

На территории Белгородской области сельское хозяйство является ведущей отраслью народного хозяйства. Агропромышленный комплекс на сегодняшний день является одной из ведущих системообразующих сфер экономики Белгородской области. Доля сельского хозяйства в экономике области составляет более 60 процентов [6]. Одна из более интенсивно развивающихся на селе - отрасль животноводства и, в частности, свиноводство. При этом, по данным Российского комитета статистики от 2014 года, в Белгородской области выращивается 25 процентов свиноголовья Российской Федерации.

В условиях сегодняшней нестабильной геополитической ситуации и введенных санкций, у агропромышленного комплекса Белгородской области появилась возможность нарастить упущенные конкурентные преимущества. В результате это позволит в перспективе не только

выйти на европейские рынки, но и обеспечить население страны качественной продукцией по доступной цене.

Решение данной задачи требует динамического развития и новых подходов. Уже сегодня возникает противоречие между поставленными задачами и способами их решения. На местных рынках сельскохозяйственной продукции у холдингов есть огромные мощности и капитал, чтобы потеснить фермеров. В свою очередь, крестьянские фермерские хозяйства сталкиваются с целым рядом проблем. К числу основных проблем, стоящих перед малыми сельхозпроизводителями, следует отнести:

- низкий уровень технологической оснащенности;
- высокая себестоимость производимой продукции;
- ограниченный доступ к рынкам в условиях возрастающей монополизации крупных сельскохозяйственных комплексов;
- недостаточная готовность использования передовых технологических стандартов производства и переработки сельскохозяйственной продукции [6].

Исходя из этого, целесообразно рассматривать сложившуюся ситуацию между крупным и малым бизнесом на примере изменения за последние годы в свиноводческом кластере области, представленном в таблице 1.

Таблица 1 – Структура поголовья свиней в свиноводческом кластере по Белгородской области

2012	2013	2014
Поголовье	Поголовье	Поголовье
Крупные сельскохозяйственные организации		
1973,7	2641,7	3261,3
Крестьянские фермерские и личные подсобные хозяйства		
82,2	58,3	43,1
Итого		
2055,9	2700	3304,4

Как видно из таблицы, свиное поголовье в области с каждым годом увеличивается. С 2012 года по отчетный 2014 год показатель увеличился на 62 процента. При этом наблюдается снижение количества голов в крестьянских фермерских и личных подсобных хозяйствах. За

этот же период показатели снизились более чем на 50 процентов, то есть в два раза. Для наглядности разницу показателей, характеризующих крупные и малые свиноводческие предприятия, мы отразили на рисунке 1.



Рисунок 1. Структура поголовья свиней в Белгородской области

Устойчивое развитие малых свиноводческих предприятий по сравнению с крупными комплексами, на наш взгляд, позволит аграрному сектору не так болезненно пережить экономический спад. Более того, оно способствует стабилизации обстановки на селе с позиции занятости населения, получения ими стабильных доходов.

В какой-то мере органы государственной власти решают проблему развития малого и среднего бизнеса через финансирование целевых программ. Свидетельством этому является, как уже отмечалось выше, комплексный подход Правительства Белгородской области к вопросам формирования благоприятного инвестиционного климата региона, финансовой поддержке субъектов экономической деятельности, формированию прозрачной организационно-правовой среды и государственно-частного партнерства административных структур и бизнеса [4].

Однако, этого недостаточно. Необходимо наладить диалог между крестьянскими фермерскими хозяйствами и сельскохозяйственными комплексами. Их отношения должны строиться в духе партнерства и

взаимопомощи. Следует найти такую форму взаимодействия, при которой холдинги и фермеры получили бы экономический эффект, способствующий развитию отрасли сельскохозяйственного производства в целом. То есть, необходимо создать своеобразный тандем крупного и малого бизнеса.

Для реализации данного направления мы предлагаем создание своеобразного Координационного совета при органах местного самоуправления на селе. Он должен стать своеобразной платформой взаимодействия крестьянских фермерских хозяйств с крупными холдингами и социально-экономического развития территории в целом.

Формат Координационных советов предлагается сделать в форме совещаний-форумов, проводимых на постоянной основе раз в месяц, где сельскохозяйственные предприятия всех форм собственности данной территории делились бы своим опытом, видением решения оперативных задач и находили бы варианты взаимовыгодного сотрудничества. Следует привлекать специалистов из научно-исследовательских центров и ВУЗов как сельскохозяйственного профиля, так и специалистов-управленцев, чтобы таким образом объединить теорию и практику в решении возникающих вопросов.

Также хотелось бы отметить, что в состав совета необходимо включать наряду с профессионалами своего дела и молодых предпринимателей жителей села, чтобы они набирались опыта, общались с уже преуспевшими в жизни людьми, известными земляками своего села. Наряду с этим координационный совет должен пропагандировать и подталкивать граждан к открытию своего дела. Этого можно добиться путем тесного сотрудничества со школами, общественными организациями, предпринимателями.

Используя данный подход, можно добиться поступательного развития регионального предпринимательского сообщества как одного из элементов солидарного общества на территории области, возрождающего культуру предпринимательства, формирующего экономическую базу развития села, позволяющего решать вопросы продовольственной безопасности.

Литература:

1. *Калугина З.И.* Парадоксы аграрной реформы в России. Социологический анализ трансформационных процессов. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН. 2001. 196 с.

2. *Ковалева Е.И.* Роль предпринимательства в социально-экономическом развитии Белгородской области [Текст] / Е.И. Ковалева, А.В. Коннова // Молодой ученый. 2014. №5. С. 265–270.

3. *Курило А.Е.* Роль малого предпринимательства в развитии местного сообщества Республики Карелия [Текст] / А.Е. Курило // Актуальные вопросы социально-экономического развития муниципальных образований: Сборник научных статей по материалам межрегиональной научно-практической конференции. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН. 2011. С. 172–189.

4. Департамент агропромышленного комплекса Белгородской области.

[Электронный ресурс] / Режим доступа:

http://belark.ru/ekonomika_i_finansy (23.03.2015г.)

5. Отчёт губернатора Белгородской области Савченко Е.С. о результатах деятельности Правительства Белгородской области в 2014 году.

[Электронный ресурс] / Режим доступа:

<http://www.savchenko.ru/article/2455.html> (20.03.2015г.)

6. Постановление Правительства Белгородской области от 24.12.2012 года №564-пп «Об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие сельского хозяйства Белгородской области на 2013-2020 годы». [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://belrn.ru/wp-content/uploads/2014/05/64.pdf> (24.03.2015г.).

ЭКСПЕРТНЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ СОЦИАЛЬНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ ОРГАНИЗАЦИИ

*Макаров С.Н.,
Российская академия народного
хозяйства и государственной
службы при Президенте РФ*

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы, связанные с использованием экспертных систем в кадровой работе. Описываются возможности применения экспертных систем для моделирования социально-управленческих взаимодействий. Вопросы управления персоналом, при помощи экспертной системы анализируются в разрезе вариантов управленческой активности: руководства, лидерства и лидерского управления.

Ключевые слова: управление, управленческие взаимодействия, экспертная система, персонал, руководство, лидерство, лидерское управление.

Abstract: The article examines issues connected with the use of the expert systems in personnel management. It outlines possibilities of the expert systems implementation for modelling social-managerial interactions. Thus by means of the expert system, the questions of the personnel management are analyzed through various managerial activities: administration, leadership and leadership management.

Keywords: management, managerial interactions, expert system, personnel, administration, leadership, leadership management.

Социологическая информация в настоящее время приобретает особую роль с точки зрения своего определяющего влияния на процесс принятия решений. Информация, полученная в результате социологических исследований, интерпретируются многими областями современного знания: экономика, политология, менеджмент, маркетинг и т.д. Важным элементом в процессе использования знаний, полученных при помощи методологии и методики социологической науки, становится процесс управления людьми в организации. Это задает новый импульс в развитии такой области социологии как способы представления результатов исследовательской работы. В данном случае речь идет о прикладном характере использования социологической инфор-

мации, о механизмах, которые бы позволяли популяризировать социологию с позиции ее значимости в управлении персоналом, сделать социологию доступным инструментом в повседневной работе с кадрами.

Одним из таких направлений может являться использование автоматизированных оболочек экспертных систем. Экспертная система – это программа, использующая экспертные знания для обеспечения высокоэффективного решения задач в некоторой узкой предметной области. [3, р. 77] Для области социологического знания понятие «экспертные системы» нуждается в уточнении и может быть представлено в следующей редакции – это способ получения и использования объективных знаний о оптимальных каналах социально-управленческих взаимодействий. В данном случае использование сочетания «социально-управленческие взаимодействия» и сама коннотация операционализации обусловлена областью авторских интересов – управление персоналом организации.

Возможность применения экспертных систем в области управления персоналом связано с типизацией ситуации управленческих взаимодействий. А именно, когда ситуация управления становится типичной с точки зрения взаимодействующих акторов, погруженных в одно социальное пространство организации, вступающих в постоянные отношения, детерминируемые занимаемыми статусами и ролями участников. Хотя и здесь типичность обстановки носит относительный характер, так как при сохранении стабильности в институциональных признаках сами взаимодействия могут варьировать в зависимости от изменения культурных, целевых, технологических, индивидуальных и других характеристик организационного пространства. Тем не менее, экспертные системы используют осознанную всеми участниками процесса управления типичность для определения сущностных ее признаков и выявления уникального управленческого кода, способствующего оптимизации социальных контактов.

Организационная типичность в поведении людей делает их действия автоматическими. То есть эти действия зачастую происходят без участия сознания и зависят от условий, в которых они совершаются, а не от социально-психологических особенностей тех, кто их совершает.

[1, С. 269] Именно на этом «знании», его сущностных, социальных особенностях характерных только для данной среды и строят свою работу экспертные системы. Экспертные системы способствуют более

полному анализу ситуации, а также позволяют прогнозировать реакцию на те или иные формы управленческих контактов.

В этом случае алгоритмизация управленческой деятельности позволяет технологизировать работу руководителя. Вариант технологии управления, состоящий из трех стадий: прогнозирование поведения, управление ожиданиями и формирование устойчивых форм поведения [2, С. 125], – сложно реализовать, используя исключительно индивидуальный управленческий опыт. Экспертные системы способствуют вовлечению руководителя в многообразный, эмпирически выверенный мир управленческих решений, необходимый для оптимизации организационных взаимодействий.

Таким образом, экспертная система – не только дополнительный ресурс, позволяющий принимать оптимальные для конкретной ситуации решения, но и модель, которая как бы дублирует процесс принятия решения руководителем, следуя с ним в определенной степени параллельными курсами.

Прикладной характер экспертной системы придает ее автоматизированная оболочка, которая позволяет пользователю, не обладающему специальными навыками в области социологии получать необходимые результаты.

Также необходимо, чтобы конструкция экспертной системы представляла собой эмпирически выверенный инструментарий, построенный на основе моделирования изучаемых процессов и явлений при помощи методологических принципов социологических исследований. Это даст возможность объективизации информации и позволит экспертной системе стать прикладным инструментом в решении задач, концентрирующихся в области социологии управления.

Важным аспектом, необходимым для обеспечения конструкции социально-управленческой экспертной системы является наличие методологического основания, которое служит связующим элементом между двумя областями знаний – социологии и менеджмента. Поэтому в качестве одного из элементов такого основания, определяемым исследовательским замыслом может выступать парадигма символического интеракционизма. Это также позволит подчеркнуть прикладное значение экспертной системы в ситуации поиска эффективных моделей управленческих взаимодействий, когда учитывается роль символов, как инструментальной составляющей повседневных социальных

контактов. Такие символные наборы зачастую трактуются как стиль поведения, имеют индивидуальную окраску, определяются социально-психологическими характеристиками носителя.

Персональные наборы символов представляют собой факторы, влияющие на эффективность процесса управления. Эти факторы находят свое выражение в регулярном взаимодействии в рамках организации, а индивидуальные характеристики субъектов деятельности есть производная установок, которые проявляются в виде обмена символами. Символы могут иметь различную природу (вербальные, невербальные), и должны быть понятны всем участникам процесса управления. Речь идет о процессе обмена информацией, без которого управление невозможно. Поэтому при построении методологического основания рассмотрения процесса управления на уровне внутриорганизационных контактов, в основе которого находится ситуация управленческого акта, необходимо учитывать подход, в котором эффективность процесса управления обусловлена уровнем совпадения символных регуляторов. Анализ природы оптимальных форм социальных контактов, рассматривающий социальные явления и процессы (процесс управления здесь не является исключением) как продукт повседневного взаимодействия индивидов, как уже было отмечено, предлагает парадигма символического интеракционизма.

Парадигма символического интеракционизма может быть инструментом для анализа частных ситуаций, происходящих в организации, проводником современных социальных технологий, способствующих формированию ситуационной чувствительности у руководителей и подчиненных, повышению эффективности управленческого труда. Теория символического интеракционизма в качестве элемента в любом методологическом основании, может служить лишь тактическим целям при рассмотрении процесса управления на микроуровне, хорошим способом практического моделирования ситуаций в рамках управленческих взаимодействий, целям актуализации социально значимых характеристик у субъектов организационного пространства.

В настоящее время, вместе с понятием «управление», «ситуация» интерпретируется как система внешних по отношению к индивиду условий, составляющих фрагмент действительности, побуждающей и опосредующей его направленную активность. Такая распространенная

трактовка ситуационного подхода к управлению в определенной степени выводит субъект и объект управленческих взаимодействий за рамки активных акторов, что не отвечает задачам управленческого моделирования. Современные социальные технологии (в частности экспертные системы), выступая в качестве дополнительного ресурса, необходимого для эффективного управления, переводят понятие ситуационного управления в новое целевое состояние. В этом состоянии процесс управления характеризуется как деятельность по изменению поведения объекта управления при помощи специально организованной ситуации, в которой иницилирующим звеном выступает формальный руководитель, должным образом формирующий фрагмент действительности, побуждая объект управления к выполнению определенных действий. При этом объект управления идентифицирует свои действия как реакцию на обстановку, связывая свой отклик на управленческое воздействие только с личным выбором, который коррелирует с ожидаемым им результатом, хотя активность индивида приводит к различным изменениям материальной среды, для получения которых субъект управления и организовывал ситуацию.

Таким образом, символический интеракционизм в процессе изучения управления представляет собой широкое поле для исследовательской работы. Использование данной теоретической парадигмы при анализе управленческих процессов позволяет:

- 1) изучать наборы оптимальных управленческих символов;
- 2) создавать банки данных символов управления;
- 3) формировать платформу для реализации социальных технологий;
- 4) проследивать зависимость символьных наборов от воздействия социальных институтов;
- 5) разрабатывать отраслевые стили управленческого поведения;
- 6) анализировать природу зависимости символьных наборов от социальных характеристик субъектов взаимодействия (роли, статуса и т.д.).

При разработке экспертной системы, позволяющей оптимизировать процесс управления, создавать команды и подходить индивидуально к взаимодействию с сотрудниками, учитывать их уникальное представление об управлении, были использованы категории, описывающие современную вариативность управления. Здесь речь идет о трех категориях, реализация в практической деятельности которых и

составляет суть управленческих взаимодействий. Эти категории – руководство, лидерство и лидерское управление. При разработке экспертной системы эти категории были операционализированы, прошли эмпирическую проверку при помощи факторного анализа, а также были рассмотрены с позиции индикативных конструкций их описывающих. Таким образом, были получены универсальные профили каждой из категорий, а также вариативность их индикативного описания. Рассмотрение процесса управления в подобном ракурсе делает экспертную систему не только способом автоматизации, когда речь идет о инженерных решениях, но и инструментом, обладающим социальными характеристиками.

Такая компиляция эффектов отличается удобством использования системы в повседневной деятельности, расширяет возможности прикладного применения результатов ее работы. Одинаково полезной экспертная система может быть, как для руководителя, осуществляющего процесс непосредственного управления коллективом, так и для специалиста по работе с кадрами. В области управления персоналом как самостоятельного направления в работе организации экспертные системы позволяют осуществлять мониторинг социального пространства организационных взаимодействий, вести деятельность, связанную с командообразованием и созданию корпоративной культуры. Также нельзя не отметить и возможности экспертной системы для специалистов, занимающихся кадровым аутсорсингом, когда тренинги и семинары могут быть выстроены исходя из реального организационного запроса и эффект от их применения может быть проверен.

Таким образом, для работы с персоналом организации экспертная система является инструментом социального конструирования продуктивной рабочей среды, эффект от использования которой обладает каталитическими характеристиками для деятельности организации, повышения ее конкурентных преимуществ на рынке.

Литература:

1. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. М.: Гарант, 2005. С. 269.
2. *Чалдини Р.* Психология влияния. 4-е изд., перераб. и доп. СПб: Питер, 2009. С. 125.
3. Johnson P. What kind of expert should a system be?// *The Journal of Medicine and Philosophy*, 2007. vol. 8. P. 77.

**ПАРТИСИПАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСНОВА
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ:
ОПЫТ ЭМПИРИЧЕСКОГО ОБСЛЕДОВАНИЯ**

*Хабибуллин Р.И.,
Московский государственный
университет им. М.В. Ломоносова*

Участие работников в управлении рассматривается в литературе как одна из базовых тенденций развития организаций в постиндустриальную эпоху [1]. Предприятие может быть экономически и социально эффективным и инновационно активным только в том случае, если его интересы и интересы работников хозяйствующего субъекта совпадают. Как показывает опыт развитых стран, фундаментом для управления процессом согласования интересов отдельных работников и предприятия в целом на основе заинтересованности всех работников в эффективном использовании ресурсов является демократизация производственных отношений, базирующаяся на концепции партисипативного менеджмента, обеспечивающая привлечение работников к управлению производством; к участию в разработке различных систем организации и оплаты труда; совершенствованию технологий; к распределению результатов хозяйственной деятельности предприятия

В настоящее время ведущие компании мира стараются оценить не просто удовлетворенность и/или лояльность своих сотрудников по отношению к организации, а устанавливают индекс их вовлеченности в ее деятельность [2]. Феномен «вовлеченности» (сопричастности) как стремления активно участвовать в решении проблем предприятия, удовлетворенности своим пребыванием в нём является одним из компонентов «позитивного организационного поведения» [3]. Связь вовлеченности (сопричастности) работников с эффективностью функционирования компании подтверждена многолетними исследованиями, проводившимися ведущими исследовательскими агентствами в сотнях организаций по всему миру. Их выводы практически однозначны. Для работников с высоким уровнем вовлеченности характерны более вы-

сокие производительность и качество работы, что усиливает их лояльность по отношению к организации и улучшает показатели её деятельности. Согласно данным Corporate Executive Board, сотрудники, вовлечённые в работу компании, прилагают на 57% больше усилий, а вероятность их ухода была оценена на 87% ниже, чем у сотрудников с низким уровнем вовлечённости [4].

В России тенденция привлечения работников к управлению практически не проявляется, что подтверждается современными результатами исследований, свидетельствующими о высоком уровне отстранённости российских работников от управленческих решений, доминировании недемократических форм организаций российского бизнеса [5]. Нельзя не согласиться с Г.Б. Клейнером в том, что на большинстве российских предприятий в системе взаимных ожиданий «работник – предприятие» принадлежность к коллективу не рассматривается как «философия судьбы», согласно которой работник и фирма должны быть связаны не столько контрактом, сколько общей судьбой. В российских условиях для взаимоотношений между работником и предприятием наиболее характерной является «философия гостя», что не отвечает требованиям современного производства [6].

Одной из главных причин кризисного положения множества российских предприятий является сохранение авторитарного стиля управления производством. На наш взгляд, повышение эффективности функционирования предприятий невозможно без преодоления отчужденности работников от участия в управлении и собственности. Продолжающийся экономический кризис усиливает поиски альтернативных форм организации хозяйственной деятельности, среди которых наибольший интерес представляют демократически управляемые компании, находящиеся в собственности работников [7].

В России есть небольшое число принадлежащих трудовым коллективам предприятия, которые за шестнадцатилетний период развития в постсоветских условиях смогли не только подтвердить свою жизнеспособность, но и обеспечить рост материального благополучия для всех работников-собственников [8]. Такие предприятия называются народными (далее – НП), или акционерными обществами работников, функционирующими в соответствии №115-ФЗ от 19.07.1998 «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников

(народных предприятий)». Обязательными характеристиками НП являются следующие положения: (1) Более 75% акций должно принадлежать работникам НП, каждый из которых не может владеть более 5% акций; (2) Продажа акций НП на сторону не допускается. В случае ухода работника-акционера с предприятия, он обязан продать свои акции обществу, которое, обязано их купить и разместить среди работающих, в том числе, среди тех, кто не является его акционерами, количество которых не должно превышать 10% от общего числа занятых на предприятии. Они могут участвовать в работе общего собрания акционеров с правом совещательного голоса; (3) Принятие решений по большинству вопросов деятельности НП осуществляется на общем собрании акционеров по принципу «один акционер – один голос», а не «одна акция – один голос», как это имеет место в традиционном АО; (4) Среднесписочная численность работников НП не может составлять менее 51 человека, а число акционеров не должно превышать 5000; (5) Размер оплаты труда генерального директора НП за отчетный финансовый год не может более чем в 10 раз превышать средний размер оплаты труда одного работника НП за тот же период.

Фактически речь идет о коллективных предприятиях, в которых работники имеют на руках значимый пакет акций. Соответственно участие работников-акционеров в управлении данными организациями должно быть естественным [1]. Форма НП предлагает их участникам эффективные механизмы солидарности и надежную структуру собственности, способствующие укреплению групповой этики и склонности к долгосрочным инвестициям.

При этом соотношение интересов и целевые установки акционеров-работников и менеджмента на НП во многом должны определяться следующими существенными обстоятельствами: информированностью членов трудового коллектива о состоянии дел на предприятии; вовлечённостью работников в управленческие процессы; прочностью экономических связей работников с предприятием; наличием ощущения «хозяина» у работников и т.д. С целью определения роли вышеназванных факторов в управленческой жизни НП в июне-июле 2014 г. нами было проведено анкетирование работников одного из ведущих НП. Объектом исследования было выбрано первое народное предприятие в России – Набережночелнинский картонно-бумажный комбинат имени С.П. Титова с численностью работников 1760

чел. (среднесписочная явочная – 1729), являющийся одним из лидеров целлюлозно-бумажной промышленности. По уважительной причине (очередной отпуск, б/лист, декрет) отсутствовали на рабочем месте и не смогли принять участие в опросе 361 чел. Отказались принять участие в опросе 355 чел. Таким образом, конечный анализ был проведён на основе 1044 анкет.

Основными видами производимой продукции предприятия является картон, бумага, гофротара, санитарно-гигиеническая бумага, полиграфическая упаковка. На данный момент НП КБК занимает 7% рынка гофротары, 3% рынка картона и бумаги, 13% рынка санитарно-гигиенической бумаги и 2% рынка полиграфической упаковки. Комбинат является крупнейшим налогоплательщиком Республики Татарстан. Среднемесячная заработная плата на комбинате – 55,845 тыс. руб. (среднемесячная заработная плата в г. Набережные Челны – 26,7 тыс. руб., в Республике Татарстан – 26,4 тыс. руб.). За последние 16 лет работы комбинат добился устойчивого роста основных показателей. Выручка предприятия с 1999 г. по 2014 г. выросла в 15 раз. За последние 5 лет рост составил 1,5 раза. В 2014 г. выручка ожидается на уровне 6,4 млрд. руб. Что касается производительности труда, то за 16 лет работы в статусе народного предприятия в денежном выражении значение данного показателя выросло в 16 раз, а в натуральном исчислении – в 2,3 раза.

Результаты проведённого нами анкетного обследования НП показали, что система управления на НП выстроена таким образом, что даёт возможность работникам не быть пассивными и «покорными», а позволяет им широко задействовать свой потенциал, строить гармоничные отношения с менеджментом и руководством компании. Работник НП имеет возможность принимать участие в обсуждении и принятии решений по широкому кругу вопросов относительно управленческих и производственных процессов предприятия: мотивация труда, качество продукции, улучшение условий труда, модернизация оборудования и т.д. Права работников, определяющие уровень их вовлечённости в решение проблем НП, не ущемляются, рядовые сотрудники не отмечают недостаток информации о состоянии дел на предприятии, организована система обучения работников основам экономических и управленческих знаний, а справедливость социально-экономических

отношений на НП (по оценкам самих работников) находится на достаточно высоком уровне. Однако были выявлены и некоторые проблемы демократизации управления. В частности, 33% работников указали, что не ощущают себя «хозяевами», а 32% чувствуют себя «хозяином» только формально. Приходится также признать, что только каждый второй работник НП считает собрание работников-акционеров реально действующим органом управления НП.

Анализ данных, полученных в ходе анкетирования работников НП, позволяет сделать несколько выводов, которые коррелируют с выводами об эффектах участия работников в управлении [9].

Во-первых, участие работников в решении проблем НП (на разных уровнях) улучшает морально-психологический климат в коллективе, является стимулом для повышения производительности труда и укрепления трудовой дисциплины. Как показывают результаты проведенного опроса, морально-психологический климат на обследуемом НП является весьма благоприятным, что подтверждается еще и отсутствием текучести кадров.

Во-вторых, участие работников в управлении повышает чувство сопричастности и ответственности по отношению к организации. Работник совершенно по-иному воспринимает свои трудовые обязанности, понимая, что от его усилий зависит его благополучие и эффективность деятельности всего предприятия, о чем свидетельствует достаточно высокий уровень участия работников НП в решении тех или иных проблем функционирования компании. Выдвинутый в работе [10] тезис, согласно которому главным для российских работников является заработок, по крайней мере на ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» не нашел достаточного подтверждения.

В-третьих, вовлечение работников в управленческие процессы вкупе с наделением их собственностью на средства производства придает работникам уверенность в себе как в участнике общего дела, что является основой для предотвращения оппортунистического поведения. Большую роль в этом играет отлаженная система коммуникации с работниками, благодаря которой члены трудового коллектива НП могут получить и использовать всю интересующую их информацию о предприятии.

В целом, нельзя не отметить, что вовлечение работников в управленческие процессы вкупе с наделением их собственностью на средства производства придаёт работникам уверенность в себе как в участнике общего дела, что является основой для предотвращения оппортунистического поведения и повышения эффективности функционирования компании.

Таким образом, развитие российской модели партисипативного менеджмента через распространение практики создания НП и есть один из путей модернизации и инновационного обновления экономики, гармонизации социальных отношений на основе соблюдения принципов социальной справедливости и социального партнерства.

Литература:

1. Барков С.А. Теория организации/институциональный подход. М.: КДУ, 2009.

2. Долженко Р.А. Вовлеченность персонала как индикатор отношения работников к изменениям в организации. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2014.

3. Wefald A.J., Downey R.G. Gob engagement in organizations: Fad, fashion, or folderol?//Journal of Organizational Behavior. 2009. Vol. 30. Iss. 1.

4. Corporate Executive Board. The role of employee engagement in the return to growth. Bloomberg Businessweek. 2010. August.

5. Эфендиев А.Г., Балабанова Е.С. «Человеческое измерение» российского бизнеса: к демократически-гуманистическому типу социальной организации фирмы // Социологические исследования. 2012. №7. С.43-54.

6. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия. М.: Издательство «Дело» АНХ, 2008.

7. Cheney G., Cruz I.S., Peredo A.M., Nazareno E. Worker cooperatives as an organizational alternative: Challenges, achievements and promise in business governance and ownership // Organization. September 2014. Vol. 21, 5: pp. 591–603.

8. Зимина Т.В. Об инновационном развитии предприятий с собственностью работников // Экономист. 2015. №1. С.41–43.

9. Тощенко Ж.Т. Социология управления. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2011.

10. Темницкий А.Л. Становление наемного работника рыночного типа в условиях трансформации отношений собственности // Социологические исследования. 2014. № 5. С. 47-55.

Секция «Корпоративные финансы: новый взгляд»

УДК 334.724.012.56

СОВРЕМЕННЫЕ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

*Грищенко Ю.И., к.э.н.,
доцент кафедры финансового менеджмента
Финансового университета*

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению современного состояния социального предпринимательства в России. Цель работы: исследовать источники финансирования социального предпринимателя в современных условиях и выявить новые методы финансирования социального предпринимательства.

Ключевые слова: социальный предприниматель, источники финансирования, краудфандинг

Abstract: The article considers the current state of social entrepreneurship in Russia. Objective: To identify the main sources of funding for the social entrepreneur in modern conditions and to identify new methods of financing social entrepreneurship.

Keywords: social entrepreneur, sources of financing, crowdfunding

Социальные предприятия призваны закрывать «пробелы государства» по оказанию таких услуг как: образование (дошкольное и пр.), медицинские услуги, социально-психологическая помощь, организация спортивных и досуговых мероприятий и другие. Следует отметить, что спектр социальных предприятий за последние годы существенно расширился и включает не только благотворительные, экологические и правозащитные организации, а также организации социальной сферы. В современных условиях развития социального предпринимательства возникает необходимость поиска дополнительных источников финансирования социальной и уставной деятельности, а также обеспечение эффективного управления финансами.

Социальные предприятия включают в себя некоммерческие (государственные и негосударственные) и коммерческие предприятия, и их

доходы должны быть направлены на достижение уставных целей (социальные цели).

В настоящее время в литературе существуют различные подходы к трактовке понятия «социальное предпринимательство».

Социальное предпринимательство – это новый способ социально-экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение организации с предпринимательским новаторством и достижением устойчивой самоокупаемости [4].

Социальное предпринимательство – это предпринимательская деятельность, смыслом которой является решение или смягчение социальных проблем [1].

Социальные предприятия – это бизнес, который не только стремится к решению проблемы инклюзии для всех людей или к более справедливому распределению прибыли, но и к созданию рабочих мест. У этого бизнеса основа – ответственность и долгосрочные распределение выгод. Поэтому социальное предприятие само по себе является конкурентным преимуществом [7].

Социальное предпринимательство занимает промежуточное положение между сферами традиционного предпринимательства и благотворительности: от первого оно отличается своими целями – направленностью на социальные изменения, разрешение социальных проблем; а от второй – коммерческим характером деятельности (цели достигаются не путем разовых финансовых вливаний, а посредством организации предпринимательской деятельности). Так, например, в Великобритании критерием социального предпринимателя является то, что они могут распределять между акционерами только 35 % прибыли, остальную они обязаны направлять на социальные задачи [1]. На сегодняшний день само понятие «социальное предпринимательство» в российском законодательстве отсутствует.

В настоящее время, в условиях экономической нестабильности, замедления темпов развития российской экономики, введения санкции запада, возникает необходимость поиска социальными предприятиями новых методов и источников финансирования уставной деятельности.

Исследование показало, что основным источником финансирования деятельности СП является собственная хозяйственная деятельность (доходы от предпринимательской деятельности) – ее доля среди

всех источников доходов в среднем по выборке составила 58%, т.е. более половины. Доля этого источника в общей структуре поступлений существенно превышает доли всех других источников. Среди иных источников финансирования деятельности СП можно выделить как относительно весомые – «кредиты и займы» (13%), «взносы учредителей или членов» и «международные гранты» (по 7%). Доли иных источников финансирования, включая бюджетные средства, частные пожертвования, поступления от бизнес-структур и НКО в среднем по выборке составляют по 2-3% [3].

Одним из современных способов привлечения финансовых ресурсов является краудфандинг. Краудфандинг (от англ. crowdfunding, crowd – «толпа», funding – «финансирование») – это процесс сбора денег широкой общественностью, которая обеспечивает начальный капитал для новых проектов [6].

Не смотря на то, что термин «краудфандинг» появился относительно недавно, идея народного, коллективного финансирования отнюдь не нова: испокон века люди собирали деньги на общественно значимые проекты. Однако именно в последнее время, в связи развитием Интернета, глубоким проникновением информационных технологий в общественную жизнь, повышением их доступности и технологической зрелости, стали появляться новые, уникальные формы социально-технических систем, к которым можно отнести краудфандинговые площадки – специализированные Интернет-сайты для анонсирования проектов и сбора средств [5].

Краудфандинг является способом привлечения средств для конкретной цели или проекта, объединяя большое количество людей, чтобы пожертвовать деньги, как правило, в небольших количествах в течение относительно короткого периода времени. Краудфандинг осуществляется в режиме онлайн, часто в социальных сетях.

Первый краудфандинговый веб-сервисом является музыкальный сайт ArtistShare, официально зарегистрированный в США в самом начале 2000-х. [2]. Изначально краудфандинг применялся как способ привлечения средств для художников, кинематографов, предпринимателей. В современных условиях, краудфандинг стал применяться более широко. Его применяют некоммерческие организации, предприниматели, частные лица для реализации любого типа проекта. Например,

люди, имеющие какое-либо заболевание ищут финансовую помощь на лечение, образование, путешествие или другие личные расходы.

Таким образом, можно выделить две модели краудфандинга:

1. Пожертвование.

Доноры участвуют в софинансировании нового проекта. При этом, после реализации проекта, доноры получают продукт или услугу, которые были разработаны краудфандинговой компанией. Таким образом, доноры являются потенциальными потребителями еще не созданной продукции. Например, за пожертвование 500 рублей на создание игры, донор может получить копию DVD, за 1500 рублей – подписанный плакат или футболку др.

Для благотворительных проектов, чьим конечным бенефициаром является не донор, могут быть некоторые другие вознаграждения за участие в финансировании (приглашение в какое-либо мероприятие).

2. Инвестиционный краудфандинг.

Старт-ап проекты привлекают финансовые средства путем продажи доли в капитале не листинговой компании через Интернет в виде выпуска акций или долговых обязательств. В этой модели, инвесторы, которые финансируют предпринимателей имеют право получить доход в будущем, в отличие от модели пожертвования.

С начала 2000-х годов число краудфандинговых сервисов и их объем финансирования, стремительно растет. Сейчас в мире действует больше 530 краудфандинговых сервисов по сбору средств, самые известные в США: Kiva, Kickstarter, Indiegogo и RocketHub.

В настоящее время краудфандинг распространился по всему миру и активно развивается в Европе. Статистика показывает, что небольшая сумма привлеченных финансов через краудфандинговые сервисы с 2012 по 2014 год приходится на Великобританию, сумма привлеченных средств составляет 3 560 млн. евро, во Франции было привлечено средств в четырнадцать раз меньше и составляет 253 млн. евро.

На наш взгляд, основы инвестиционного краудфандинга возможно применить на российских социальных предприятиях. Приобретение донорами-инвесторами долговых ценных бумаг и/или доли в социальной организации приведет к повышению прозрачности деятельности социального предприятия, повышению уровня доверия доноров к организации, а также к увеличению сбора средств для реализации социальных и благотворительных проектов. Например, в замен на долю в

капитале организации, доноры смогут получать услуги социальной организации на льготных условиях.

Необходимо отметить, что активную финансовую и информационную поддержку социальным предпринимателям оказывает фонд региональных социальных программ «Наше будущее», также автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив» (АСИ). Для работы социальных предприятий, действующих в форме некоммерческой организации, существенным шагом вперед стала Программа поддержки социально ориентированных НКО – следствие Федерального закона от 05.04.2010 № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций». Данная программа предусматривает выделение на конкурсной основе государственного финансирования некоммерческим организациям, занимающимся видами деятельности, определенными в законе (социальная поддержка и защита граждан, охрана окружающей среды и защита животных и т.д.).

Однако несмотря на государственную поддержку, социальное предпринимательство – деятельность, связанная с финансовым и предпринимательским риском [1]. При создании предприятия социальный предприниматель проходит тот же путь, что и коммерческий предприниматель: изучение проблемы, идея, коммерческая модель, изучение рынка, разработка прототипа продукта (концепции услуги), поиск партнеров, поиск финансирования, разработка бизнес-плана, регистрация предприятия и начало деятельности. Отличие заключается в том, что для социального предпринимателя целью создания бизнеса является не извлечение прибыли, а решение социальной проблемы, и он готов значительную часть прибыли реинвестировать в предприятие.

Литература:

1. *Зверева Н.* Законодательное регулирование деятельности социальных предпринимателей [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nb-fund.ru/news/dmitriy-medvedev-sotsialnomu-predprinimatelstvu-nuzhen-zakon.html> (07.10.2013)

2. Обзор краудфандинговых сервисов в мире. 2012. [Электронный ресурс] URL: <http://crowdfunding-russia.blogspot.ru/2012/05/blog-post.html> (дата обращения: 07.04.2015).

3. Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики», выполненного АНО «Социологическая мастерская Задорина» (Исследовательская группа ЦИРКОН) в интересах Фонда региональных социальных программ «Наше будущее». 2012. [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.nb-forum.ru/userfiles/file/portret-sp-2.doc](http://www.nb-forum.ru/userfiles/file/portret-sp-2.doc) (дата обращения: 07.04.2015).

4. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А.А. Московская; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011, 156 с.

5. *Чугреев В.Л.* Краудфандинг – социальная технология коллективного финансирования: зарубежный опыт использования // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2013. №4.

6. *Штейнберг С.* Библия краудфандинга. 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.crowdfundingguides.com/The%20Crowdfunding%20Bible.pdf> (дата обращения: 07.04.2015).

7. J-M Barroso, President of the Commission. 2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://innovus.biz/en/innonews/world/5556-new-european-policy/>

ЕЩЕ РАЗ ОБ ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ: ПУТЬ ОТ ОБРАТНОГО

**Чернова О.В.,
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Ковровская государственная
технологическая академия
им. В.А. Дегтярева», Владимирская обл.**

Аннотация: В инвестиционном анализе предлагается использовать метод «от обратного». Данный метод упрощает оценку инвестиционных проектов и повышает качество управленческих инвестиционных решений. В статье показано использование данного метода на примере точки безубыточности проекта.

Ключевые слова: оценка инвестиций, инвестиционный проект, точка безубыточности, метод «от обратного».

Annotation: In the investment analysis it is offered to use the method «from the return». This method simplifies an assessment of investment projects and increases quality of administrative investment decisions. Use of this method on the example of a break-even point of the project is shown in article.

Keywords: assessment of investments, investment project, break-even point point, method «from the return».

Проблема качественной оценки инвестиционных проектов по-прежнему актуальна и интересна, подтверждением чему является появление все новых публикаций в научных журналах, новых выступлений на конференциях, новых вопросов и обсуждений в «международной паутине». Это вполне объяснимо. Речь идет о принятии капиталоемких, долгосрочных, рискованных управленческих решениях, которые требуют всесторонней, комплексной оценки. Цена ошибки очень велика и зачастую ведет к полной потере средств и, как следствие, к банкротству и закрытию.

Напомним, что в нашей стране для оценки инвестиционных проектов разработаны и приняты соответствующие нормативно-правовые материалы [1]. В соответствии с ними, а также исходя из международного опыта, для оценки проектов используют следующие методы: пе-

риод окупаемости (PB), чистый дисконтированный доход (NPV), индекс доходности (PI), и внутренняя норма доходности (IRR). Все эти методы учитывают временную стоимость денег и основаны на применении процедуры дисконтирования денежных потоков. Как бы не критиковали концепцию временной стоимости денег в ее настоящей классической форме, практики пока не спешат от нее отказываться [2]. В свою очередь комплексная оценка инвестиционных проектов также предполагает оценку уровня риска проекта. Оценивать риск проекта рекомендуют с помощью оценки безубыточности проекта, анализа чувствительности, используя метод сценариев, метод Монте-Карло и др.

Оценка инвестиций начинается со сбора информации и прогнозирования основных показателей проекта таких как: потенциальный объем продаж, цена товара (услуги), входные цены (цены на ресурсы), потребность в капитальных товарах (основных фондах, нематериальных активах), потребность во внешнем финансировании, стоимость капитала и др. Наиболее сложной частью прогнозирования является оценка емкости рынка и прогнозирование объема продаж. В отдельных случаях сделать это очень сложно. Теория и практика инвестиционного менеджмента выработала определенные подходы к прогнозированию сбыта. Условно, все методы прогнозирования делятся на две группы: математические и экспертные. В основе математических методов лежат приемы математической статистики и теории вероятностей. Использование экспертных методов предполагает сбор мнений экспертов и разработку прогноза на основе их суждений. В качестве еще одного варианта оценки и прогноза спроса выступает пробный маркетинг. Однако большинство из перечисленных приемов недоступны малому и среднему бизнесу, чьи финансовые возможности, связи и ресурсы ограничены. Эти фирмы не имеют возможности провести масштабные маркетинговые исследования (или заказать их профессионалам), не могут найти и оплатить труд экспертов-профессионалов, не имеют «лишних» материально-технических ресурсов для организации производства пробной партии.

Крупные компании также не всегда готовы тратить время и средства на проведение подобных работ. Ведь крупные компании, как правило, имеют несколько альтернатив. В этих условиях возникает необходимость «отсева» непривлекательных проектов для того, чтобы оставить 2–3 идеи и рассматривать их более детально и тщательно.

Одним из способов решения проблемы может стать СVP-анализ (маржинальный анализ). Известно, что использование маржинального анализа предполагает деление всех затрат на постоянные и переменные с целью определения маржинального дохода и оценки точки безубыточности.

Предлагается использовать показатель точки безубыточности для определения привлекательности проекта и возможности его реализации. Определяя точку безубыточности, фирма находит тот пороговый объем производства, при котором все текущие затраты будут возмещены. На следующем этапе фирма может оценить, достигим ли данный объем производства на практике, можно ли перекрыть этот объем. Если у фирмы есть первоначальные договоренности с покупателями (договоры о намерениях) о поставке продукции, фирма может определить рискованность проекта и целесообразность его осуществления.

Таким образом, мы уходим от необходимости полномасштабной оценки емкости рынка и прогнозирования объема продаж. Конечно, это временно. Если проведенный анализ (расчет точки безубыточности, сравнение потенциальных объемов продаж и безубыточного объема производства) покажет, что проект имеет достаточный потенциал, на следующем этапе фирме придется, так или иначе оценивать сбыт, чтобы оценить экономическую эффективность проекта. То есть сформулированное ранее предложение рекомендуется применять на ранних этапах инвестиционного анализа с целью быстрой отбраковки проектов и сужения числа альтернатив. Его следует рассматривать как способ упрощения общего механизма по организации и проведению оценки инвестиционных проектов.

Таким образом, на начальном этапе планирования проекта рекомендуется начинать инвестиционный анализ не с оценки потенциального спроса на продукцию и определения возможной доходности проекта, а с оценки уровня безубыточности проекта, чтобы оценить возможность достижения этого критического уровня на практике. Предлагаемый в работе так называемый путь «от обратного» представляет собой целое направление в экономике, позволяющее путем обратных вычислений ответить на вопрос, что необходимо предпринять (сколько вложить ресурсов, выпускать продукции, привлечь средств), для того чтобы добиться определенного результата.

Большой шаг вперед в формулировке и решении подобных задач сделал Б.Е. Одинцов, который в своих трудах разработал различные условия и варианты их решения. [3] По мнению автора оценочные системы должны быть полезны. «Для того чтобы системы стали полезными, т.е. с их помощью можно было реально влиять на события, в основу их построения, кроме формализованных прямых зависимостей, должны быть положены и обратные, рассматриваемые сквозь призму антропоморфных целевых установок. Для этого они должны уметь решать обратные задачи».

Продемонстрируем реализацию предлагаемой идеи на примере.

Индивидуальный предприниматель решил заняться 3D рекламой в городе N. В городе нет агентств, оказывающих данные услуги. Результаты анализа спроса в Москве и Санкт-Петербурге, доступные предпринимателю, показывают высокий интерес и спрос на данный вид рекламы. Однако точно оценить спрос в городе N на 3D-рекламу не представляется возможным. Проведя предварительные переговоры, предприниматель оценил потенциальные заказы в размере 2 заказа/месяц или 24 заказа/год.

Возникает вопрос, стоит ли вкладывать средства в данный проект. Для реализации проекта необходимы первоначальные вложения в оборудование в размере 10 тыс. у.ед. Цена услуги – 500 у.ед. Планируемые годовые постоянные затраты (без амортизационных отчислений) 4 000 у.ед. Срок полезного использования основных фондов 5 лет. Удельные переменные затраты – 300 у.ед. Отсюда точка безубыточности равна:

$$AO_{\text{год}} = 10000/5 = 2000 \text{ у.ед.}$$

$$ТБ = (4000 + 2000) / (500 - 300) = 30 \text{ заказов/год.}$$

Как видно из расчетов, проект - высокорискованный. Ожидания предпринимателя относительно заказов крайне пессимистичны. Вполне возможно, что заказов будет меньше 24 в год. Отсюда, точка безубыточности видится недостижимой, по крайней мере, в первый год реализации проекта. От проекта рекомендуется отказаться.

Таким образом, представляется целесообразным оценивать безубыточность проекта не в конце инвестиционного анализа (как правило, раздел «Анализ рисков и оценка чувствительности проекта»), где определяется точка безубыточности, является заключительным разде-

лом бизнес-плана), а в начале. Этот подход «от обратного» можно продолжить. Целесообразно, определить такой объем производства, при котором достигается безубыточность проекта в целом с учетом фактора времени, т.е. объем производства, при котором чистая текущая стоимость проекта равна нулю.

Найдем объем производства, при котором достигается безубыточность проекта в целом с учетом дисконтирования, в представленном ранее примере (см. табл. 1). Примем стоимость капитала по проекту равной 20%.

Таблица 1 – Расчет безубыточного объема производства

Год	0	1	2	3	4	5
Инвестиции в проект	-10000					
Цена		500	500	500	500	500
Переменные издержки на ед.		300	300	300	300	300
Постоянные издержки, сопровождаемые оттоком денежных средств (без АО)		4000	4000	4000	4000	4000
Норма дисконта	0,2					
Безубыточный объем производства		34,72	34,72	34,72	34,72	34,72
ЧДП	-10000	3343,8	3343,8	3343,8	3343,8	3343,8
К-т дисконтирования	1	0,833	0,694	0,579	0,482	0,402
Текущая стоимость ЧДП	-10000	2786,5	2322,1	1935,1	1612,6	1343,8
Текущая стоимость ЧДП нарастающим итогом	-10000	-7213,5	-4891,4	-2956,4	-1343,8	0

Таким образом, безубыточный объем производства проекта в целом равен 35 заказов в год, что больше предыдущего расчетного результата на 5 единиц. Чем выше уровень неопределенности проекта, тем больше величина безубыточного объема производства.

Однако следует учесть, что интерес к товару на рынке меняется. На начальном этапе потребители осторожны и недоверчивы, в последующем спрос на товар, как правило, возрастает. На определенном этапе появляются конкуренты с аналогичной продукцией, происходит насыщение рынка, что находит отражение в стабилизации и сокращении объема продаж. Попытаемся ввести концепцию жизненного цикла товара в наши расчеты. Предположим, что предприниматель ожидает

ежегодный рост спроса на 3D-рекламу в размере 20%/год. Определим объемы производства, при которых будет достигнута безубыточность проекта (Таблица 2).

Таблица 2 – Расчет безубыточного объема производства с учетом роста спроса

Год	0	1	2	3	4	5
Инвестиции в проект	-10000					
Цена		500	500	500	500	500
Переменные издержки на ед.		300	300	300	300	300
Постоянные издержки, сопровождаемые оттоком денежных средств (без АО)		4000	4000	4000	4000	4000
норма дисконта	0,2					
Безубыточный объем производства		25	30	36	43	52
ЧДП	-10000	1383,9	2380,7	3576,8	5012,2	6734,6
К-т дисконтирования	1	0,833	0,694	0,579	0,482	0,402
Текущая стоимость ЧДП	-10000	1153,2	1653,2	2069,9	2417,1	2706,5
Текущая стоимость ЧДП нарастающим итогом	-10000	-8846,8	-7193,5	-5123,6	-2706,5	0

Из расчетов следует, что в начале срока жизни проекта безубыточный объем равен 25 заказам в год, в конце – 52 заказам в год. Таким образом, безубыточный объем производства возрастает более чем в два раза, соответственно общий безубыточный объем производства по проекту увеличивается на 10 единиц (175-185 заказов).

Предлагаемый нами подход «от обратного» уже был использован в инвестиционном анализе. Вспомним показатель IRR, характеризующий такую пограничную процентную ставку, при которой NPV проекта равен нулю. Появление этого показателя связано со сложностью в оценке нормы дисконта по проекту. До сих пор, в этом направлении анализа идут дискуссии по поводу сущности и методики определения нормы дисконта. Известные в теории и практике инвестиционного анализа кумулятивный метод и метод ССК (средневзвешенной стоимости капитала) неоднократно подвергались критике и доработке.

Следует также отметить, что норма дисконта по проекту в соответствии со своей сущностью не является константой. Условия финансирования проекта меняются, меняется общий уровень риска проекта и темп инфляции, отсюда возникает необходимость учета изменений нормы дисконта в ходе реализации проекта. Таким образом, задача еще более усложняется.

Определение IRR проекта снимает все эти вопросы и позволяет определить предельную допустимую величину нормы дисконта по проекту вне зависимости от изменений внешних факторов. То есть IRR проекта можно рассматривать как более объективный, «справедливый» показатель, чем NPV, PI, PB проекта. Однако, напомним, что у отдельных проектов могут возникнуть трудности с определением IRR. Расчеты могут привести к множественности значений IRR, или IRR проекта вообще может отсутствовать.

Подобные расчеты интересны не только в части безубыточности проекта, но и с целью определения объемов производства для достижения целевых ориентиров основных показателей проекта. Если инвестор желает получить по проекту определенный доход, с помощью расчетов можно определить объем производства, соответствующий требуемой величине NPV проекта. Если инвестору важно, как можно быстрее вернуть вложенные средства, с помощью расчетов можно установить объем производства, обеспечивающий заданный период окупаемости проекта.

Предположим, предприниматель желает получить по проекту доход не менее 2 000 у.е. В этом случае объем производства составит:

Таблица 3 – Расчет объема производства, обеспечивающего достижение целевой прибыли

Год	0	1	2	3	4	5
Инвестиции в проект	-10000					
Цена		500	500	500	500	500
Переменные издержки на ед.		300	300	300	300	300
Постоянные издержки, сопровождаемые оттоком денежных средств (без АО)		4000	4000	4000	4000	4000
Норма дисконта	0,2					
Объем производства		27	33	39	47	57
ЧДП	-10000	1863,9	2956,7	4268	5841,6	7729,9
К-т дисконтирования	1	0,833	0,694	0,579	0,482	0,402
Текущая стоимость ЧДП	-10000	1553,2	2053,2	2469,9	2817,1	3106,5
Текущая стоимость ЧДП нарастающим итогом	-10000	-8446,8	-6393,5	-3923,6	-1106,5	2000

Рассмотрим другой вариант. Предприниматель желает, чтобы окупаемость проекта составила не более 2,5 лет. В этом случае объем производства составит:

Таблица 4 – Расчет объема производства, обеспечивающего достижение целевой окупаемости проекта

Год	0	1	2	3	4	5
Инвестиции в проект	-10000					
Цена		500	500	500	500	500
Переменные издержки на ед.		300	300	300	300	300
Постоянные издержки, сопровождаемые оттоком денежных средств (без АО)		4000	4000	4000	4000	4000
Норма дисконта	0,2					
Безубыточный объем производства		40	48	57	69	82
ЧДП	-10000	4340,0	5928,0	7833,6	10120,3	12864,4
К-т дисконтирования	1	0,833	0,694	0,579	0,482	0,402
Текущая стоимость ЧДП	-10000	3616,7	4116,7	4533,3	4880,6	5169,9
Текущая стоимость ЧДП нарастающим итогом	-10000	-6383,33	-2266,67	2266,668	7147,224	12317
Срок окупаемости			2,5			

Таким образом, для достижения окупаемости проекта в 2,5 года, необходимо выпускать не менее 40 единиц продукции.

Приведенные примеры демонстрируют возможности использования метода «от обратного» в оценке инвестиционных проектов. Путь «от обратного» облегчает и упрощает инвестиционный анализ, позволяет выявить необходимые для достижения целевых ориентиров параметры проекта. Представляется, что сфера применения данного метода гораздо шире.

Литература:

1. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция), утверждено: Министерство экономики РФ, Министерство финансов РФ, Государственный комитет РФ по строительной, архитектурной и жилищной политике №ВК477 от 21.06.1999 г.

2. Дасковский В.Б., Киселёв В.Б. Метод фазового учёта фактора времени (ФУВ) при оценке инвестиционных проектов//Экономист. №1. 2008. С.55–67.

3. Одинцов Б.Е. Обратные задачи в формировании экономических решений. Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2004.

Секция «Макроэкономическое регулирование: управление под знаком неизвестности»

УДК 330.341.4

ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРОСТРАНСТВА КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИМПЕРАТИВ МЕТОДОЛОГИИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНО-ПРОСТРАНСТВЕННОГО СИНТЕЗА

*Марасанов Э.С.,
Северо-Западный институт управления—
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы, Санкт-Петербург*

Аннотация: в статье рассматриваются перспективы проектирования конкурентного пространства на базе методологии институционально-пространственного синтеза.

Ключевые слова: конкурентное пространство, институциональное проектирование, конкуренция, стратегическое планирование

Abstract: The article covers problems of institutional and spatial synthesis (ISS) methodology. The special attention is paid on prospects of design of competitive space on the basis of ISS.

Key words: strategic planning, competitive space, institutional design.

Помимо общих системных проблем отечественной экономики нам придется решать проблемы и в области экономической парадигмы, адаптированной для нашего пространства, формировать новый вектор экономического мышления. Безусловно, что без учета цивилизационного, культурно-ориентированного императива этого сделать невозможно. Успех современных экономических отношений определяется все более организационными, а не стихийными связями.

Распространение стереотипа «точечной экономики», согласно которому национальная экономика рассматривается как монообъект оказывает влияние на идеологию и государственную экономическую политику. Однако, совокупность территориальных, демографических,

природных характеристик обуславливает необходимость учета пространственного фактора развития в любом долгосрочном социально-экономическом прогнозе. Экономика России – не монообъект, а пространственно неоднородный организм, функционирующий на основе вертикальных и горизонтальных экономических, социальных и экономических взаимосвязей.

Предметом пространственной экономики (*spatial economy*) являются не только регионы и региональные системы, но и все пространственные формы хозяйства и расселения, включая множество пространственных сетей. Пространственная экономика претендует на место третьего системообразующего элемента в системе экономических наук наряду с микро- и макроэкономикой, и на этом пути прошла три отличных друг от друга этапа развития:

1 этап. Становление экономики регионов;

2 этап. Исследования в области региональной экономики;

3 этап. Начала пространственной экономики (интеграция экономических, социальных и институциональных региональных систем и т.д.).

Как видно в последний период происходит изменение пространственной организации инновационного процесса, которое определяется как инновационное смещение регионов.

Научно-инновационное пространство – система координат, в которых протекают научно-инновационные процессы, происходит развитие субъектов и объектов научно-инновационной деятельности

Если пространство наравне с совокупностью эндогенных факторов производства является и продуктом институциональных факторов, то оно как «ресурс, фактор и продукт человеческой деятельности» должно рассматриваться и в институциональном аспекте.

Современные исследования в этой области должны протекать в следующих плоскостях:

1) углубление знаний о пространственной организации современных рыночных систем;

2) синтез пространственного и институционального подхода, в целях формирования всё более интегрированных научных представлений об инновационных и конкурентных пространствах.

Внимание к возможностям пространственного подхода в экономике обусловлено рядом обстоятельств. Так наравне с иллюзорностью

благополучия в сфере макроэкономической динамики, провалов в поисках механизмов модернизации и неспособности интегрировать пространственный аспект экономической динамики в модель общего экономического равновесия акцентировали внимание специалистов на потенциал территориальной организации национальной экономики.

Однако следует понимать, что в рамках пространственного подхода географические очертания административно-территориальных единиц могут не совпадать с экономическими регионами. Экономический регион и административно-территориальная единица – это неоднородные понятия и объекты.

Формирование понятийно-категориального аппарата таких явлений как экономическое пространство, пространственная экономика наравне с экономикой региона, региональной экономикой, будет способствовать ответу на ключевой вопрос: какой должна быть пространственная организация отечественной экономики.

Как было указано выше, пространственная экономика прошла три отличных друг от друга этапа:

1 этап. Становление экономики регионов (начало формирования экономически конкурентоспособных территориальных локализаций, соотносительных с административно-политическими центрами, выявление случаев проявления экономической деятельности в различных географических условиях).

2 этап. Исследования в области региональной экономики (расширение предметной области пространственного исследования, модификация объекта исследования, методологическое усложнение пространственных исследований, становление рынка как императива экономического хозяйствования и главного механизма координации деятельности экономических агентов, приоритет экономических условий в качестве районообразующего начала над географическими условиями, определение экономического региона как территориальной экономической системы, усиление экономических взаимодействий между различными точками экономического пространства).

3 этап. Начала пространственной экономики (интеграция экономических, социальных и институциональных региональных систем, влияние глобализации экономической деятельности, глобальное рыночное пространство, информационные сети как важнейший фактор экономической деятельности, совмещение планарного и непланарного

экономического пространства (взаимодействие двух удаленных экономических агентов напрямую), дополнение узловых сетевыми районами, акцент на социальные и институциональные подсистемы национальных экономик, усиление институциональных параметров, влияющих на экономическое поведение и решения экономических агентов).

Как видно в последний период происходит изменение пространственной организации инновационного процесса, которое определяется как инновационное смещение. В связи с этим выделяются три приоритета инновационного развития – высокие технологии, инновационный менеджмент, инновационная культура. А данное триединство представляет собой фактор пространственного развития.

Под процессом институционального проектирования понимается разработка формальных правил поведения экономических агентов в контексте нормативной ветви экономической теории. Институциональное проектирование представляет собой синтез теорий и концепций экономической теории права, социологии, политологии, исследование контрактов.

Однако нормативный характер институционального проектирования существенно отличает неoinституциональный подход от неоклассики. В рамках методологии отсутствует представления об идеальных экономических системах, а существующие институты сопоставляются не с эталонной моделью (совершенная конкуренция, Парето-оптимальное распределение благ, рациональное поведение потребителя в условиях полной доступной (условно бесплатной) информации).

В соответствии с упрощенной логической конструкцией линейного типа модель процесса институционального проектирования может быть обусловлена следующими характеристиками:

- определение функциональности проектируемой модели (адаптация институтов и поведенческих моделей для удовлетворения общественных потребностей). Так, если модель predetermined обстоятельствами, то можно говорить о естественном поведении. Однако если модель активизируется индивидом при попадании им в аналогичные ситуации налицо индивидуальная привычка или социальная норма. Если же модель поведения навязывается посредством некоторого механизма принуждения, то можно говорить об институциональном проектировании;

- проблемное поле или проблемная ситуация. Выбор постановки проблемы, которая может основываться либо на недостатке каких-либо ресурсов, либо на ограничении на возможности использования ресурсов. При этом в первом случае неизменными остаются правила использования ресурсов, во втором же мы исходим из предположения, что сами ресурсы остаются неизменными;
- постановка цели как состояния будущего желаемого состояния;
- определение возможных ограничений в процессе достижения цели;
- разработка и анализ вариантов достижения цели;
- постановка задачи принятия решений (выбора наиболее эффективного варианта). Целесообразно использовать следующие критерии отбора: критерий действенности институционального проекта (возможность и обеспечение цели проекта); критерий эффективности (обеспечение минимальных таксационных издержек); ресурсная осуществимость проекта; приемлемость периода времени реализации проекта.
- выбор наилучшего варианта. Сам процесс выбора и алгоритм лучшего варианта требуют более детальной переработки для создания проектирования конкурентных пространств. Помимо указанных критериев, необходимо будет использовать дополнительные.
- детализация и оформление лучшего варианта. На данном этапе спроектированный институт наполняется конкретными субъектами-исполнителями, сообществами, индивидами, юридическими лицами.

В дополнение отметим, что использование рыночных критериев пространственного распределения общественных экономических ресурсов не представляется возможным, поскольку региональные проблемы территориального развития являются основной сферой появления провалов рынка. Таким образом, ни в одной стране пространственная организация производительных сил не может определяться исключительно рыночными принципами.

Под конкурентным пространством понимается система информационно-экономических и социально-культурных взаимосвязей между

абсорбционно-ориентированными производителями, распространителями, потребителями знаний и инновационной продукции (товаров, услуг). Данная система должна быть основана на институтах, обеспечивающих координацию и/или эффективную мотивацию экономического поведения [2, с.11].

Спрос на построение нового институционального пространства связан и со следующими задачами:

- преодоление ограниченности пространственной эволюции региональной экономики, которая ограничивается следующими факторами региональной экономической политики: система стимулов и ограничений ориентирована на изолированный регион, а не на систему регионов; экономическое равновесие региона рассматривается без учета равновесия в иных регионах (что мешает найти равновесие все пространственной системы регионов);
- соединении научных направлений институциональной и пространственной экономики, позволяющих «представить феномен пространства в институциональном аспекте и сформировать систему базовых категорий институционально-пространственных исследований»;
- «комплементировать» стратегическое региональное планирование в систему стратегического планирования развития России, а также исключение подмены понятий «стратегическое планирование» и «долгосрочное планирование»;
- прогнозирование и избежание институциональных ловушек при проектировании новых институциональных пространств;
- пересмотр теорий экономического поведения. Обоснование теории, в которой индивид будет стремиться к кооперации и сотрудничеству. Такой предмет исследования обозначали основатели отечественной школы экономической мысли XIX века – Н.С. Мордвинов и А.К. Шторх. Кирдина С.Г. приводит в цитату Л.И. Абалкина о том, что «для российской школы экономической мысли характерно признание примата общего, народнохозяйственного подхода над деятельностью и мотивацией индивидуума» [1, с.16], то есть примат социального начала в человека как участника экономической деятельности;

- нахождение консенсуса между институциональным и неоинституциональным подходом в области определения института и возможностями институционального проектирования. Неоднозначное понимание института различными ответвлениями школы вносят диссонанс в возможности нахождения отправной точки исследований. Определения института как «правил игры», сознательно создаваемыми индивидами с целью элиминации трансакционных издержек и структурированию обмена, максимизации полезного соответствуют принципу «методологического индивидуализма» неоклассической школы, сохраняющегося в качестве предпосылки неоинституциональной теории. Представителями постсоветского институционализма (основоположник – Т.И. Заславская) рассматривают институты как «системные функциональные основания общественных систем и их подсистем... «институты – это устойчивые, структурирующие общество образцы социальных взаимодействий, проявляющиеся de lege, praeter lagan et contra legem (в рамках закона, несмотря на закон и вне закона) [1, с.19].

В процессе определения и поиска содержательных компонент и методологии проектирования конкурентного пространства необходимо определить содержание институционального пространства, учитывая комбинации естественных, материальных и социально-духовных производительных сил. Институциональное пространство может быть выделено в качестве объекта исследования как динамично меняющееся силовое поле устойчивых отношений (разделение и кооперация труда) и трансакций хозяйственных субъектов в нормативно-правовом и неформально-ценностном окружении.

Литература:

1. *Кирдина С.Г.* Институциональная самоорганизация экономики: теория и моделирование (научный доклад). М.: Институт экономики РАН, 2008. 72 с.
2. *Марасанов Э.* Введение в институционально-пространственный синтез. LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014, 53 с.

ПРОБЛЕМА СООТНОШЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ НА ЗЕМЛЮ В РОССИИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ

*Забелина Т.П.,
Северо-Западный институт управления –
филиал РАНХиГС*

Аннотация: Статья посвящена вопросу, является ли соотношение государственной и частной собственности на землю в России допустимым для эффективного управления земельными ресурсами. В статье дается характеристика земельного фонда РФ, проводится сравнение с земельным фондом США, исследуются категории земель РФ. Приводятся аргументы сторонников и противников дальнейшей приватизации земель РФ.

Abstract: The paper studies the question of whether the relation between public and private ownership of land in Russia is acceptable for effective land management. It characterizes the land fund of Russia and compares it with the US land fund as well as examines different categories of land. The article lists the arguments of both supporters and opponents of further privatization of Russian lands.

Ключевые слова: земля, государственная собственность, частная собственность, эффективное управление землей, сельскохозяйственные земли, лесной фонд.

Keywords: land, public ownership, private ownership, effective land management, rural land, forestry.

В ходе проведения в России экономических реформ регулярно предметом острых обсуждений становится земельный вопрос. Земля является уникальным, незаменимым и невозпроизводимым природным ресурсом и средством производства, поэтому вопрос регулирования ее использования и возможности – или необходимости – ее рыночного оборота продолжает вызывать пристальное внимание как представителей государственной власти, так и непосредственных ее пользователей. Особо яростные споры продолжает вызывать проблема соотношения государственной и частной собственности на землю в условиях рыночной экономики. Необходимо отметить, что Россия находится в особом положении по сравнению с большинством экономически развитых стран мира в связи с тем, что институт частной собственности на землю в новой истории России появился сравнительно

недавно – всего четверть века назад. В сочетании с другими особенностями рынка земли в России, которые будут описаны ниже, это привело к тому, что на настоящий момент подавляющая часть территории страны (более 92%) находится в государственной собственности [2]. Есть ли основания предполагать, что такое соотношение является необоснованным и недопустимым с экономической точки зрения? Для ответа на этот вопрос попробуем обратиться к опыту других стран.

Специфика земли как уникального ресурса не позволяет сравнивать системы землепользования различных стран произвольно. Российскому земельному фонду присущи как общие, одинаково применимые для любой страны свойства, так и особые, специфические черты. Во-первых, земля является стратегическим ресурсом, обеспечивающим продовольственную и экономическую безопасность страны и непосредственно связанным с суверенностью государства. Во-вторых – и именно по данному признаку Россия выделяется из всех прочих стран – земельный фонд Российской Федерации (далее – РФ) охватывает территорию, превышающую 17 млн. кв. км и располагающуюся в нескольких климатических поясах и природных зонах. Разнообразие климатических условий вынуждает тратить значительные средства на адаптацию к ним и приспособление земли для хозяйствования. Так, огромная территория нашей страны находится в зоне рискованного земледелия, где из-за погодно-климатических условий и качества почвы урожай может не дать ожидаемого результата или вовсе погибнуть. С другой стороны, в России есть благоприятные для земледелия центрально-черноземные области, отличающиеся повышенным естественным плодородием. В целом, качество и ценность земли – и, соответственно, ее привлекательность для пользователей – в разных регионах сильно различается. Аналогична ситуация с несельскохозяйственными землями. Определенные территории предоставляют большой интерес для инвесторов в силу их удачного расположения относительно транспортных путей, существующей инфраструктуры и населенных пунктов.

Из первых двух особенностей земельного фонда вытекает третья – необходимость его государственного регулирования. Во избежание злоупотребления и порчи земельных ресурсов устанавливается контроль со стороны органов власти, обладающих полномочиями изымать

земельные участки у недобросовестных собственников и способствовать их экономически грамотному распределению. В России создана достаточно сложная система землепользования, основанная на таких принципах, как многообразие и равенство различных форм собственности, платность использования земли, рациональное использование и охрана земель. Немаловажным является также разграничение государственной собственности на землю на собственность РФ, собственность субъектов РФ и собственность муниципальных образований.

Очевидно, что в мире немногие страны обладают земельным фондом и системой землепользования, сопоставимыми с российскими. Оптимальным объектом для сравнения являются Соединенные Штаты Америки (далее – США), обладающие несколькими схожими с Россией чертами. Прежде всего, хотя по площади США почти в 2 раза меньше РФ (9,5 млн. кв. км), они являются четвертой по размеру страной мира [7]. Благодаря большому размеру, протяженности и широкому разнообразию географических особенностей на территории США представлены районы с практически любыми климатическими характеристиками. Впрочем, необходимо отметить, что в целом климат США более благоприятен по сравнению с российским. Еще одним общим признаком между США и Россией является форма государственного устройства: обе страны представляют собой федеративные государства, что предполагает схожие принципы законодательного разделения функций и полномочий между государством и его субъектами. Наконец, сами системы землепользования в США и РФ обладают общими чертами, такими как осуществление экономической деятельности на основе разделения собственности на государственную и частную, ведение государственного кадастрового учета, применение зонирования при определении видов разрешенного использования земель и т.д.

Главное же различие между системами землепользования США и России заключается в процессе их исторического формирования. Если в России произошло революционное реформирование системы после продолжительного периода монополии государства на землю, то в США процесс происходил поэтапно, эволюционно. Государство в этой стране никогда не было единственным собственником земли, хотя всегда играло заметную роль в управлении земельным фондом.

Согласно проведенному в начале 2012 года исследованию «Федеральная собственность на землю: краткий обзор и статистика» («Federal Land Ownership: Overview and Data») в федеральной собственности США находится примерно 28% всей территории страны [5]. На первый взгляд, эта цифра значительно меньше аналогичной для России (92%). Однако более подробное изучение данного вопроса ставит под сомнение ее однозначную трактовку. Под федеральной собственностью в приведенном исследовании понимается земля, находящаяся во владении и управлении следующих органов федеральной власти: Министерства внутренних дел США (Department of the Interior), в частности, таких его ведомств, как Служба национальных парков США (National Park Service), Бюро по управлению землями (Bureau of Land Management) и Служба рыбного и охотничьего хозяйства (Fish and Wildlife Service); Службы охраны лесов Министерства сельского хозяйства (Forest Service of the Department of Agriculture); Министерства обороны США (Department of Defense) и ряда других министерств. Очевидно, что каждая из перечисленных служб обладает весьма специфической сферой влияния и выполняет конкретные, стратегически важные функции. В федеральной собственности находятся парки, леса, заповедники, консервации, территории, богатые природными ресурсами (в том числе около 31% всех недр [8]), а также земли, на которых расположены военные базы. Основная цель государственного управления этими территориями – сохранение, восстановление и развитие природных ресурсов. Агентства также отслеживают лесные пожары, охраняют виды животных и растений, находящиеся под угрозой исчезновения, следят за соблюдением запретов на вырубку лесов, охоту, рыболовство, добычу минералов.

Однако изучение находящихся в открытом доступе источников показало, что относительно точные статистические данные касательно государственной собственности на землю имеются только в отношении перечисленных органов власти. Но это только федеральная собственность, тогда как в США как федеративном государстве собственностью могут также обладать отдельные штаты, а также административные образования более низкого уровня (округа, графства, города). Согласно исследованию «Общественные земли: статистика» («Public Land Statistics»), ежегодно проводимому Бюро по управлению зем-

лями, за период с 1781 по 2013 годы в собственность штатам было передано 471,48 млн. акров земли, что составляет примерно 1,9 млн. кв. км или 20% территории страны [6]. С учётом этого можно утверждать, что доля земель в США, находящихся в государственной собственности, приближается к 50%.

При этом важно отметить, что данное соотношение на настоящий момент не подлежит пересмотру или изменению. Согласно официальной формулировке, представленной Бюро по управлению землями, рост населения США и мобильное общество создают спрос на использование общественных земель, а забота об окружающей среде превозмогают потребность в развитии промышленного производства. Поэтому в 1976 году Конгресс США принял Федеральный закон о земельной политике и управлении (Federal Land Policy and Management Act of 1976), согласно которому политика США направлена на сохранение земель в государственной собственности за исключением редких случаев, когда земельные участки могут быть переданы в частное владение, если возникла стратегическая необходимость.

А как же особенности соотношения государственной и частной собственности на землю в России? Первое, на что необходимо обратить внимание, – это категории, на которые разбит земельный фонд РФ. Из 17 млн. кв. км территории более 65% (11,2 млн. кв. км) относятся к категории лесного фонда (рис.1) [2]. Согласно же Лесному кодексу РФ все лесные участки в составе категории лесного фонда находятся в федеральной собственности [1]. Таким образом, две трети всего земельного фонда России законодательно запрещено передавать в частную собственность. Данное явление широко обсуждается в научной литературе, причем есть достаточно много как сторонников сохранения государственной собственности на леса, так и тех, кто настаивает на необходимости приватизации этих земель. Профессор Петров А.П., ректор Всероссийского института повышения квалификации руководящих работников и специалистов лесного хозяйства, признанный одним из ведущих экспертов в области лесного хозяйства России, считает, что приватизация лесов приведет к таким положительным последствиям, как повышение эффективности использования леса благодаря появлению у пользователей стимула к его восстановлению, выращиванию и защите, становление лесоаграрных фермеров, повышение занятости населения в сельской местности, введение в хозяйственный оборот простаивающих территорий [3]. С другой стороны, руководитель лесного отдела «Гринпис России» Ярошенко А.Ю. полагает, что

«при сложившейся модели управления государством и в существующих социально-экономических условиях приватизация основных категорий лесов представляется совершенно недопустимой» [4]. Он утверждает, что государство может быть не менее эффективным собственником, чем частный владелец, и нет гарантий, что инвестор будет добросовестно относиться к доставшемуся ему участку. Кроме того, Россия обладает рядом особенностей, которые будут препятствовать эффективному распределению площадей в процессе приватизации. Речь идет о чрезвычайно развитой коррупции, об отсутствии качественного лесного, земельного и природоохранного законодательства, способного защитить интересы общества при приватизации земли, о недоверии со стороны значительного процента населения к действующей власти. По мнению Ярошенко А.Ю., в России слишком мало эффективных собственников, способных грамотно управлять лесами и должным образом соблюдать интересы населения.

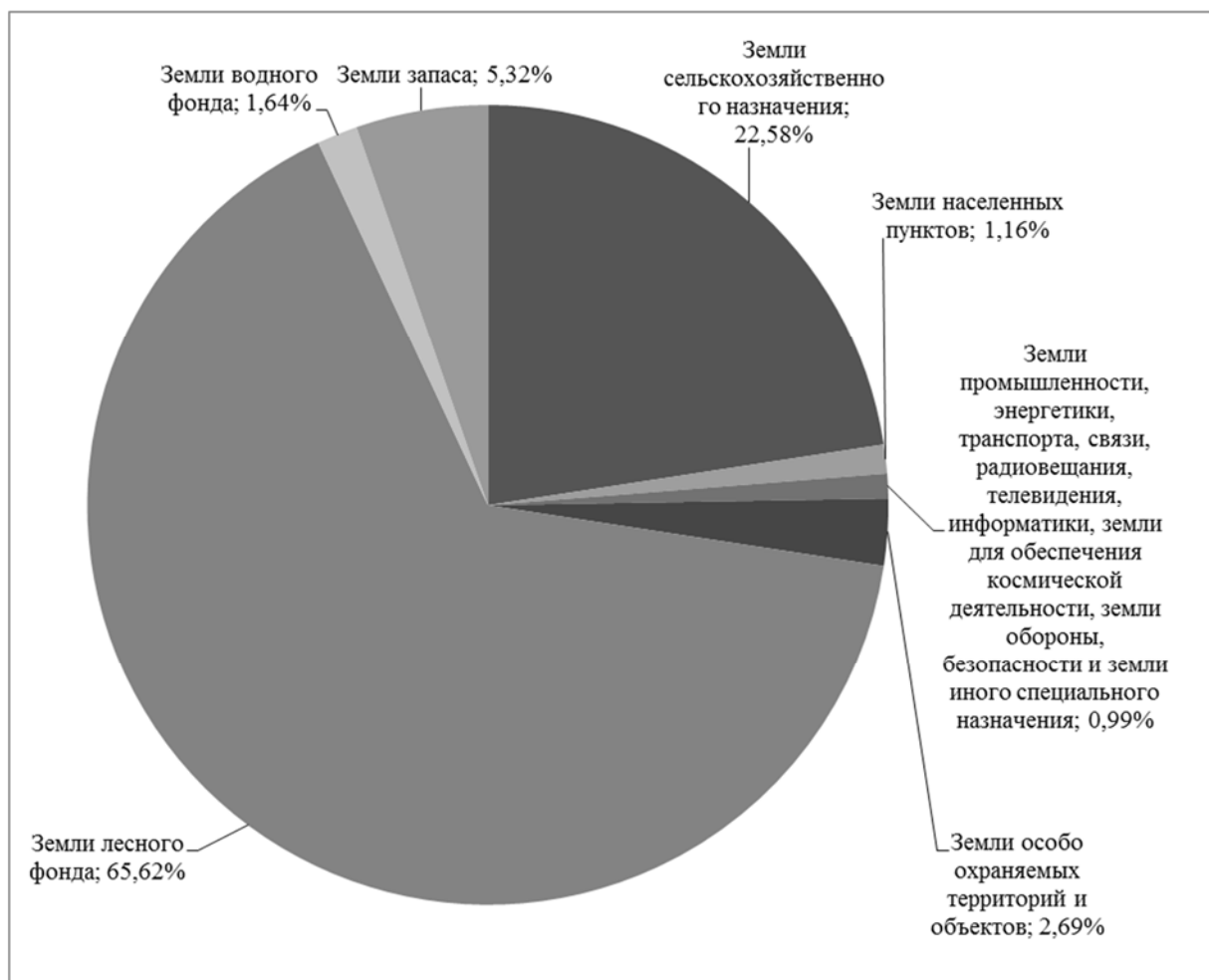


Рисунок 1 – Состав земель в Российской Федерации

Обе стороны представляют достаточно убедительные аргументы, однако суть проблемы легко свести к следующему: экономические рассуждения, модели и выкладки, говорящие о необходимости приватизации лесов, вступают в конфликт с российскими реалиями, не позволяющими на настоящий момент компетентно осуществить эту приватизацию. Долгий период восстановления территории в случае недобросовестного с ней обращения и стратегическая важность лесного ресурса заставляют проявлять осторожность в принятии решения о распоряжении этой категорией земельного фонда.

Следующая по площади категория российских земель – земли сельскохозяйственного назначения (около 22,5% от общего земельного фонда РФ). В частной собственности (как граждан, так и юридических лиц) находится треть всех сельскохозяйственных земель, однако этот показатель очень различается в субъектах РФ в зависимости от их географического положения, качества почв и климатических условий. Так, для субъектов, имеющих наиболее благоприятные условия для ведения сельского хозяйства (в Южном, Приволжском, Центральном федеральных округах) характерен показатель частной собственности (физических и юридических лиц) в границах от 60 до 80% от всех земель данной категории. Таким образом, приватизацию аграрных земель можно считать частично состоявшейся, поскольку наиболее экономически привлекательные участки уже перешли в частную собственность. Остается нерешенной проблема земель, расположенных в зоне рискованного земледелия, но результаты попытки их приватизации показывают, что без создания государством особых условий хозяйствования на таких землях чистые рыночные механизмы не справляются с вовлечением их в экономический оборот. Опыт американской аграрной политики говорит, что при этом важно правильно сбалансировать объемы государственной поддержки проблемных регионов. Согласно исследованиям, выборочная поддержка регионов со стороны государства может привлечь недобросовестных собственников, желающих извлечь из такой поддержки максимальную выгоду без серьезных вложений или усилий по развитию территории, искусственно привязать бедные слои населения к неблагоприятным регионам, негативно сказаться на миграционных и финансовых потоках, создать нездоровую зависимость от мер поддержки, отсрочить реальный экономический прогресс и, наконец, привести к злоупотреблению властью со стороны местных чиновников.

На оставшиеся категории земельного фонда РФ приходится чуть менее 12% территории, из них около 9,5% – земли запаса, водного фонда и особо охраняемые территории, для которых установлены особые режимы использования и которые не могут быть вовлечены в экономический оборот. Оставшиеся 2,5% – это земли промышленности, энергетики, транспорта, связи, радиовещания, телевидения, информатики, земли для обеспечения космической деятельности, земли обороны, безопасности и земли иного специального назначения земли, большая часть которых находится в собственности РФ по стратегическим соображениям, и земли населенных пунктов, где еще не закончился процесс разграничения собственности. К примеру, вся земля, находящаяся под жилыми домами, по закону должна принадлежать собственникам квартир, однако значительная часть жилого фонда создавалась до вступления в силу соответствующего законодательства, и на настоящий момент процесс регистрации прав на землю не завершен.

Таким образом, хотя 92% земельного фонда РФ находится в собственности государства, анализ отдельных категорий земель позволяет сказать, что, во-первых, земли, которые представляют наибольший экономический интерес (сельскохозяйственные участки, расположенные в благоприятных климатических условиях, земли застройки), уже вовлечены в экономический оборот, и, во-вторых, на данный момент проводить масштабную приватизацию оставшихся территорий нецелесообразно.

Изучение зарубежного опыта, а также мнений экспертов дает возможность сделать следующий вывод. Хотя огромная часть земельного фонда России управляется неэффективно и имеет значительный нераскрытый потенциал, проблема не столько в том, в чьей собственности эта земля, сколько в отсутствии условий для ее продуктивного использования. В первую очередь необходимо направить все усилия на искоренение таких проблем, как коррупция, слабые законодательные нормы, неспособность местных органов государственной власти контролировать подведомственные им земли, устаревшая инфраструктура. После того, как эти вопросы будут решены, можно будет начать разрабатывать новую земельную реформу, ориентируясь, в том числе, на опыт других стран, в первую очередь США, чей земельный фонд имеет много общего с российским.

Литература:

1. Лесной кодекс Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 4 декабря 2006 г. №200-ФЗ//СЗ РФ. 2006. 11 декабря. №50. Ст. 5278.

2. Государственный (национальный) доклад о состоянии и использовании земель в Российской Федерации [Электронный ресурс]. Электрон. реестр. – М.: Портал услуг Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии, 2015. Режим доступа: <https://rosreestr.ru/site/activity/gosudarstvennoe-upravlenie-v-sfere-ispolzovaniya-i-okhrany-zemel/gosudarstvennyu-monitoring-zemel/sostoyanie-zemel-rossii/gosudarstvennyu-natsionalnyu-doklad-o-sostoyanii-i-ispolzovanii-zemel-v-rossiyskoj-federatsii/>, свободный. Загл. с экрана.

3. *Петров А.П.* Право собственности на лес должна устанавливать экономика [Электронный ресурс]. Электрон. газ. М.: Российские лесные вести, 11.03.2012. Режим доступа: <http://lesvesti.ru/news/expert/2293/>, свободный. Загл. с экрана.

4. *Ярошенко А.Ю.* Почему в обозримом будущем в России нельзя массово вводить частную собственность на леса? [Электронный ресурс]. Электрон. журн. М.: LiveJournal, 12.03.2012. Режим доступа: <http://ayaroshenko.livejournal.com/18000.html>, свободный. Загл. с экрана.

5. Federal Land Ownership: Overview and Data [Электронный ресурс] / Congressional Research Service. Электрон. докл. США: Federation of American Scientists, 08.02.2012. Режим доступа: <http://fas.org/sgp/crs/misc/R42346.pdf>, свободный. Загл. с экрана.

6. Public Land Statistics 2013 [Электронный ресурс] / Bureau of Land Management. Электрон. докл. США: Department of the Interior, 2013. Режим доступа: http://www.blm.gov/public_land_statistics/pls13/pls2013.pdf, свободный. Загл. с экрана.

7. United States [Электронный ресурс]. Электрон. энцикл. [Великобритания?]: Encyclopædia Britannica, Inc., 2015. Режим доступа: <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/616563/United-States>, свободный. Загл. с экрана.

8. Wittmeyer, H. Mineral rights & fracking [Электронный ресурс]. Электрон. журн. [США?]: Frackwire, 17.06.2013. Режим доступа: <http://frackwire.com/our-position/>, свободный. Загл. с экрана.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ РИСКИ ВСТУПЛЕНИЯ СТРАН ЦЕНТРАЛЬНОЙ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ

*М.Г. Збарский,
факультет мировой политики
МГУ им. Ломоносова*

Аннотация: На сегодняшний день прошло уже более десяти лет с момента крупнейшего пятого расширения Европейского Союза, которое произошло 1 мая 2004 года, после чего десять стран, в том числе и страны ЦВЕ стали новыми членами интеграционного объединения. Несмотря на значительный исследовательский интерес к проблеме интеграции стран ЦВЕ в ЕС, в полной мере не осознаны все тенденции, которые стали актуальными в данных странах. Целью данной статьи является обозначение ключевых проблем и трендов в странах ЦВЕ после пятого расширения ЕС, а также выявление экономических и политических рисков, связанных с данным событием. Не исключено, что ЕС будет двигаться и в дальнейшем по пути интеграции «вширь», поэтому данная статья может представлять собой прогноз развития как для самого ЕС, так и для потенциальных его членов.

Ключевые слова: Центральная и Восточная Европа (ЦВЕ), ЕС, «социалистическое содружество», «переходный период», интеграция, пятое расширение, ТНК, экономический кризис, иностранные инвестиции, «евроскептицизм»

Key words: Central and Eastern Europe (CEE), EU, «socialist community», «rebound», integration, fifth enlargement, transnational corporations, economic crisis, foreign investment, «eurocepticism»

Проблема социально-экономических и политических рисков вступления стран Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ) в Европейский Союз (ЕС) является особенно **актуальной** в настоящее время¹. Начиная с пятого расширения 2004 г. ЕС стал динамично расширяться, включая в свои ряды новые страны, которые по своему уровню политического и экономического развития значительно отличались от «старых» членов. Помимо 10 стран пятого расширения (Литва, Латвия, Эстония, Кипр, Мальта, Словения, Чехия, Словакия, Польша и Венгрия), ряды ЕС пополнили в 2007 г. Болгария и Румыния и в 2013 г. Хорватия.

¹ К странам Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ) в данной работе относятся: Польша, Венгрия Чехия, Словакия.

Не исключено, что Европейский Союз будет в дальнейшем двигаться по пути интеграции «вширь», включая в своё объединение нынешних ассоциированных членов, таких как: Албания, Македония, Сербия, Черногория, Босния и Герцеговина и Турция. В связи с этим данная статья может представлять собой прогноз дальнейшего развития как для самого ЕС, так и для потенциальных его членов.

Говоря о странах ЦВЕ, стоит отметить, что их вступления в ЕС было связано с некоторыми ключевыми реформами, которые трансформировали их политические и экономические системы, переориентировав их в сторону демократии, многопартийности, рыночной экономики и свободной конкуренции. Здесь стоит отметить несколько важных событий:

Во-первых, это революции 1989 г., которые стали первым шагом на пути к распаду «социалистического содружества»; Во-вторых, это многочисленные политические и экономические реформы 1990-х гг., такие как либерализация цен, приватизация, сокращение денежной массы, проведение демократических выборов, введение многопартийной системы. Наиболее радикальные экономические преобразования связаны с министром финансов Польши Л. Бальцеровичем, позднее названные «шоковой терапией»; В-третьих, это деятельность субрегионального интеграционного объединения «Вышеградская группа», куда входят рассматриваемые страны. С одной стороны, данная структура помогла консолидировать данные страны на пути к интеграции в западные структуры, однако до сих пор существует множество противоречий, которые так и не разрешились.

Ещё одним важным аспектом является материальная помощь Западного мира странам ЦВЕ. Так, ещё в 1989 г. была создана программа ФАРЕ, основная задача которой заключалась в переориентации экономик Польши и Венгрии, а затем и остальных стран ЦВЕ на рыночные механизмы¹. Затем в 2000 году к программе ФАРЕ присоединили ещё 2 программы: ИСПА (помощь в адаптации для стран ЕС в сфере экологии и транспорта) и САПАРД (направлена на развитие сельского хозяйства) с дополнительным финансированием в 10,5 млрд. евро.

¹ Poland and Hungary Aid for Economic Retraction (Фонд содействия экономической перестройке Польши и Венгрии).

Переходя непосредственно к анализу рисков для стран ЦВЕ, стоит отметить ключевые аспекты, которые помогут более детально рассмотреть результаты вступления стран ЦВЕ в ЕС. Совершенно очевидно, что пятое расширение ЕС создало огромный по своему масштабу рынок с общей площадью 4,3 млн квадратных километров и с населением в более 500 млн человек. Однако в то же самое время данный факт превращает страны ЦВЕ исключительно в рынок сбыта в Европе и усугубляет проблему миграции внутри ЕС. Это создаёт потенциальные риски политического и экономического характера как для стран ЦВЕ, так и для самого ЕС, который демонстративно движется по пути интеграции «вширь», а не «вглубь».

Ещё одним важным аспектом можно считать тот факт, что впервые в истории экс-социалистические страны вступили в европейское интеграционное объединение¹. Однако, несмотря на некоторые улучшения в структуре их национальных экономик, они по-прежнему отставали от передовых стран Западной Европы, что усугубляло процесс экономической взаимозависимости и роста социальной напряжённости.

К положительным последствиям вступления в ЕС для стран ЦВЕ можно отнести показатель роста ВВП. Так, в Чехии в 2005 г. темпы экономического роста составили 6%, хотя в 1996 г. данный показатель был равен 0,03%. Если в 1997 г. показатель ВВП на душу населения в данной стране едва превышал 8,5 тысяч долларов, то в 2006 г. Чехия впервые превысила отметку в 15 тысяч долларов².

Помимо этого, страны ЦВЕ добились увеличения экспорта товаров и услуг. Основным предметом экспорта являлись технологии в области авиастроения, электроники, фармацевтики. Таким образом, была изменена структура экономики в данном регионе, где в последнее время стал преобладать характерный для развитых в экономике стран, третичный сектор.

Безусловно, очень важную роль в развитии экономики в странах ЦВЕ стали играть так называемые транснациональные корпорации (ТНК)³. Во многом этому поспособствовала европейская политика в

¹ Косов Ю.В. *Мировая политика и международные отношения. Учебное пособие* // М.: Питер, 2012. С.184–201.

² Глинкина С.Л. *Расширение Европейского Союза и судьба европейской интеграции. Мир перемен*, 2004, №1. С. 99.

³ *Покровская В.В.* Интернационализация производства и критерии деятельности в рамках современных транснациональных компаний. *Журнал Экономика 21 века*, 2007.

области иностранных инвестиций, задача которых заключалась в обеспечении экономического развития стран ЕС¹. В самих же странах ЦВЕ был создан благоприятный климат для привлечения иностранных инвестиций. Благодаря образованию зон свободной торговли и созданию налоговых льгот, иностранный капитал стал важной составляющей для стран ЦВЕ. Например, за период с 2004 по 2007 гг., на долю иностранных инвестиций в Чехии приходилась 1/2 выпускаемой продукции, а в Венгрии 2/3².

Однако данное событие имеет и обратную сторону. Помимо зависимости стран ЦВЕ от транснационального капитала, в результате деятельности иностранных компаний также сократилось количество научных центров и финансирования науки в целом.³ В конце концов, это привело к сокращению научных кадров по разным подсчётам от 50 до 70%, что в конечном счёте можно охарактеризовать как «утечку мозгов» и понижение уровня инновационности экономики. Фактически ТНК начиная с 2004 года окончательно стали занимать свои ниши в странах ЦВЕ, по сути, оттесняя национальные проекты и кадры на второй план⁴.

Последний момент, который необходимо отметить, это риски для стран ЦВЕ, которые присоединились к валютному союзу – еврозоне. Как известно, Словакия, Словения и Эстония вошли в зону евро, чья монетарная политика контролируется Европейским Центральным Банком, а фискальная политика ограничивается Пактом стабильности и роста.

Согласно этому Пакту, принятому в 1997 году, были выработаны следующие критерии, которые обязаны соблюдать страны еврозоны, такие как: дефицит государственного бюджета не должен превышать

¹ Anderson, S., Cavanagh, J. Top 200: Rise of Global Corporate Power / S. Anderson, J. Cavanagh // Corporate Watch, 2000.

² European Commission: 5 years of an enlarged EU: economic achievements and challenges [Электронный ресурс] <www.europa.eu>.

³ Белов. М. Инновационная модель развития – путь к европейской интеграции [Online] <<http://www.politcom.ru/1237.html>>.

⁴ Касмарчик П., Окольски М. Международная миграция в Центральной и Восточной Европе – современные и будущие тенденции. Заседание группы экспертов ООН по вопросам международной миграции и развития. Отдел народонаселения, Управление по экономическим и социальным вопросам, Секретариат ООН. Нью-Йорк, 2005.

3%ВВП; национальный долг не должен превышать 60% ВВП; инфляция не должна превышать 1,5%¹. Однако мировой финансовый кризис 2008 г. доказал, что данные страны не только не способны в полной мере соответствовать данным критериям, но и тяжело переносят без поддержки самого ЕС кризисные ситуации в целом.

В заключении можно предложить некоторые меры, которые смогли бы повлиять на состояние национальных экономик в странах ЦВЕ в положительную сторону:

- усилить регулирование государства в социальной сфере, как мера для предотвращения так называемого «евроскептицизма» в странах ЦВЕ;
- достичь согласия в рамках ЕС относительно принятия различных решений и постепенно подключать Центральную и Восточную Европу к решению значимых вопросов. В таком случае, все особенно важные решения необходимо принимать консенсусом;
- более того, важным аспектом является привлечение иностранных инвестиций для развития инфраструктуры и иных сооружений. Этот аспект особенно важен, когда речь идёт о проведении масштабных мероприятий, которые требуют больших инвестиций, как например недавно прошедший в 2012 г. чемпионат Европы по футболу в Польше;
- так как Восточная Европа зависима в экспортном отношении от Западной, необходимо постепенно развивать те отрасли, которые пришли в упадок после вступления этих стран в ЕС;
- наконец, необходимо усилить антикоррупционные меры, так как в последнее время эта проблема становится актуальной не только в данном регионе, но и во всём мире в целом².

¹ European Commission: 5 years of an enlarged EU: economic achievements and challenges [Электронный ресурс] <www.europa.eu>

² Бабленкова И.И. Антикоррупционные механизмы в сфере государственного управления, М., ВГНА, 2010.

Литература

1. *Арбатова Н.К., Кокеев А.М.* Кризис ЕС и перспективы Европейской Интеграции // М.: ИМЭМО, 2013. С.203.
2. *Бабленкова И.И.* Усиление влияния государственного сектора экономики на региональное развитие как антикризисная мера в современный период // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, №6, 2010.
3. *Бабленкова И.И.* Антикоррупционные механизмы в сфере государственного управления, М., ВГНА, 2010.
4. *Барановский В., Шмелев Б.* Эпоха радикальных преобразований. Новая Польша, 2010.
5. *Глинкина С.Л.* Расширение Европейского Союза и судьба европейской интеграции. Мир перемен, 2004, №1.
6. *Косов Ю.В.* Мировая политика и международные отношения. Учебное пособие // М.: Питер, 2012. 379 с.
7. *Кудров В.М.* Центральная и Восточная Европа: десять лет перемен // М.: Общественные науки и современность, 2001.
8. *Покровская В.В.* Интернационализация производства и критерии деятельности в рамках современных транснациональных компаний. Экономика 21 века, №1, 2007.
9. *Bielasiak J.* Party Systems and EU Accession: Euroscepticism in East Europe // Indiana University, 2004.
10. *Crisis economica en Europa Central y Oriental: la prueba de fuego para la UE ampliada //Spotlighteurope, 2010.*
11. *Nye J., Joseph S.* Bound to Lead: The Changing Nature of American Power // 1990.
12. *Смирнов В.М.* Государственная региональная политика в современных условиях и социально-экономическая динамика развития регионов//Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2011. №6.

ОСОБАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА «КРЫМ»: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

**Осипов В.С., к.э.н., доцент кафедры
налогов и налогообложения
Финансового университета**

Аннотация: Экономическое развитие крымского региона является важнейшей и сложной задачей для нашего государства, которая должна решаться в непростых внешнеполитических и экономических условиях, сложившихся в настоящее время. Перечень основных факторов, тормозящих рост экономики республики Крым, меры, которые применяет руководство страны и региона, требуют детального анализа для минимизации всех сопутствующих рисков. В работе рассмотрено создание особой экономической в Крыму как инструмента государственного регулирования экономики, проанализированы основные проблемы развития республики.

Ключевые слова: государственное регулирование, особая экономическая зона, налог, экономическое развитие, законодательство.

Abstract: Economic development of the Crimean region is an important and challenging task for our country, which needs to be address in a difficult foreign policy and economic conditions prevailing now. List of the main factors hindering the growth of the economy of the Republic of Crimea, the measures that apply leadership of the country and the region, require a detailed analysis in order to minimize all related risks. The paper considers the creation of a special economic Crimea as an instrument of state regulation of the economy, analyzes the main problems of the country.

Keywords: government regulation, the special economic zone, tax, economic development, legislation.

Опыт экономического развития различных стран мира давно и убедительно доказал, что при любом политическом устройстве страны государственный сектор служит основной опорой экономики. Самые ревностные поклонники рыночных механизмов регулирования экономики государства и максимально либеральные руководители на практике были вынуждены применять эффективные меры воздействия со стороны государства на отдельные отрасли народного хозяйства и экономику в целом. Взгляды, поддерживающие недопустимость государ-

ственного вмешательства в рыночные процессы в экономике, пропаганда полнейшей свободы частного производителя от государства сейчас носят исключительно исторический и познавательный характер.

В первой половине XX в., после введения в экономическую практику Кейнсианской теории, ведущая роль государства в экономике в серьез не оспаривается. Дискуссия может идти о степени и формах государственного участия в экономических процессах, а также о перечне мер государственного регулирования. Но это же учение убедительно показало, что меры государственного вмешательства должны быть четко продуманными, выверенными и не должны нарушать естественный ход экономического развития. И именно мера и степень совершенства механизмов государственного регулирования определяют эффективность экономической политики страны.

Одним из подобных инструментов является механизм свободных (особых) экономических зон.

Для России в условиях асимметрии регионального развития и увеличения количества субъектов федерации проблема правильной организации функционирования ОЭЗ обретает насущную актуальность не только на федеральном уровне экономического регулирования, но и на уровне региона. Иными словами, ОЭЗ – может и должна использоваться как действенный механизм регулирования регионального экономического развития.

Очевидная активность деловых кругов в сфере планирования налогообложения с использованием офшоров в различных регионах мира вызывает необходимость решения проблемы данных зон в России. Тем более, как показал пример Республики Кипр, такое планирование с использованием зарубежных юрисдикций в существующих политических и экономических реалиях отнюдь не безопасно.

Существующие свободные экономические зоны являются феноменом, присутствующим в развивающихся странах, и в высоко развитых странах и не всегда играет только положительную роль при неумелом или умышленно «неумелом» использовании. Зачастую, они выступают как «налоговые гавани» и «налоговые убежища», не стимулируя, а тормозя экономическое развитие. Поэтому в постоянном движении находится процесс соглашения об устранении двойного налогообложения: договаривающиеся стороны достигают согласия, а через определенное

время отменяют достигнутые соглашения до момента новой договоренности («антиофшорное» законодательство). В выработке политики развития ОЭЗ в России, безусловно, необходимо учитывать и эту тенденцию.

После вхождения Республики Крым и города федерального значения Севастополь в 2014 году в состав Российской Федерации приняты необходимые решения по созданию нормативной правовой базы в области налогов и сборов на данной территории, в том числе обеспечена синхронизация законодательства Республики Крым и г. Севастополя с законодательством Российской Федерации (по налогу на добавленную стоимость, налогу на прибыль организаций, акцизному налогообложению). Также внесены изменения в законодательство Российской Федерации о налогах и сборах в части введения переходных положений и правил применения российского налогового законодательства на территориях указанных субъектов.

Кроме того, с 1 января 2015 года на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя создана свободная экономическая зона (СЭЗ), в связи с чем:

1. Установлены налоговые ставки налога на прибыль организаций для участников СЭЗ на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополь, аналогичные ставкам, установленным статьей 284 Кодекса для резидентов особых экономических зон (0% по налогу, зачисляемому в федеральный бюджет с правом субъекта Российской Федерации устанавливать пониженную ставку по налогу, подлежащему зачислению в бюджеты субъектов Российской Федерации, от деятельности, осуществляемой на территории особой экономической зоны, но не выше 13,5 %).

2. Предусмотрено освобождение от уплаты налога на имущество организаций в отношении имущества, учитываемого на балансе организации – участника СЭЗ, созданного или приобретенного в целях ведения деятельности на территории СЭЗ и расположенного на территории данной СЭЗ, в течение десяти лет с месяца, следующего за месяцем принятия на учет указанного имущества.

3. Предусмотрено освобождение от уплаты земельного налога организаций – участников СЭЗ в отношении земельных участков, расположенных на территории СЭЗ и используемых в целях выполнения договора об осуществлении деятельности в СЭЗ, сроком на три года с

месяца возникновения права собственности на каждый земельный участок.

4. Предусмотрена возможность применения ускоренной амортизации участниками СЭЗ на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя.

5. Законодательным органам Республики Крым и города федерального значения Севастополя предоставлено право устанавливать по единому сельскохозяйственному налогу и упрощенной системе налогообложения пониженные налоговые ставки: 0% в 2015-2016 годах, 4% – в 2017–2021 годах.

6. Введен особый таможенный режим с упрощенной процедурой в портах городов Керчь и Севастополь.

Так же принята программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города федерального значения Севастополя до 2020 года» Общий объем финансирования программы составит 681,2 млрд рублей, из которых средств федерального бюджета – 658,2 млрд рублей.

Несмотря на это, острых проблем остается не меньше:

1. Обеспечение энергетической независимости.

В настоящее время на 80% Крым зависит и от импорта электроэнергии.

Для обеспечения работы создаваемых электростанций необходима реконструкция существующих газопроводов и Глебовского газохранилища, а также постройка магистрального газопровода Крым – Кубань через Керченский пролив.

2. Обеспечение водоснабжения.

Около 80% воды поступало на его территорию через Северо-Крымский канал из Днепра, что в связи с его перекрытием Украиной привело летом 2014 года к известным проблемам с водоснабжением агрохозяйственного комплекса республики.

3. Восстановление инфраструктуры Крыма.

Инфраструктура республики за последние два десятилетия серьезно не ремонтировалась. В плохом состоянии система городских водопроводов, чей износ составляет 49%, износ канализационных сетей – 56%, основная часть тепловых магистралей нуждается в капитальном ремонте, а многие автодороги Крыма не реконструировались с 1980-х годов.

Строительство водоочистных сооружений и организация безопасной для экологии системы утилизации твердых бытовых отходов.

4. Обеспечение транспортной доступности.

Строительство моста через Керченский пролив. Очереди на паром вне летнего курортного сезона составляют: легковые автомобили – до 0,5 суток, среднетонажные грузовики – до 3-х суток, длинномерные грузовики – от недели. Очевидно, что без решения логистических проблем невозможно экономическое развитие региона в целом и отдельных отраслей хозяйства в частности. Так же в условиях политической нестабильности на Украине необходимо обеспечение безопасности будущего путепровода.

Очевидно, что без решения этих задач принятые законодательные меры, направленные на экономическое развитие и создание ОЭЗ в республике, будут малоэффективными. В настоящее время реализация инфраструктурных проектов по своей значимости не отстает, а возможно и опережает, модернизацию правовой составляющей экономической сферы республики Крым и города федерального значения Севастополь.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 08.03.2015) [Текст].

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 №117-ФЗ (ред. от 06.04.2015) [Текст]

3. *Бабленкова И.И., Кирина Л.С., Карпова Г.Н., Горохова Н.А.* Прогнозирование и планирование в налогообложении. Учебник. Научная редакция доктора экономических наук, профессора Бабленковой И.И. М., 2009. 351 с.

4. *Мороз В.В.* Построение новой налоговой политики в РФ // Налоговая политика Российской Федерации в современных условиях. Сборник научных статей. М., Издательство «Перо», 2014 г.

5. *Налоги и налоговая система Российской Федерации: Учебник* (рекомендовано УМО в качестве учебника) / под ред. проф. Гончаренко Л.И. М.: ИНФРА-М, 2009.

6. *Смирнов В.М.* Государственная региональная политика в современных условиях и социально-экономическая динамика развития регионов//Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2011. № 6.

7. *Смирнов В.М.* Антикризисное управление государственной собственностью региона//Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2010. №6.

АНАЛИЗ РИСКОВ БЮДЖЕТОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И МЕТОДЫ ИХ ОЦЕНКИ

*Власова Ю.А., к.э.н., ст. преподаватель
кафедры финансов и цен
Российского экономического университета
им. Г.В. Плеханова*

Аннотация: Новые экономические условия, обусловленные неблагоприятной внешнеэкономической конъюнктурой и экономическим спадом в России, оказывают существенное негативное влияние на состояние бюджетов субъектов Российской Федерации. Возникающие бюджетные риски требуют детального изучения и анализа необходимых мер для реализации эффективной бюджетной политики, в том числе для разработки и исполнения антикризисных мер. В рамках работы проведен анализ экономического состояния субъектов, выявлены основные бюджетные риски, и изучен подход к их оценке.

Ключевые слова: риски, долговая нагрузка, бюджетная политика, антикризисная политика, субъекты Российской Федерации.

Abstract: New economic conditions caused by external factors and economic recession in Russia, have a significant negative impact on the regions' fiscal stance. Emerging risks require detailed analysis to contribute to the effective implementation of fiscal policy, including the development and implementation of anti-crisis measures. This article is devoted to identifying the main fiscal risks on the regional level and the suitable method for their assessment.

Keywords: risks, debt policy, fiscal policy, anti-crisis policy, Russian regions.

Для России, как страны с федеративным бюджетным устройством крайне важно поддерживать самостоятельность реализации бюджетной политики субъектами Российской Федерации.

Однако сложившийся ряд неблагоприятных факторов, к которым относятся ухудшение внешнеэкономической ситуации, прежде всего, существенное снижение мировых цен на нефть и геополитические шоки, объективно повлиявшие на ослабление рубля; повышение мировых цен на некоторые виды продуктов питания и аграрного сырья, а также введенные Россией ограничения на импорт ряда продовольственных товаров привели к негативным последствиям социально-экономического положения регионов и возрастанию рисков для региональных бюджетов.

В 2014 году наблюдался отток инвестиций в основной капитал в большинстве регионов России, составив в целом по стране 97,3%. Наибольший отток был зафиксирован в Республике Ингушетии (53,3%), Камчатском крае (69,6%), Чукотском автономном округе (63,1%), Архангельской области (64,4%) и Ленинградской области (69,3%). В 14 регионах наоборот инвестиции в основной капитал составили более 110%, однако, это всего лишь 20% от общего числа субъектов. В 2015 году данная динамика сохранилась, индекс физического объема инвестиций в основной капитал за январь-февраль 2015 гг. составил 90,5%, самое сильное снижение зафиксировано в Приволжском федеральном округе (76,0%), Южном (80,3%) и Сибирском (81,9%).

По итогам 2014 года в традиционно промышленных Центральном, Северо-Западном и Уральском федеральных округах были отмечены замедление или стагнация промышленного производства, что свидетельствует о наличии неблагоприятного макроэкономического тренда в экономике. Данная динамика сохранилась и в 2015 году, за январь-февраль 2015 года значительно ухудшилась ситуация в центральном федеральном округе (снижение почти на 8 п.п.), Дальневосточном (9 п.п.) и Сибирском (почти 4 п.п.) [6]. Из промышленно развитых округов только Приволжский федеральный округ улучшил динамику промышленного производства в 2014 году по сравнению с 2013 годом. Вклад 10 крупнейших регионов по инвестициям в основной капитал в общий показатель составляет 47,5% (в 2013 году – около 46%), что говорит о достаточно высокой концентрации инвестиций в разрезе региональной структуры, а также о ее усилении.

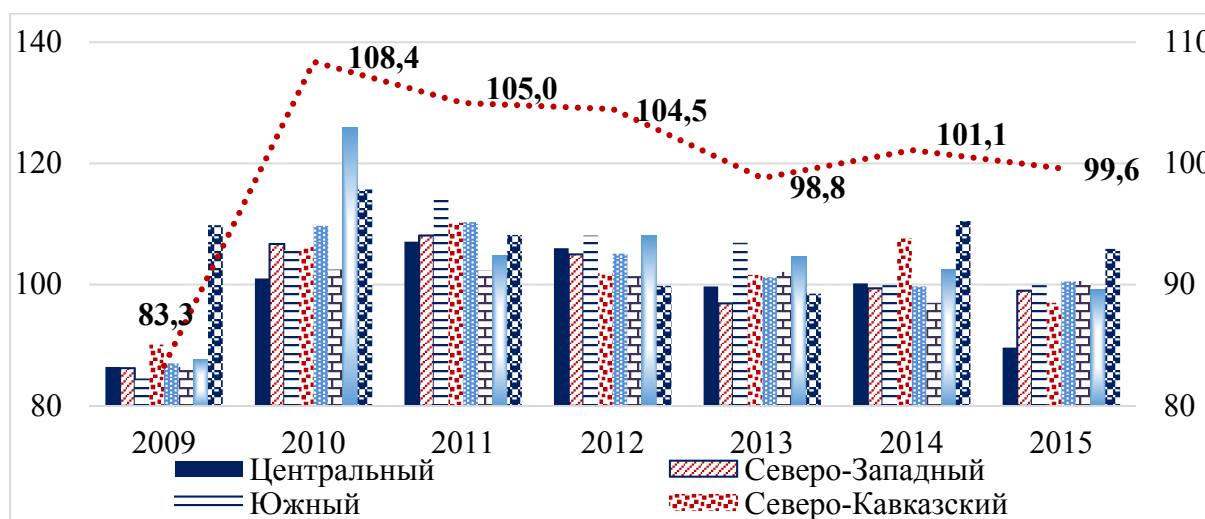


Рисунок 1 – Динамика индекса промышленного производства за январь-март в % к соответствующему периоду предыдущего года

Индекс промышленного производства в обрабатывающей промышленности в целом по России на 01.03.2015 составил 99,6% к соответствующему периоду предыдущего года. В целом показатели выше аналогичных показателей 2009 года, когда на экономику оказывал влияние мировой экономической кризис. Динамика показателя по регионам неоднородная, тем не менее, отдельные регионы демонстрируют существенное снижение индекса промышленного производства в обрабатывающей промышленности, в особенности Оренбургская область (41,2%), в десятку также входят Республика Алтай, Мордовия и Курская область (40,0%) [6].

Реальные денежные доходы населения в целом по России сократились до 97,4% за январь-февраль по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Снижение данного показателя отмечено почти в половине регионов Российской Федерации, самое существенное снижение отмечено в республике Ингушетия, Тыва, Мурманской, Ивановской и Рязанской областях.

Вышеописанные тенденции ведут к возникновению довольно существенного риска снижения налоговых доходов. Имеется в виду не только налог на прибыль, но и налог на имущество юридических лиц, которые могут сократиться из-за сокращения производственных площадей или ликвидации предприятий. Предприятия вынуждены внедрять режим экономии, не осуществлять повышение и индексацию заработной платы, особенно это актуально для предприятий малого и среднего бизнеса, что также ведет к снижению налоговых доходов субъектов. Для бюджетов субъектов это является существенным, ведь налоговые доходы составляют более 70% доходов консолидированного бюджета субъектов Российской Федерации. Тем не менее, уже за первые 2 месяца 2015 года доходы консолидированного бюджета субъектов РФ сократились по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года на 7,5%, налоговые доходы сократились на 12,2%, доля налоговых доходов снизилась с 82,6 до 78,4%.

В 2015 году эта тенденция может усилиться не только по экономическим причинам, но и из-за законодательных инициатив Правительства Российской Федерации, антикризисные меры которого допускают возможность снижения ставок доходов от УСН (упрощенная система налогообложения) и ЕНВД (единый налог на вмененный доход), которые поступают в региональные бюджеты.

Начиная с 2012 года, бюджеты большинства российских регионов по итогам года исполняются с дефицитом. В 2014 году дефицит консолидированного бюджета субъектов Российской Федерации составил 447,8 млрд рублей. В качестве причин подобной динамики можно выделить общее ухудшение состояния государственных финансов России как результат нестабильного экономического роста, а также недостаточные усилия регионов по повышению качества управления государственными финансами, в частности повышения эффективности расходования бюджетных средств. Объем расходов консолидированных бюджетов субъектов в 2014 году возрос на 6,7%. Значительное давление на расходную часть бюджетов регионов оказало также исполнение президентских «майских указов» 2012 года. Инаугурационные указы В.В. Путина, по нашему мнению, не в полной мере учитывали возможности регионов по наращиванию бюджетных расходов и в условиях отсутствия возможности аккумулирования достаточных дополнительных доходных источников привели к существенному росту величины долга (рис. 2) [6].

С 2012 года отмечается стабильный рост долга субъектов с 2,5% на начало 2012 года до 3,5% к ВВП на конец 2014 года. В целом за рассматриваемый период объем долга субъектов вырос более чем на 75%. Доля долга субъектов в общей сумме долга Российской Федерации невысока (18,9% на начало 2015 г.) по сравнению со странами с федеративным устройством. Так, например, по итогам 2012 г. в США долг субнациональных правительств составлял 24% ВВП, в Германии – 33% ВВП, в Канаде – 59% ВВП [2]. Тем не менее проблема роста задолженности субъектов Российской Федерации чрезвычайно актуальна.

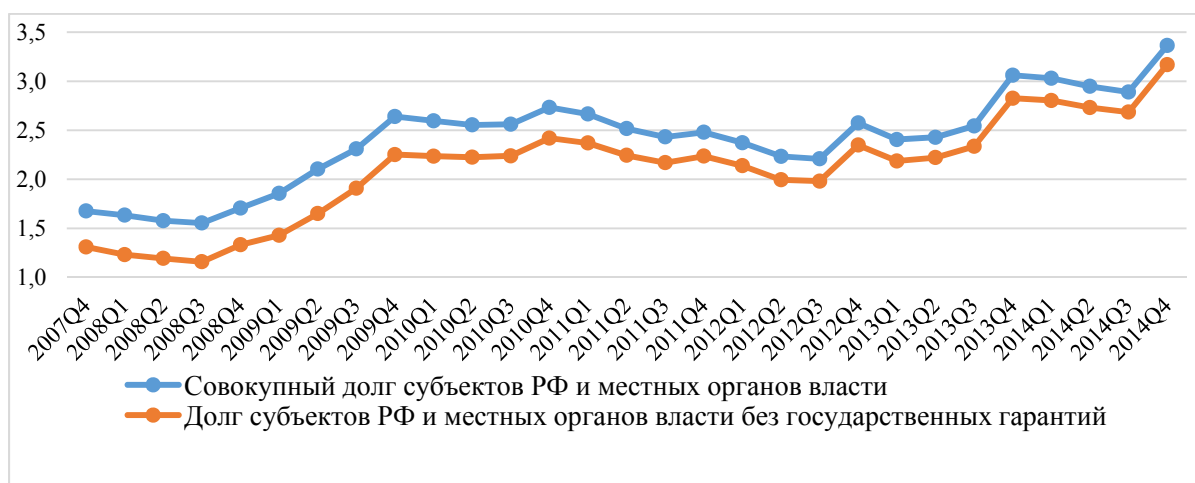


Рисунок 2 – Динамика долга субъектов РФ и местных органов власти, в % к ВВП

Существенным риском бюджетов субъектов является ухудшение структуры задолженности регионов в пользу увеличения доли нерыночных инструментов во многих субъектах Российской Федерации. Если в предкризисном 2008 году почти половина задолженности приходилось на ценные бумаги регионов, а бюджетные кредиты от других бюджетов бюджетной системы России составляли менее 10%, то на конец 2014 года каждый из этих показателей составил около четверти от общей величины долга (Таблица 1). Подобная статистика свидетельствует о неспособности российских регионов привлекать достаточный объем средств на рынке и необходимости компенсировать это за счет кредитных ресурсов с федерального уровня. За период 2008–2014 годов в совокупном объеме государственного долга субъектов России также более чем в полтора раза выросла доля задолженности перед кредитными организациями. Основная доля этих средств приходится на два крупных банка с государственным участием – Сбербанк России и ВТБ. Средний срок погашения подобных кредитов составляет около двух лет. Это повышает риски для устойчивости региональных финансов.

Таблица 1 – Изменение структуры государственного долга субъектов России (на конец года, в % от общей величины долга)

Вид	2008 год	2014 год	Изменение за период
Ценные бумаги	45%	28,3	↓
Кредиты коммерческих банков	24%	41,7%	↑
Бюджетные кредиты	7%	24,8%	↑
Государственные гарантии	21%	5,2%	↓
Прочее	3%	0%	↓
Итого	100	100	

Источник: Минфин России, составлено автором

Суммарный долг субъектов Российской Федерации в среднем за 2014 год составил 1786 млрд руб., увеличившись на 30% по сравнению с 2013 годом. В совокупном долге субъектов РФ (включая долг местных органов власти) на Центральный и Приволжский федеральный округа приходится наибольшая доля задолженности (26,6 и 23,7% соответственно). Наименьшую долю занимает Северо-Кавказский (3%).

При этом в Центральном федеральном округе наблюдался самый низкий рост суммарного долга субъектов (+14,3%), а его доля в суммарном долге субъектов России снизилась с 33% в 2013 году до 29% в 2014 году. Наибольший рост суммарного долга субъектов наблюдался в Уральском (+68%), при этом его доля в суммарном долге субъектов России увеличилась с 4,1% в 2013 году до 5,4% в 2014 году. Большинство субъектов нарастили долг в 2014 году по сравнению с 2013 годом. Несмотря на повышение абсолютных показателей долга субъектов степень их дифференциации снизилась.

Масштаб бюджетных рисков в значительной мере различается между отдельными регионами, что определяется, как начальными условиями социально-экономического развития, так и эффективностью управления государственными финансами. Таблица 2 иллюстрирует значительный разброс в уровне задолженности по отношению к ВРП среди регионов России (0,0–29,4% ВРП на начало 2014 года), при этом среди субъектов с наименьшим уровнем долга в первую очередь представлены богатые нефтью регионы. Практически все регионы из представленных ухудшили свои показатели в 2013 году по сравнению с 2012 годом. Учитывая экономическую конъюнктуру в 2014 году следует ожидать сохранение данной тенденции.

Таблица 2. – Градация субъектов России по объему государственной задолженности (на конец года, в % к ВРП)

Субъект	На 1.01.2014	На 1.01.2013
Чукотский АО	29,4	10,7
Республика Мордовия	18,8	19,2
Амурская область	11,5	7,1
Псковская область	11,2	11,9
Смоленская область	10,8	9,2
Костромская область	10,6	9,8
Вологодская область	10,2	8,7
.....		
г. Санкт-Петербург	0,7	
Алтайский край	0,7	0,5
Иркутская область	0,6	0,5
Ханты-Мансийский АО	0,6	0,2
Пермский край	0,1	0,1

Источник: Федеральное Казначейство РФ, Федеральной службы государственной статистики, составлено автором

В данном аспекте очевидно, что для качественных выводов относительно финансовой устойчивости отдельно взятого региона требуется более развернутый анализ, который должен проводиться по единой методике. Он бы позволил выявить риски каждого отдельно взятого бюджета субъекта Российской Федерации.

Изучая методы анализа и оценки бюджетных рисков субъектов РФ, следует обратить особое внимание на сигнальный подход. Он заключается в построении модели, в которой изучается изменение индикаторов во время нормального (некризисного), предкризисного и кризисного периодов. Индикаторы отбираются на основе данных об изменениях в их поведении при нормальном функционировании экономики и в кризисные периоды, а также способности предоставлять действительный сигнал наступления кризиса. Данный метод был использован экспертами Центрального банка Республики Беларусь при разработке агрегированного индекса финансовой стабильности [3]. У данной модели существуют определенные недостатки. Так, например, из-за трансформации внешних переменных происходит потеря информации об относительной значимости значений переменных. Сигнальный подход игнорирует корреляцию между независимыми переменными, негативно влияя на построение композитного индекса [5], не позволяет применять некоторые статистические тесты. Однако существенным плюсом данного метода является то, что его можно использовать на относительно длинных временных рядах. Учитывая особенности развития российской экономики, отечественные исследователи редко располагают базами данных с периодом более чем 10–15 лет. В этих условиях значимость некоторых эконометрических моделей снижается. Данный же подход является подходящим инструментом анализа уязвимости финансовой системы в целом или государственных финансов в отдельности. Этот подход уже применялся российскими экспертами для анализа устойчивости государственных финансов, на основе которого был рассчитан индекс фискального стресса [1]. На основе методологии разработанной специалистами МВФ [3], российскими специалистами был рассчитан индекс фискального стресса для бюджета расширенного правительства Российской Федерации. Результаты исследования позволили сделать выводы о наличии сегментов, которые могут нести риски устойчивости государственных финансов в

краткосрочном и долгосрочном периодах. Индекс фискального стресса рассчитывается следующим образом:

$$F_stress = \sum \omega_i d_i(t),$$

i – номер показателя, ω – вес i -го показателя, $d_i(t)$ – индикативная функция, принимающая значение 1 для показателей, которые в году $t-1$ ведут превысили соответствующее им пороговое значение, и 0 – для остальных.

Можно выделить несколько групп показателей, по которым необходимо проводить исследование в отношении бюджетных рисков регионов: социально-экономические показатели, показатели доходов и расходов бюджетов, а также показатели долговой нагрузки бюджетов.

Таким образом, по нашему мнению, сигнальный подход в настоящее время является наиболее предпочтительным для проведения исследования по идентификации и оценке рисков бюджетов субъектов Российской Федерации. Он позволяет учесть особенности каждого отдельно взятого региона. Неоднократно в рамках данной работы отмечались существенные разнонаправленные тенденции в динамике отдельных показателей развития регионов. Неоднородная динамика важных социально-экономических и финансовых показателей деятельности регионов свидетельствует о высокой степени дифференциации финансового состояния субъектов РФ и соответственно о наличии разных рисков и необходимости учета индивидуальных особенностей субъектов.

Риски не только снижают эффективность реализуемой бюджетной политики, но и приводят к невыполнению ее условий. Без тщательного анализа и оценки бюджетных рисков не может быть организовано бюджетное планирование, не может быть организована реализация бюджетной политики. Поэтому применение вышеописанного подхода к оценке рисков бюджетов субъектов РФ позволило бы существенно повысить эффективность проводимой в них бюджетной политики.

Литература:

1. *Власов С.А., Дерюгина Е.Б., Власова Ю.А.* Исследование устойчивости государственных финансов России в краткосрочном и долгосрочном периодах // Вопросы экономики №3, 2013 г., с 33–49.
2. *Мамедов А.А., Авксентьев Н.А.* Региональный и муниципальный долг субъектов Российской Федерации: ретроспективный анализ и перспективы // Финансовый журнал №4 (22), 2014, с 66–80.
3. *Цукарев Т.В., Дмитриев Д.А.* Разработка агрегированного индекса финансовой стабильности (макроэкономический подход), Банковский вестник, 2014, www.nbrb.by/bv/
4. Baldacci E., McHugh J., Petrova I. (2011a). Measuring Fiscal Vulnerability and Fiscal Stress: A Proposed Set of Indicators // IMF Working Paper. № 94.
5. Krznar, I. Currency Crisis: Theory and Practice with Application to Croatia/I. Krznar//Croatian National Bank, Working Paper. 2004. 12. 46 p.
6. Официально публикуемая информация Министерства Финансов Российской Федерации, Федеральной службы государственной статистики, Федерального Казначейства РФ.

Секция «Управление устойчивым развитием социально-экономических систем»

УДК 658.7

УСТОЙЧИВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК: ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

*Кольчугин Д.М., аспирант
Национального исследовательского
университета «Высшая школа экономики»*

Аннотация: Статья посвящена устойчивости цепей поставок и устойчивому управлению цепями поставок, а также анализу терминов по данной проблематике. Автор рассматривает понимание устойчивости цепей поставок в российских и зарубежных публикациях, выделяет основные характеристики и даёт определение устойчивому управлению цепями поставок. Особое внимание уделено соотношению устойчивости цепи поставок в контексте способности логистической системы к восстановлению и устойчивости цепи поставок в контексте устойчивого управления цепями поставок.

Ключевые слова: устойчивость, цепь поставок, устойчивое управление цепями поставок (УУЦП)

Abstract: The article is dedicated to the resilience of supply chains and sustainable supply chains management, as well as the analysis of the terms on this subject. The author examines the understanding of supply chains resilience in the Russian and foreign publications, emphasizes the main characteristics and gives a definition of sustainable supply chains management. A special attention is given to the relationship of the supply chain resilience in the context of logistics system's ability to recovery and supply chain sustainability in the context of sustainable supply chains management.

Key words: resilience, supply chain, sustainable supply chain management (SSCM)

В условиях современной экономики использование концепции управления цепями поставок (УЦП) является одним из базовых источников устойчивого конкурентного преимущества компаний. Сегодня можно наблюдать рост конкуренции, неопределенности внешней среды компаний и снижение управляемости их цепей поставок (далее – ЦП) из-за возрастания сложности и географической разобщенности объектов. Более того, увеличившееся число катаклизмов природного и антропогенного характера продемонстрировало уязвимость глобальных цепей поставок, и по этой причине встал остро вопрос об обеспечении устойчивости цепей поставок, повышения их безопасности и надежности.

В то же время в современной науке, как в отечественной, так и в зарубежной не сложилось единого понимания устойчивости ЦП, отсутствует единая терминология по данной проблематике. Так, устойчивость чаще всего рассматривается как устойчивое развитие (англ. – sustainability) или как способность логистической системы к восстановлению после определённых возмущений, сбоев (англ. – resilience).

В данной работе сделана попытка проведения разграничения между этими понятиями, а также уточнения понятийного аппарата теории управления цепями поставок в разрезе термина «устойчивость ЦП».

В результате анализа отечественной литературы библиографической базы E-Library по выборке научных статей, содержащих в названии, ключевых словах и аннотации термины «устойчивость цепей поставок» и «устойчивое управление цепями поставок» в сфере знаний «экономика», «бизнес» и «принятие решений» в период с 1996 по 2015 гг. следует отметить, что проявляется небольшой интерес к данной проблематике. По указанному запросу найдено порядка 30 публикаций. Данные приведены на 18 апреля 2015 г. В данных публикациях понятие «устойчивость ЦП» понимается и рассматривается преимущественно как понятие, соответствующее английскому понятию «resilience» (таблица 1).

Таблица 1 – Понимание устойчивости (resilience) разными авторами

№	Авторы	Определение resilience
1	Сергеев и Дорофеева, 2010	Способность сохранять штатный режим функционирования или же возвращаться в заданные рамки после воздействия внешнего или внутреннего возмущения, целенаправленного или нет ¹
2	Christopher and Peck, 2004	Способность системы возвращаться в своё первоначальное положение или принимать новое, более устойчивое, после возмущений ²
3	Ponomarov and Holcomb, 2009	Адаптивная возможность цепочек поставок восстановления операций до нормального уровня после сбоя ³
4	Sheffi, 2005	Сдерживание сбоя и восстановление после него ⁴
5	Rice and Caniato, 2003	Способность реагировать на неожиданные нарушения и восстановить нормальную работу ⁵
6	Gaonkar and Viswanadham, 2007	Способность цепи поставок поддерживать, возобновлять и восстанавливать работу после нарушений ⁶

¹ Сергеев В.И., Дорофеева Е.А. Терминологические аспекты понятия «устойчивости» цепей поставок в фокусе логистической интеграции // Логистика и управление цепями поставок. – 2010. – № 3 (38). – С. 8–27.

² Christopher M., Peck H. Building the Resilient Supply Chain. The International Journal of Logistics Management, 2004, no 15 (2), pp. 1–14.

³ Ponomarov S., Holcomb M. Understanding the concept of supply chain resilience. The International Journal of Logistics Management, 2009, vol. 20, iss. 1, pp. 124–143.

⁴ Sheffi Y. The Resilient Enterprise: Overcoming Vulnerability for Competitive Advantage. Boston, 2007, p. 41.

⁵ Rice J., Caniato F. Building a secure and resilient supply network. Supply Chain Management Review, 2003, vol. 7, no 5, pp. 22–30.

⁶ Carter C., Rogers D. A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 2008, vol. 38, no 5, pp. 360–387.

Среди отечественных публикаций заслуживает внимания публикация Дорофеевой Е. и Сергеева В.И.¹, где приводится идея о необходимости дальнейшей интеграции участников для повышения устойчивости цепей поставок. Детально проанализировано понятие «устойчивости цепей поставок» в терминологическом ракурсе, в его соотношении с другими схожими понятиями – надёжность (reability), гибкость (flexibility), динамичность (agility) и др. Вопрос соотношения динамичности и устойчивости ЦП затрагивается также в работе Ермолиной М.В.². По результатам анализа российских источников следует отметить отсутствие единого понимания устойчивости цепи поставок, разграничения понятий «устойчивость» и «надёжность», а также факторов, на неё влияющих и обеспечивающих таковую. Так, например, в работах Сергеева В.И.³ и Пензева В.Н.⁴ отмечается разнонаправленное влияние на устойчивость ЦП со стороны логистического аутсорсинга.

Между тем, устойчивость цепей поставок и устойчивое управление цепями поставок являются одними из самых изучаемых предметов исследования в логистике и УЦП в западной периодике, т.к. именно устойчивость ЦП определяет возможности повышения эффективности деятельности компании и предоставления высокого логистического сервиса.

Анализ западной периодики, посвящённой вопросам устойчивости цепей поставок, проведен по библиографической базе научного цитирования SCOPUS. Выборка научных статей также была создана по терминам «устойчивость» и «цепь поставок», содержащихся в названии публикации, ключевых словах и аннотации к публикациям по тематике экономики, бизнеса и принятия решений, в период с 1996 по 2015 год. 1996 год выбран как отправная точка, поскольку именно в этом году зафиксирована первая публикация, удовлетворяющая условиям поиска. Также рассматривались публикации только на английском языке. В результате за анализируемый период было выявлено 407 публикаций (данные на 18 апреля 2015 г.).

¹ Сергеев В.И., Дорофеева Е.А. Терминологические аспекты... С. 8–27.

² Ермолина М.В. Динамичные цепи поставок: создание устойчивости в движении // Логистика и управление цепями поставок. – 2010. – № 6. – С. 15–21.

³ Сергеев В.И., Дорофеева Е.А. Терминологические аспекты... С. 8–27.

⁴ Пензев В.Н. Устойчивость цепей поставок // Логистика и управление цепями поставок. – 2009. – № 6. – С. 7–14.

Следует отметить, что из года в год увеличивается количество публикаций, посвященных устойчивости цепи поставок, что обусловлено возросшим интересом к данной теме (рис.1). Зарубежные исследования по вопросам устойчивости цепей поставок преимущественно ведутся в Соединенных Штатах Америки (125 публикаций), Великобритании (60), Германии (40), Канаде (31), Нидерландах (27).

Анализ содержания наиболее цитируемых научных статей, посвященных рассмотрению устойчивости цепей поставок в указанных выше сферах показал, что они имеют разные предметы исследования, вопрос рассматривается применительно к различным отраслям.



Рисунок 1

Всего по проблематике устойчивости цепей поставок по данным SCOPUS заявлено 14 областей знаний. Лидирующие по числу публикаций – бизнес, управление и учет (31 %), науки об окружающей среде (13 %), техническое проектирование (инжиниринг) (12 %) и принятие решений (11 %) (рисунок 2).

За рассматриваемый период в ряде журналов отмечается наличие стабильного интереса к рассматриваемой проблеме. Так, 10 и более публикаций по рассматриваемой тематике нашли отражение в таких

журналах, как Journal of Cleaner Production, International Journal of Production Economics, Business Strategy and the Environment, International Journal of Production Research, International Journal of Physical Distribution and Logistics Management, Journal of Supply Chain Management.

Как мы можем видеть, несмотря на наложенные ограничения в поисковом запросе отмечается довольно существенная доля публикаций, посвящённых окружающей среде и журналов по данной проблематике.

Также следует отметить активность ряда авторов по рассматриваемой тематике. Более 5 публикаций по теме имеют Seuring S., Govindan K., Pagell M., Sarkis J.

Что касается используемой методологии, то в таких работах наиболее часто авторы прибегают к теоретическим и концептуальным работам. Помимо таких работ также используются case-study, проведение опросов, обзоры литературы. Использование количественных методов представлены только в незначительном количестве публикаций и в основном это работы, предполагающие принятие решений в условиях многокритериального выбора.

Преимущественно работы по SSCM направлены на то, чтобы улучшить экологические¹ и социальные показатели деятельности компаний в цепочках поставок². Также ряд работ посвящён интеграции социальных и экологических аспектов с экономической деятельностью³.

¹ Seuring S., Muller M. From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. Journal of Cleaner Production, 2008, vol. 16, no 15, pp. 1699–1710.

² Wittstruck D., Teuteberg F. Understanding the success factors of sustainable supply chain management: empirical evidence from the electrics and electronics industry. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 2011, no 19 (3), pp. 141–158.

³ Seuring S. Assessing the rigor of case study research in supply chain management. Supply Chain Management: An International Journal, 2008, no 13 (2), pp. 128–137.

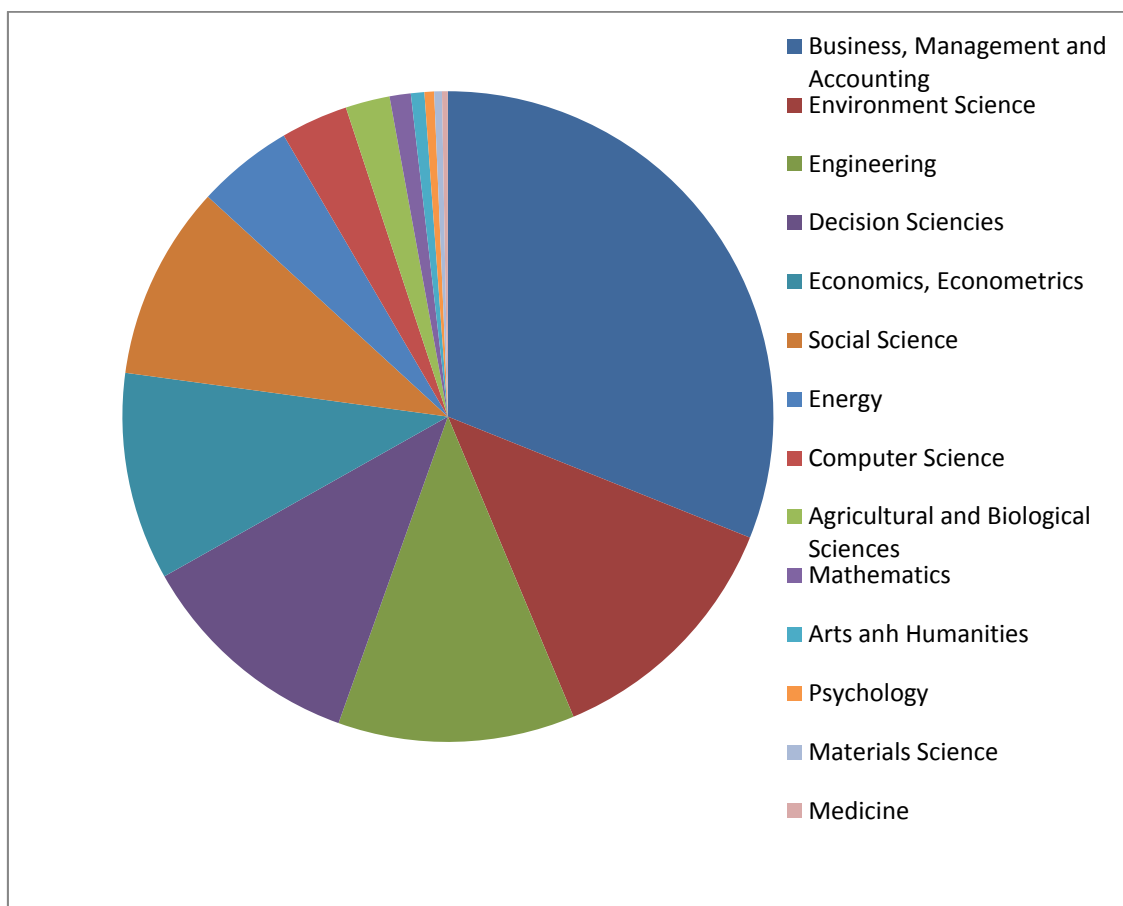


Рисунок 2. – Количество публикаций по сферам знаний, %

В связи с этим получил развитие и стал одним из самых популярных подходов к устойчивости цепей поставок 3BL-подход (Triple bottom line) – «тройной критерий» или «тройной итог» – предполагающий устойчивое развитие с точки зрения обеспечения экономических, социальных и экологические преимуществ и их баланса как для отдельной компании¹, так и цепи поставок².

В проанализированных работах 3BL-подход лежит в основе многих определений SSCM. Более подробно данный вопрос изложен в таблице 2.

¹ Linton J., Klassen R., Jayaraman V. Sustainable supply chains: an introduction. *Journal of Operations Management*, 2007, vol. 25, no 6, pp. 1075–1082.

² Carter C., Easton P. Sustainable supply chain management: evolution and future directions. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 2011, vol. 41, no 1, pp. 46–62.

Таблица 2 – Понимание устойчивости (sustainability) разными авторами в контексте устойчивого управления цепями поставок

№	Авторы	Определение SSCM
1	Carter and Rogers, 2008	Стратегическая, транспарентная интеграция, а также достижение социальных, экологических и экономических целей в условиях системной координации ключевых межорганизационных бизнес-процессов для повышения долгосрочного экономического развития отдельной компании и ЦП, в которую она встроена ¹
2	Seuring and Muller, 2008	Управление материальными, информационными и денежными потоками, а также сотрудничество между компаниями по всей цепочке поставок, осуществляемые на основе целей устойчивого развития во всех трех аспектах, т.е. экономическом, экологическом и социальном, являющихся производными от требований покупателей и заинтересованных сторон ²
3	Seuring, 2008	Интеграция устойчивого развития и УЦП, в которой путем слияния этих двух концепций экологические и социальные аспекты в цепочке поставок принимаются во внимание, что позволяет избежать связанных с этим проблем, а также, ориентироваться на более устойчивые продукты и процессы ³
4	Haake and Seuring, 2009	Набор устоявшихся политик УЦП, действий и отношений, формирующихся в ответ на проблемы, связанные с природной средой и социальными вопросами применительно к разработке, приобре-

¹ Carter C., Rogers D. A framework of sustainable...pp. 360–387.

² Seuring S., Muller M. From a literature review...pp. 1699–1710.

³ Seuring S. Assessing the rigor of case...pp. 128–137.

№	Авторы	Определение SSCM
		тению, производству, распределению, использованию, повторному использованию и распоряжению товарами и услугами фирмы ¹
5	Pagell and Wu, 2009	Конкретные управленческие действия, которые предпринимаются, чтобы сделать ЦП более устойчивой ²
6	Wittstruck and Teuteberg, 2011	Расширение традиционной концепции УЦП с добавлением экологических и социальных/этических аспектов ³
7	Wolf, 2011	Степень, в которой производитель стратегически сотрудничает со своими партнерами по ЦП и совместно управляет внутри- и межорганизационными процессами для обеспечения устойчивости ⁴
8	Closs et al., 2011	Способность фирмы предвидеть, смягчить, обнаружить, среагировать и оправиться от потенциальных глобальных рисков. Риски, сопряжённые с маркетингом и цепями поставок, включают разработку продукта, выбор каналов распределения и источников снабжения, принятие решений, производство, транспорт, правительственное и отраслевое регулирование и др. ⁵

Также по результатам анализа было выявлено, что ни одна из найденных публикаций не содержит слова «resilience» ни в названии, ни в ключевых словах, ни в аннотации. Другими словами, в найденных публикациях не усматривается прямая связь между терминами «sustainability» и «resilience». Для выяснения наличия подобной связи

¹ Haake H., Seuring S. Sustainable procurement of minor items – exploring limits to sustainability. *Sustainable Development*, 2009, no 17 (5), pp. 284–294.

² Pagell M., Wu Z. Building a more complete theory of sustainable supply chain management using case studies of 10 exemplars. *Journal of Supply Chain Management*, 2009, vol. 45, no 2, pp. 37–56.

³ Wittstruck D., Teuteberg F. Understanding the success factors...pp. 141–158.

⁴ Wolf C., Seuring S. Environmental impacts as buying criteria for third party logistical services. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 2010, no 40 (1-2), pp. 84–102.

⁵ Closs D., Speier C., Meacham N. Sustainability to support end-to-end value chains: the role of supply chain management. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2011, no 39 (1), pp. 101–116.

был также использован такой способ, как «snowballing» (использование источников, содержащихся в списке литературы найденных публикаций).

В результате было выявлено ряд публикаций, содержащих определение SSCM, которое отражает связь между понятиями «sustainability» и «resilience»¹. Несмотря на малое количество работ, можно говорить о наличии связи между рассматриваемыми понятиями, поскольку также в работах по устойчивости ЦП выделяются компоненты, которые свойственны понятию «УУЦП». Например, управление рисками в ЦП, информационная интеграция и др. При этом «sustainability» следует рассматривать как более широкое понятие, чем «resilience».

Можно выделить следующие характеристики устойчивого управления цепями поставок: наличие трёх измерений – экономического (ЭМ), социального (С), экологического (ЭЛ); заинтересованность сторон (ЗС); долгосрочность отношений (Д); способность системы восстанавливаться (В) (таблица 3).

Таблица 3 – Характеристики устойчивого управления цепями поставок в работах разных авторов

№	Авторы	ЭМ	ЭЛ	С	ЗС	Д	В
1	Carter and Rogers, 2008	×	×	×	×	×	
2	Seuring and Muller, 2008	×	×	×	×		
3	Seuring, 2008		×	×			
4	Haake and Seuring, 2009		×	×		×	
5	Pagell and Wu, 2009	×	×	×		×	
6	Wittstruck and Teuteberg, 2011		×	×			
7	Wolf, 2011	×	×	×			
8	Closs et al., 2011	×	×		×		×

¹ Там же.

Исходя из этого, можно дать следующее определение устойчивого управления цепями поставок.

Устойчивое управление цепями поставок – создание согласованных цепей поставок на основе интеграции ключевых межорганизационных бизнес-процессов и баланса социальных, экологических и экономических целей для эффективного управления материальными, информационными и денежными потоками в снабжении, производстве и распределении продукции или услуг, а также для удовлетворения потребностей заинтересованных сторон, повышения рентабельности бизнеса, конкурентоспособности и способности к восстановлению ЦП (устойчивости ЦП) в краткосрочной и долгосрочной перспективах.

Кроме того, можно выделить следующие характерные черты в исследованиях и составляющих SSCM:

1) в исследованиях по-прежнему преобладают вопросы, связанные с экологическими проблемами и развитием «зелёной логистики». Социальные аспекты, а также совокупное рассмотрение трех измерений устойчивого развития (3BL) встречаются значительно реже;

2) рассмотрение устойчивого управления цепями поставок должно выходить за пределы стандартного ядра УЦП и должно предполагать:

а) включение других этапов жизненного цикла продукта в процессы ЦП, таких как разработка и дизайн продукта, удлинение жизненного цикла продукта, использование продуктов с истекшим сроком эксплуатации, восстановление процессов работы продукта в конце срока службы¹;

б) рассмотрение расширенной ЦП, которая предполагает контроль и сотрудничество не только с поставщиками первого уровня, но со всеми поставщиками – от стадии поставки сырья. Также отмечается важность развития поставщиков². Результатами такого процесса являются создание устойчивых продуктов в соответствии с требованиями клиента³;

3) рассмотрение УУЦП характерно преимущественно для таких отраслей, как пищевая промышленность, автомобильная промышленность, текстильная промышленность, сельское хозяйство;

¹ Linton J., Klassen R., Jayaraman V. Sustainable supply chains...pp. 1075–1082.

² Seuring S. Assessing the rigor of case...pp. 128–137.

³ Svensson G. Aspects of sustainable supply chain...pp. 262–266.

4) в работах отражается важность сотрудничества и развития партнёрских отношений, предполагающих повышение доверия между участниками ЦП, развитие новых возможностей, обмен знаниями, развитие связей с партнёрами по ЦП, более тесные контакты и стремление к ситуациям «win-win» для всех партнеров¹.

Таким образом, были рассмотрены понятия устойчивости цепей поставок и устойчивого управления цепями поставок, установлена связь между ними; были выделены дополнительные характеристики и предложено определение устойчивого УУЦП. Это позволит обеспечить более чёткое понимание терминологии в вопросах устойчивости ЦП. Тем не менее, требует дополнительной проработки вопросы соотношения устойчивости ЦП с такими параметрами ЦП, как гибкость, динамичность, надёжность, скорость реакции, робастность.

Литература

1. *Ермолина М.В.* Динамичные цепи поставок: создание устойчивости в движении // *Логистика и управление цепями поставок.* – 2010. № 6. С. 15–21.
2. *Пензев В.Н.* Устойчивость цепей поставок // *Логистика и управление цепями поставок.* 2009. № 6. С. 7–14.
3. *Сергеев В.И., Дорофеева Е.А.* Терминологические аспекты понятия «устойчивости» цепей поставок в фокусе логистической интеграции // *Логистика и управление цепями поставок.* 2010. №3 (38). С. 8–27.
4. *Brandenburg M.* Quantitative models for sustainable supply chain management: Developments and directions. *European Journal of Operational Research*, 2014, vol. 233, iss. 2, pp. 299–312.
5. *Carter C., Easton P.* Sustainable supply chain management: evolution and future directions. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 2011, vol. 41, no 1, pp. 46–62.
6. *Carter C., Rogers D.* A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 2008, vol. 38, no 5, pp. 360–387.
7. *Christopher M., Peck H.* Building the Resilient Supply Chain. *The International Journal of Logistics Management*, 2004, no 15 (2), pp. 1–14.

¹ Seuring S., Muller M. From a literature review...pp. 1699–1710.

8. Closs D., Speier C., Meacham N. Sustainability to support end-to-end value chains: the role of supply chain management. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2011, no 39 (1), pp. 101–116.
9. Craig R., Carter P., Easton L. Sustainable supply chain management: evolution and future directions. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 2011, vol. 41, iss. 1, pp. 46–62.
10. Gaonkar R., Viswanadham N. Analytical framework for the management of risk in supply chains. *IEEE Transactions on Automation Science and Engineering*, 2007, vol. 4, no 2, pp. 265–273.
11. Haake H., Seuring S. Sustainable procurement of minor items – exploring limits to sustainability. *Sustainable Development*, 2009, no 17 (5), pp. 284–294.
12. Linton J., Klassen R., Jayaraman V. Sustainable supply chains: an introduction. *Journal of Operations Management*, 2007, vol. 25, no 6, pp. 1075–1082.
13. Pagell M., Wu Z. Building a more complete theory of sustainable supply chain management using case studies of 10 exemplars. *Journal of Supply Chain Management*, 2009, vol. 45, no 2, pp. 37–56.
14. Ponomarev S., Holcomb M. Understanding the concept of supply chain resilience. *The International Journal of Logistics Management*, 2009, vol. 20, iss. 1, pp. 124–143.
15. Rice J., Caniato F. Building a secure and resilient supply network. *Supply Chain Management Review*, 2003, vol. 7, no 5, pp. 22–30.
16. Schaltegger S., Burritt R. Measuring and managing sustainability performance of supply chains. *Supply Chain Management: An International Journal*, 2014, vol. 19, iss. 3, pp. 232–241.
17. Seuring S. Assessing the rigor of case study research in supply chain management. *Supply Chain Management: An International Journal*, 2008, no 13 (2), pp. 128–137.
18. Seuring S., Muller M. From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 2008, vol. 16, no 15, pp. 1699–1710.
19. Sheffi Y. *The Resilient Enterprise: Overcoming Vulnerability for Competitive Advantage*. Boston, 2007, 338 pages.
20. Svensson G. Aspects of sustainable supply chain management (SSCM): conceptual framework and empirical example. *Supply Chain Management: An International Journal*, vol. 12, iss. 4, pp. 262–266.

21. Wittstruck D., Teuteberg F. Understanding the success factors of sustainable supply chain management: empirical evidence from the electrics and electronics industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2011, no 19 (3), pp. 141–158.

22. Wolf C., Seuring S. Environmental impacts as buying criteria for third party logistical services. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 2010, no 40 (1-2), pp. 84–102.

ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА КАК МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

*Дудкина Е.В.,
Финансовый университет*

Аннотация: Статья посвящена актуальному вопросу построения эффективного корпоративного управления, обеспечивающего устойчивость развития организации. В данных целях раскрываются основные аспекты модели трех «линий защиты» как одной из оптимальных моделей организационной структуры корпоративного управления рисками. Определены релевантные категории корпоративного управления, устойчивости, риск-менеджмента.

Ключевые слова: корпоративное управление, эффективность, риск-менеджмент, три «линии защиты», устойчивое развитие.

Abstract: The article is devoted to the actual issue of effective corporate governance building, which provides the sustainability for the company. For these purposes core pillars of three lines of defence model as one of the optimal risk management organizational structure models are covered. Relevant categories of corporate governance, sustainability, risk management are determined.

Keywords: corporate governance, effectiveness, risk management, three lines of defence, sustainable development.

Происходящие явления задают достаточно сложную для управления организацией внешнюю среду, требующую пересмотра не только действующих политик и методов управления, но даже и изменений стратегических аспектов, и ставят вопросы по поддержанию устойчивого развития хозяйствующих субъектов во главу угла.

При анализе данной проблемы первоначально следует рассмотреть трактовку понятия «устойчивость».

В широком смысле устойчивость экономической системы может характеризоваться как способность к продолжительному осуществлению своей деятельности. Экономическая устойчивость отражает прочность и надежность элементов производственной системы, ее вертикальных и горизонтальных связей, способность сохранять свои основные функциональные параметры при изменении внешних и внутренних условий [3].

В контексте корпоративного управления понятие устойчивости отражает прочность и надежность функционирования корпорации в режиме принятой стратегии [2].

В целях обладания и заимствования качеств устойчивости – в частности, способности поддерживать состояние и придерживаться направления достижения намеченной цели вне зависимости от реализованных рисков – хозяйствующему субъекту необходимо построить эффективную систему корпоративного управления рисками для создания базы обеспечения и развития конкурентоспособности и, таким образом, созданием определяющего фактора обеспечения экономической устойчивости.

При этом следует уточнить, что данная статья рассматривает категорию «управление рисками» в соответствии с положениями интегрированной модели управления рисками и трактует как процесс, осуществляемый советом директоров, менеджерами и другими сотрудниками, который начинается при разработке стратегии и затрагивает всю деятельность организации [1,6]. Он направлен на определение событий, которые могут влиять на организацию, и управление связанным с этими событиями риском, а также контроль того, чтобы не был превышен риск-аппетит организации и предоставлялась разумная гарантия достижения целей организации [5].

Корпоративное управление рисками – организационная структура, распределение полномочий и ответственности между всеми органами управления, начиная с общего собрания акционеров/ учредителей – является немаловажным способом обеспечения устойчивого развития компании [9].

В последнее время модель трех «линий защиты» – модель организационной структуры управления рисками – рассматривается многими специалистами как особый подход к организации риск-менеджмента, обеспечивающий эффективное функционирование системы (в т.ч. постоянное повышение эффективности) и, таким образом, способствующий устойчивому развитию компании [9].

Предназначение самой модели должно достигаться посредством эффективного функционирования следующих составляющих, очередность которых не является принципиальной (рис.1) [4]:

1) 1-ая «линия защиты» – фронт-офис компании в лице владельцев бизнес-процессов, менеджеров, наиболее высоко осведомленных о

большинстве деталей функционирования бизнеса, обладающих возможностью идентифицировать индивидуальные риски компании и непосредственно реализовывавших меры по управлению рисками в социально-экономических системах с децентрализованной организацией [4];

2) подразделения риск-менеджмента и комплаенса – 2-ая «линия защиты» – оказывает поддержку фронт-офису в разрешении затруднительных аспектов применения стандартов и методик компании по управлению рисками и мониторингом над соответствием реализуемых мер методике компании;

3) 3-я «линия защиты» в лице подразделений внутреннего аудита осуществляет независимую оценку эффективности процессов, связанных с 1-ой и 2-ой «линиями защиты», выдвигает рекомендации по их улучшению и, таким образом, обеспечивает гарантии касательно эффективности для руководства;



Рисунок 1 – Модель трех «линий защиты»

Распределение ответственности за управление рисками и вовлечение в риск-менеджмент таких составляющих корпоративного управления, как руководство и корпоративная культура создают предпосылки для поддержания устойчивого развития хозяйствующего субъекта[8].

Таким образом, изложенная модель учитывает управление как по вертикали, горизонтали, так и кросс-управление. Более того, в целях поддержания устойчивого развития предлагается дополнение к данной

модели: рассматривая Совет директоров и топ-менеджмент как отдельные «линии защиты», в модели предприняты попытки ликвидировать проблемные места, послужившие одним из причин кризиса 2008 г., и более четко формально закрепить роль данных элементов в управлении рисками, выставляя требования по повышению осведомленности руководства об имеющихся рисках и их управлении, что даже в условиях эффективно функционирующих остальных элементов системы, по мнению ряда специалистов, послужило одной из причин кризиса[4].

Литература:

1. *Авдийский В.И.* Риски хозяйствующих субъектов: теоретические основы, методология анализа, прогнозирование и управление: Учебное пособие / В.И. Авдийский, В.М. Безденежных; Финуниверситет, М.: Альфа-М: Инфра-М, 2013 г., 368 с.

2. *Авдийский В.И., Безденежных В.М.* Неопределенность, изменчивость и противоречивость в задачах анализа рисков поведения экономических систем//Эффективное антикризисное управление, №3, 2011.

3. *Окольнишникова И. Ю., Каточков Е.В.* Риск-менеджмент в системе обеспечения конкурентоспособности и стратегической устойчивости предпринимательских структур// Современные исследования социальных проблем, № 4, 2012;

4. Board Perspectives: Risk Oversight// Protiviti Paper, issue 51, 2013. [Электронный ресурс]
URL: <http://www.protiviti.com/en-US/Documents/Newsletters/Board-Perspectives/Board-Perspectives-Risk-Oversight-Issue51-5-Lines-Defense-Shareholder's-Perspective-Protiviti.pdf> (дата обращения 25.03.2015);

5. COSO enterprise risk management: establishing effective governance, risk, and compliance processes. Executive Summary – Framework. Jersey City, NJ: Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, 2004 г. 125 с.

6. COSO enterprise risk management: establishing effective governance, risk, and compliance processes. Application Techniques. Jersey City, NJ: Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, 2004 г. 105 с.

7. Beasley, Mark S., Scott Showalter, D. *Strategic Finance*. Mar2015, Vol. 97 Issue 3, p32-39. 8p. ERM and Sustainability: Together on the Road ahead.
8. Krysiak, Frank. *Journal of Business Ethics*. Apr2009 Supplement 3, Vol. 85, p483-492. 10p. Enterprise Risk Management as a Tool for Sustainability.
9. Quon T.K., Zeghal D., Maingot M. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 62, 2012. Enterprise risk management and firm performance.

НЕОБХОДИМОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ: ОТРАСЛЕВЫЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ БЛОКИ, МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

*Савельев И.И., к.э.н., доц.
кафедры менеджмента и маркетинга
Никифорова С.В., к.э.н., доц.
кафедры математики и информатики
Владимирского филиала Финансового университета*

Аннотация: В данной статье рассмотрены проблемы системы стратегического планирования в России, необходимость развития блоков функциональных и отраслевых стратегий. Предложен вариант функционального блока планирования для выбора приоритетных направлений инвестирования (импортозамещения), представленный как модель оптимизации структуры комплексной инвестиционной программы импортозамещения с учетом возможного риска.

Ключевые слова: система планирования, отраслевое и функциональное деление, модель оптимизации структуры комплексной инвестиционной программы.

В настоящее время в мире происходит сложный и противоречивый процесс глобализации экономики, в рамках которого осуществляются корневые преобразования во всех системах мирового хозяйства и в национальных экономиках, постоянное перераспределение рынков сбыта и борьба за них. Иногда эта борьба настолько непримирима, что становится похожей на «войну», Третью мировую «Экономическую» войну.

Стратегической парадигмой современного развития является фокусирование на роли инноваций в экономике и поиск своего места в международном разделении труда через глобализационные процессы (Бочкарев С.А., 2005).

Современная система планирования развития территории основана на принципах и правилах стратегического управления.

В мировой практике стратегическое управление сформировалось как инструмент, обеспечивающий конкурентное преимущество в условиях динамичных изменений внешней и внутренней среды хозяйствующего субъекта (Лапыгин Д.Ю., 2013).

Планирование (в том числе и стратегическое планирование), как говорили в советские времена, «от достигнутого» приводит к закреплению сложившихся тенденций и занижению амбиций разработчиков стратегии в части формулирования стратегических целей. Разрыв между желаемым результатом и тем, который ожидается в плановом периоде без изменения тенденций, требует напряжения творческих усилий работников и поиска дополнительных ресурсов, предоставляемых внешней средой: в первую очередь людских ресурсов, а уже затем – финансовых, материальных, информационных, энергетических [3]. Поэтому, когда речь идет о стратегическом управлении, тогда следует переходить от традиционного планирования к новым инструментам, таким как форсайт, дорожные карты, стратегический менеджмент в целом.

Форсайт (от англ. foresight – предвидение) можно представить как методику долгосрочного прогнозирования развития территории, основанную на опросе экспертов.

Разработка и представление дорожной карты может служить частным методом представления результатов форсайта. Дорожная карта представляет собой наглядное отражение пошагового сценария развития определённого объекта.

Дорожное картирование увязывает между собой видение, стратегию и план развития территории и выстраивает во времени основные шаги этого процесса по принципу «прошлое – настоящее – будущее». Дорожные карты позволяют просматривать не только вероятные сценарии, но и их потенциальную эффективность, а также выбирать оптимальные пути развития.

Несмотря на кажущуюся современность и «креативность» подходов в настоящей два из них, по нашему мнению, наиболее актуальных для проработки.

Фундаментальные проблемы:

1. Современная система планирования в России основывается на общем и территориальном стратегическом управлении. Причем территориальный аспект пока еще полностью не проработан законодательно в модель «государство–регион–муниципальный уровень».

2. На практике мы можем видеть даже отсутствие согласованности стратегических планов страны и отдельных регионов, например, когда планирование в регионе обгоняет стратегию страны по срокам (Владимирская область) и т.д.

3. Кроме того, необходимо подчеркнуть, что полное отрицание наработок советского Госплана многими либеральными экономистами-неоклассикам никак не идет на пользу современной российской системе планирования. Доказательством этому тезису является сложившаяся ситуация в экономике России, созданная факторами внешних санкций, изоляционными механизмами наших «партнеров», а также «умелым» построением собственной экономической системы.

4. Также отметим, что современная система планирования основана на сроках и приоритетах исполнения бюджета, что также сужает горизонты и определяет рамочные конструкции.

5. По политическим мотивам не используется потенциал многих профессиональных экспертов, ученых (в том числе Российской академии наук), которые могли бы быть полезны в рамках экспертизы государственных прогнозов и планов современной России. Хотя, стоит отметить, что данные ученые участвовали в создании системы планирования современного Китая.

Функциональные проблемы:

1. Негативной особенностью стратегического планирования в России является низкое качество и значение функции прогнозирования. Особенно недостает связки формализованных и неформализованных прогнозов, т.к. приоритет отдается последним – многое решается и «предсказывается» методами экспертных оценок.

2. Можем отметить, что наличие четко прорисованных отраслевых стратегий в нашей стране не наблюдается. А это настоящее упущение и низкое качество декомпозиции системы управления экономикой, которая начинается с декомпозиции системы планирования.

3. Возникший в экономике тренд на импортозамещение требует определения приоритетных направлений, «точек роста», которые также должны фокусировать стратегические горизонты. Но, несмотря на уже достаточно длительный период санкций, фокусировки пока нет.

4. Очень многое в развитии приоритетных направлений зависит от распределения инвестиций, базирующихся уже в основном на внутренних резервах (отток капитала виден и будет продолжаться, социальные траты достаточно велики).

Все, выше сказанное, может быть и показывает серьезную авторскую критику существующей системы планирования. Но в то же время, это есть желание еще раз указать на понятные многим «экономистам-патриотам» вещи.

Поэтому следует предложить некоторые шаги, которые нужно сделать на современном этапе.

Введем четкое декомпозирование современной стратегии развития территории на отраслевые и функциональные блоки. Причем особое значение необходимо придать следующим функциям: прогнозирование – как функция управления (авторская позиция - прогноз формализованный в сочетании с неформализованным); инвестирование – как функция распределения, определения приоритетов (особенно важно при снижении финансовых резервов государства и необходимости импортозамещения).

Этот подход может стать основой для дальнейшей проработки направления функциональных и отраслевых стратегий и будет некоторым вкладом в совершенствование существующей системы планирования в государстве.

Поэтому предложим вариант функционального блока планирования для выбора приоритетных направлений инвестирования (импортозамещения).

При составлении инвестиционной комплексной программы, управлении портфелем инвестиционных проектов, создании системы, оптимальной по надежности необходимо решить задачу формирования из имеющегося набора вариантов мероприятий или каких-то предметов наилучшей (оптимальной) выборки, удовлетворяющей ресурсным ограничениям и логическим условиям[4].

В данной статье рассматривается модель оптимизации структуры комплексной инвестиционной программы импортозамещения с учетом возможного риска.

Реализация инвестиционной программы предполагает финансирование отдельных товарных групп. Финансирование отдельной товарной группы назовем блоком i , каждый из которых в период времени j

требует определенных затрат $l_{i,j}$ и способен принести некоторый доход (выплату) $p_{i,j}$. При этом, прибыль $(p_{i,j} - l_{i,j})$ является случайной величиной, так как и размер инвестиций и ожидаемые выплаты подвержены существенным случайным и принципиально не устранимым воздействиям, среди которых особенно важными являются конъюнктурные колебания рынков. Следовательно, возможны случаи, когда затраты превосходят выплаты. Иначе говоря, величина $(p_{i,j} - l_{i,j})$ с ненулевой вероятностью может оказаться отрицательной.

Через C_j обозначим ограничения объема совокупного финансирования в период времени j . Каждый блок i может быть профинансирован в различном объеме. Между объемом инвестиций и доходами существует нелинейная зависимость. Возможны ситуации значительного роста доходов при небольшом уровне инвестиций, и наоборот отсутствие дохода и убыток при высоком уровне инвестиций.

Сущность задачи заключается в том, чтобы скомпоновать варианты финансирования блоков комплексной инвестиционной программы так, чтобы ни в один из периодов вероятность потребности в ресурсах не превысила имеющийся лимит финансовых ресурсов, а совокупный эффект от инвестиционной деятельности был бы максимальен.

С математической точки зрения эта задача нетривиальна. Величина $(p_{i,j} - l_{i,j})$ – случайная, с известной дисперсией $\sigma_{i,j}^2$. Для формулировки математической модели этой задачи введем в рассмотрение булеву переменную

$$x_i = \begin{cases} 1, \text{если инвестиция } i \text{ выбрана} \\ 0, \text{если инвестиция } i \text{ не выбрана} \end{cases}, i = 1, \dots, n \quad (2)$$

Сумму получаемых платежей за вычетом внесенных инвестиций и суммарную дисперсию для каждого варианта распределения инвестиций по периодам можно вычислить исходя из предположения, что законы распределения вероятностей нормальны и независимы:

$$\sum_{i=1}^n x_i (p_{i,j} - l_{i,j}), j = 1, \dots, m \text{ и } \sum_{i=1}^n x_i^2 \sigma_{i,j}^2, j = 1, \dots, m .$$

Лимит суммы инвестиций в период j ранее был уже обозначен как C_j . Выбрав доверительную вероятность α (как правило, полагается $\alpha = 0,95$) можно по известным формулам рассчитать $\psi(\alpha)$ (при $\alpha = 0,95$ $\psi(\alpha) = 1,64$).

Следующая система неравенств выражает условия внесения инвестиций и получения выплат:

$$\sum_{i=1}^n x_i (p_{i,j} - l_{i,j}) - \psi(\alpha) \sqrt{\sum_{i=1}^n x_i^2 \sigma_{i,j}^2} + C_j > 0, j = 1, \dots, m \quad (3)$$

Содержательный смысл этих условий заключается в том, что сумма всех полученных выплат от всех инвестиций, внесенных в период j , то есть величина $\sum_{i=1}^n x_i (p_{i,j} - l_{i,j})$ в совокупности с имеющейся в наличии или в запасе суммой денег C_j в период j должна превосходить суммарную «колеблемость» размера получаемых выплат, выражаемую величиной $\sqrt{\sum_{i=1}^n x_i^2 \sigma_{i,j}^2}$ с заданной доверительной вероятностью α .

Это условие означает требование, чтобы субъекты, осуществляющие инвестиции, не обанкротилось, иначе говоря, чтобы при наихудшем стечении обстоятельств, когда отклонение фактических выплат от ожидаемых будет значительным, причем в сторону недополучения средств, имеющегося запаса средств C_j оказалось бы достаточным для осуществления намеченных инвестиций. Данное требование должно выполняться с вероятностью 95%, то есть риск банкротства составляет 5%. Это выражается величиной $\psi(\alpha)$, присутствующей в формуле (3).

Сумму выплат от всех инвестиций по всем периодам необходимо максимизировать:

$$\max \sum_{i=1}^n x_i \sum_{j=1}^m (p_{i,j} - l_{i,j}) \quad (4)$$

В совокупности условия являются формулировкой задачи нелинейного булевого программирования. Эта формулировка превращается в линейную формулировку, если вместо дисперсии $\sigma_{i,j}^2$ рассматривать среднеквадратическое отклонение $\xi_{i,j}^2$. При этом соотношение (3) принимает вид:

$$\sum_{i=1}^n x_i (p_{i,j} - l_{i,j}) - \psi(\alpha) \sum_{i=1}^n x_i^2 \xi_{i,j}^2 + C_j > 0, j = 1, \dots, m \quad (5)$$

Учитывая, что для булевой переменной справедливо тождество $x_i = x_i^2$ можно видеть, что условие (5) является линейным и, следовательно, задача (2), (4) – (5) так же является линейной задачей булевого программирования.

Обозначив:

$$\beta_i = \sum_{j=1}^m (p_{i,j} - l_{i,j}) \quad (6)$$

$$\gamma_{i,j} = \begin{cases} |(p_{i,j} - l_{i,j}) - \psi(\alpha)\xi_{i,j}^2|, & \text{если } (p_{i,j} - l_{i,j}) < \psi(\alpha)\xi_{i,j}^2 \\ 0, & \text{если } (p_{i,j} - l_{i,j}) \geq \psi(\alpha)\xi_{i,j}^2 \end{cases} \quad (7)$$

получим формулировку рассматриваемой нами задачи в следующем виде:

$$\max \sum_{i=1}^n x_i \beta_i \quad (8)$$

$$\sum_{i=1}^n x_i \gamma_{i,j} \leq C_j, j = 1, \dots, m \quad (9)$$

Кроме того, поскольку возможны альтернативные мероприятия по финансированию, то, следовательно, возможно существование условий типа:

$$\sum_{i \in G_k} x_i \leq 1, k = 1, \dots, Q \quad (10)$$

где Q – общее количество мероприятий, имеющих альтернативные варианты [7].

В целом, таким образом, мы имеем модель линейного булевого программирования на максимум, образованную системой соотношений: (2), (6) – (10). Для решения данной линейной задачи булевого программирования существуют эффективные алгоритмы решения. В частности, в инструментальной системе «Decision» (модуль «Combinatoric») реализованы оптимизационные технологии на основе эволюционно – симулятивного метода и алгоритма динамического программирования для решения булевых задач [6]. Информация, полученная в результате применения модуля «Combinatoric» является полезной для обсуждения возможного перераспределения средств между этапами финансирования, целесообразности увеличения, либо сокращения финансирования в разные годы.

Считаем данный методологический подход обсуждаемым, но в тоже время, весьма полезным для начала формирования направления функциональных и отраслевых стратегий при выборе варианта функционального блока планирования приоритетных направлений инвестирования (импортозамещения).

Литература

1. *Бочкарев С.А.* Устойчивое развитие регионов России в процессе глобализации: Дисс. канд.эконом.наук: 08.00.01 Тамбов, 2005 168 с. РГБ ОД, 61:06-8/100.
2. *Лапыгин Д.Ю.* Стратегическое развитие организаций. М.: КНОРУС, 2013. 288 с.
3. *Лапыгин Д.Ю., Лапыгин Ю.Н.* Стратегический менеджмент: бакалавриат и магистратура. М.: Эксмо, 2010. 432 с.
4. *Лисичкина Ю.С.* Теоретико-методологические основы контроля за инвестиционной деятельностью в системе управления промышленным предприятием // Вестник Казанского технологического университета, № 5, 2009.
5. *Лисичкина Ю.С.* Инновационно-инвестиционный потенциал системы потребительской кооперации Республики Татарстан // Современное искусство экономики, № 2(4), 2012 с. 31-34
6. *Лихтенштейн В.Е.* Информационные технологии в бизнесе. Практикум: применение системы Decision в микро- и макроэкономике: Учеб.пособие / В.Е. Лихтенштейн, Г.В. Росс. М.: Финансы и статистика, 2008.
7. *Никифорова С.В., Росс Г.В.* Совершенствование организационной структуры архива, ориентированного на услуги аутсорсинга// «Экономические науки», № 3, 2008.

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

*Хван М.С., аспирант
Новосибирского государственного
университета экономики и управления «НИИХ»*

Аннотация: Вопросам экологической безопасности в условиях глобализации 21 века уделяется значительное внимание, поскольку устойчивое развитие системы без ее обеспечения недостижимо. Проводимое исследование имеет высокую степень научной и практической значимости, поскольку позволяет выявить факторы экологической безопасности и оценить их влияние на уровень устойчивого развития социально-экономических систем. Результаты исследования могут быть использованы для разработки управленческих решений по обеспечению устойчивого развития систем с учетом их экологической безопасности.

Ключевые слова: устойчивое развитие, экологическая безопасность, социально-экономическая система, фактор, кластеризация, интегральная оценка, регрессионная модель.

Abstract: Problems of environmental safety in the context of globalization of the 20th century are given much attention as without ensuring this type of safety, sustainable development of systems cannot be achieved. Therefore, this research has a high degree of scientific and practical significance since it enables to reveal the factors of environmental safety and to assess their impact on the sustainable development of social and economic systems. These results can be used to develop management solutions to ensure the sustainable development of social and economic systems taking environmental safety into account.

Keywords: sustainable development, environmental safety, social and economic system, factor, cluster analysis, integral assessment, regression model.

Введение

Вопросы экологической безопасности в 21 веке имеют огромное значение для каждой социально-экономической системы. Это обусловлено процессами проявления глобализации, а именно истощением природных ресурсов, загрязнением атмосферного воздуха, ухудшением условий жизни в регионах и т.д. Поэтому в рамках исследования была разработана методика оценки экологической безопасности социально-экономических систем. Данная методика позволяет не только

выявить ключевые факторы экологической безопасности и оценить их влияние на уровень устойчивости систем, но и провести их типологию по уровню экологической безопасности. Результаты исследования могут быть положены в основу разработки комплексных программ мероприятий по управлению факторами экологической безопасности, а также для принятия эффективных управленческих решений в сфере обеспечения устойчивого развития социально-экономических систем.

Критический обзор материалов по теме исследования

Начиная с 20 века в ответ на вызовы глобализации международными центрами, такими как Всемирный банк, Организация экономического сотрудничества и развития, ООН, Институт устойчивого производства, Институт географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, Центр экологической безопасности Российской академии наук и другими, разрабатываются и предлагаются решения в области устойчивого развития систем.

Анализ работ по теме исследования позволил установить, что учеными из разных стран устойчивое развитие рассматривается во взаимосвязи с экологической безопасностью. Так проблемы оценки, анализа, прогнозирования изменения экологической безопасности как одного из ключевых параметров в области устойчивого развития стали предметом изучения в работах таких ученых-исследователей: Л. Кристоферсона, С.Н. Бобылева, В.И. Данилова-Данильяна, А.Д. Урсула, К.С. Лосева, И.И. Дедю, Н.Ф. Реймерса, А.И. Муравых, А.И. Абрамова, Р.К. Баландина, Г.П. Серова, Э.Р. Чернявского, Л.С. Гранина и других.

Кроме того, значительный вклад в развитие данной области сделан следующими учеными: С.А. Айвазяном, В.С. Мхитаряном, А.М. Дубровым, В.В. Глинским, И.И. Елисеевой, В.Н. Афанасьевым, М. Кендаллом, Д. Лоули, Н.П. Масловой, В.Г. Минашкиным, В.А. Прокофьевым и другими. В работах исследователей экологическая безопасность рассматривается как сложное многомерное явление. В их трудах для оценки экологической безопасности или параметров, отражающих экологическое состояние системы, применяются методы многомерного статистического анализа, которые реализованы на практике при решении прикладных задач в сфере экономики, социологии, психологии и геологии.

Следует также отметить, что на сегодняшний день сложился ряд методологических подходов в области устойчивого развития систем с учетом экологических параметров:

1) А.Г. Шеломенцев рассматривает экологический фактор с позиции обеспечения устойчивости социально-экономических систем, эколого-экономической безопасности и экономической оценке ущерба и иных аспектов. [5]

2) А. Кант, Э. Латц, С.Педжиол, Ж. Хи предлагают включить экологическую компоненту в систему национальных счетов - «зеленые национальные счета». В частности, в отчете Всемирного банка «Новый взгляд на богатство народов...» ими обосновывается необходимость формирования системы зеленого измерения основных экономических показателей с учетом экологического фактора. [3]

3) С.Н. Бобылев предлагает ввести показатель природоемкость как эффективный экономический критерий устойчивого развития, который можно использовать на региональном уровне. [1]

4) Ю.С. Власовым был рассчитан интегрированный индикатор оценки экологической компоненты благосостояния населения, который может быть использован для оценки экологической компоненты политики регионального развития. [2]

Кроме того, существует ряд частных методов и критериев для оценки экологической безопасности нацеленных на решение локальных задач.

Однако, несмотря на обилие методологических подходов по теме исследования до сих пор не сформирован единый подход к оценке экологической безопасности социально-экономических систем. Поэтому цель данного исследования заключается в разработке методики оценки экологической безопасности социально-экономических систем. В качестве объекта исследования рассматриваются социально-экономические системы. Предметом исследования является состояние их экологической безопасности.

Разработка и апробация методики оценки экологической безопасности социально-экономических систем

Разработка методики оценки экологической безопасности социально-экономических систем включает в себя:

1) формирование данных для оценки экологической безопасности;

2) редукцию данных – определение факторов экологической безопасности;

3) расчет интегральных оценок по каждому сформированному фактору экологической безопасности;

4) классификацию социально-экономических систем по уровню экологической безопасности;

5) построение линейной регрессионной модели для установления взаимосвязи между факторами экологической безопасности и устойчивым развитием социально-экономических систем.

Разработанная методика оценки экологической безопасности была апробирована на регионах РФ.

Первый этап включал в себя определение набора данных для оценки экологической безопасности регионов. Совокупность показателей отбиралась с учетом достоверности, информативности, надежности, сопоставимости и качества информации. В результате было выделено 18 показателей, характеризующих экологическую безопасность регионов. [6]

На втором этапе проводилась редукция данных на основе использования факторного анализа, которая позволила выделить 6 факторов определяющих экологическую безопасность регионов. При решении задачи о числе факторов, использовался критерий Кайзера и критерий Каменистой осыпи. Оценка данных факторов позволила определить уровень экологической безопасности данных территорий.

Факторы, лежащие в основе определения уровня экологической безопасности регионов РФ:

1) Экологический потенциал развития региона (собственное значение 3,36): сокращение организациями материальных затрат на производство единицы товаров, работ, услуг, в процентах от общего числа; сокращение организациями энергозатрат на производство единицы товаров, работ, услуг, в процентах от общего числа; сокращение организациями выброса в атмосферу диоксида углерода (CO₂), в процентах от общего числа; замена организациями сырья и материалов или менее опасные, в процентах от общего числа; снижение организациями загрязнения окружающей среды (атмосферного воздуха, земельных, водных ресурсов, уменьшение уровня шума), в процентах от общего числа; осуществление организациями вторичной переработки

(рециркуляции) отходов производства, воды или материалов, в процентах от общего числа.

2) Транспортно-строительный потенциал развития системы региона (собственное значение 2,16): объем работ выполненных по виду экономической деятельности «Строительство», в фактически действовавших ценах, тыс. руб. на душу населения; перевозки грузов автотранспортом млн. тонн; грузооборот, млн. т-км.

3) Производственный потенциал развития региона (собственное значение 2,15): индекс производства по виду экономической деятельности «обрабатывающие производства», в процентах к предыдущему году; индекс производства по виду экономической деятельности «производство и распределение электроэнергии, газа и воды», в процентах к предыдущему году; индекс промышленного производства, в процентах к предыдущему году.

4) Техногенное воздействие на экологическую обстановку региона (собственное значение 2,15): выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников, тонн/км²; улавливание загрязняющих атмосферу веществ, отходящих от стационарных источников, тонн/км²; сброс загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты, тыс. кубических метров на душу населения.

5) Использования водных ресурсов региона (собственное значение 1,31): использование свежей воды, тыс. кубических метров на душу населения; объем оборотной и последовательно используемой воды, тыс. кубических метров на душу населения.

6) Потребления природных ресурсов региона (собственное значение 1,19): индекс производства по виду экономической деятельности «добыча полезных ископаемых», в процентах к предыдущему году.

На третьем этапе проводился расчет интегральных оценок по каждому выделенному фактору на основе применения методов многомерного статистического анализа. Преимуществом использования многомерных методов является обеспечение сопоставимости данных за счет получения одномерных значений. В качестве примера в таблице 1 приведены интегральные оценки факторов экологической безопасности для регионов СФО за 2013 г.

Таблица 1 – Интегральные оценки экологической безопасности регионов СФО за 2013 г.

Регионы	Уровень экологического потенциала развития региона	Уровень транспортно-строительного потенциала развития системы региона	Уровень производственного потенциала развития региона	Уровень техногенного воздействия на экологическую обстановку региона	Уровень использования водных ресурсов региона	Уровень потребления природных ресурсов региона
Алтайский край	0,600	0,081	0,843	0,671	0,033	0,970
Забайкальский край	0,167	0,101	0,732	0,646	0,106	0,675
Иркутская область	0,524	0,312	0,841	0,510	0,114	0,678
Кемеровская область	0,500	0,167	0,881	0,616	0,194	0,627
Красноярский край	0,433	0,330	0,714	0,567	0,121	0,717
Новосибирская область	0,521	0,122	0,816	0,651	0,040	0,722
Омская область	0,524	0,112	0,786	0,647	0,077	0,470
Республика Алтай	0,833	0,059	0,847	0,666	0,506	0,565
Республика Бурятия	0,500	0,048	0,643	0,649	0,028	0,641
Республика Тыва	0,000	0,022	0,764	0,648	0,033	0,662
Республика Хакасия	0,333	0,106	0,691	0,627	0,081	0,776
Томская область	0,630	0,182	0,829	0,645	0,075	0,610

Результаты расчетов по каждому интегральному индикатору экологической безопасности могут быть использованы для разработки программы мероприятий по управлению факторами экологической безопасности на уровне субъектов РФ для обеспечения регионального устойчивого развития. [4]

На четвертом этапе была проведена классификация регионов РФ по уровню экологической безопасности на основе применения полученных выше интегральных оценок. Для проведения классификации регионов использовались методы кластерного анализа: метод k-средних и графический метод – метод иерархии. Отнесение территорий РФ по уровню экологической безопасности к определенному кластеру является необходимым, поскольку позволит разрабатывать комплексные программы управления факторами экологической безопасности. В таблице 2 представлены результаты кластеризации регионов РФ за 2013 г.

Таблица 2 – Кластеризация регионов по уровню экологической безопасности за 2013 г.

Наименование кластера	Регионы РФ
Кластер 1	Архангельская, Белгородская, Воронежская, Иркутская, Кемеровская, Кировская, Курганская, Ленинградская, Московская, Мурманская, Нижегородская, Омская, Оренбургская, Ростовская, Самарская, Сахалинская области. Камчатский, Красноярский Пермский, Приморский, Хабаровский края. Республики: Башкортостан, Карелия, Мордовия, Саха, Татарстан, Удмуртия. Г. Санкт-Петербург.
Кластер 2	Амурская, Астраханская, Владимировская, Ивановская, Калужская, Новгородская, Новосибирская, Рязанская, Тамбовская, Тульская области. Республики: Кабардино-Балкарская, Адыгея, Бурятия, Северная Осетия, Хакасия. Алтайский край.
Кластер 3	Брянская, Волгоградская, Калининградская, Костромская, Липецкая, Орловская, Пензенская, Томская, Ульяновская, Ярославская области. Республики: Дагестан, Коми, Марий Эл, Чувашская. Ставропольский край.
Кластер 4	Вологодская, Курская, Магаданская, Саратовская, Свердловская, Смоленская, Тверская, Челябинская области. Республика Алтай.
Кластер 5	Краснодарский край. Тюменская область. г. Москва.
Кластер 6	Псковская область. Забайкальский край. Республики: Карачаево-черкесская, Ингушетия, Калмыкия, Тыва, Чеченская. Чукотский автономный округ. Еврейская автономная область.

Результаты исследования позволяют установить, что регионы СФО попадают в разные кластерные группы: кластер 1 – Кемеровская, Иркутская и Омская области; кластер 2 – Новосибирская область, Алтайский край, Республики Бурятия и Хакасия; кластер 3 – Томская область; кластер 4 – Республика Алтай; кластер 5 – Красноярский край; кластер 6 – Забайкальский край, Республика Тыва.

Таким образом, классификация регионов по уровню экологической безопасности позволила выявить устойчивые группы, для которых следует разрабатывать программы по обеспечению экологической безопасности с учетом их специфики, а не исходя из административно-территориального деления территорий.

На пятом этапе была построена регрессионная модель, которая позволила установить взаимосвязи между факторами экологической безопасности и устойчивым развитием регионов РФ. Для ее построения использовались интегральные оценки, рассчитанные для каждого фактора экологической безопасности.

Для создания регрессионной модели в качестве показателя, характеризующего уровень устойчивого развития, был взят темп роста ВРП на душу населения за 2013 г. (Y), а в качестве индикаторов, оказывающих влияющих на устойчивое развитие, были взяты интегральные оценки факторов экологической безопасности регионов РФ за 2013 г.: x_1 – уровень экологического потенциала развития региона; x_2 – уровень транспортно-строительного потенциала развития системы региона; x_3 – уровень производственного потенциала развития региона; x_4 – уровень техногенного воздействия на экологическую обстановку региона; x_5 – уровень использования водных ресурсов региона; x_6 – уровень потребления природных ресурсов региона.

На основе данных индикаторов было построено линейное уравнение регрессии:

$$Y = 0.032 + 0.08x_1 - 0.56x_2 + 0.07x_3 + 0.09x_4 - 0.11x_5 - 0.02x_6$$

Результаты исследования позволили установить, что на темп роста ВРП на душу населения значительное влияние оказывают следующие показатели:

- уровень транспортно-строительного потенциала развития системы региона (x_2) имеет отрицательное влияние на формирование результирующего показателя – это свидетельствует о том, что еще слабо развито применение экологических технологий в данной сфере;
- уровень использования водных ресурсов (x_5) также имеет отрицательное влияние на формирование результирующего показателя – это свидетельствует о том, что применение и внедрение технологий оборотного и повторного водоснабжения в РФ остается неразвитым.

Влияние остальных факторов на темп роста ВРП на душу населения имеет незначительное влияние. При этом следует отметить, что такие индикаторы как уровень экологического потенциала развития регионов (x_1), уровень производственного потенциала развития региона (x_3) и уровень техногенного воздействия на экологическую обстановку региона (x_4) имеют положительное значение на формирование результирующего показателя. Это свидетельствует о том, что с одновременным развитием промышленного производства создаются дополнительные мощности для улавливания загрязняющих атмосферу веществ, а также используются экологически чистые технологии в производственных процессах.

Заключение

Резюмируя необходимо отметить, что результаты данного исследования могут быть использованы для формирования комплексных программ мероприятий по управлению факторами экологической безопасности, а также для принятия эффективных управленческих решений в сфере обеспечения устойчивого развития регионов РФ.

Литература:

1. *Бобылев С.Н.* Индикаторы устойчивого развития России (эколого-экономические аспекты) / С.Н. Бобылева, П.А. Макеенко// М.: ЦПРП, 2001. С. 220.
2. *Власов Ю.С.* Эколого-экономическая оценка благосостояния населения в регионах России. Автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук. Москва, 2009. С.182.

3. *Диксон Дж., Ж. Бэкес, К. Гамильтон, А. Кант, Э. Латц, С. Педжиола, Ж. Хи.* Новый взгляд на богатство народов. Индикаторы экологически устойчивого развития//перевод с англ. В.Н. Сидоренко, Т.А. Глушко. М.: Центр подготовки и реализации международных проектов технического содействия, Проект ГЭФ «Сохранение биоразнообразия». 2000. С.175.

4. *Хван М.С.* Статистическая оценка экологической безопасности территорий РФ / Материалы 53-й Международной научной студенческой конференции МНСК-2015: Экономика/ Новосибир. гос. ун-т. Новосибирск. 2015. С. 92–93.

5. *Шеломенцев А.Г.* Оценка экологического фактора в стратегиях социально-экономического развития регионов /А.Г. Шеломенцев, В.Н. Беляев, Е.А. Илинбаева // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2014. №1 С. 169–179.

6. Федеральная служба государственной статистики – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 13.04.2015).

Секция «Импортозамещение и кластеризация как актуальные проблемы развития промышленности в России»

УДК 332.1

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В МЯСНОЙ ОТРАСЛИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Морозова А.В., аспирантка
Московского государственного
университета имени М.В. Ломоносова*

Аннотация: В данной статье показана роль импортозамещения в экономике развитых и развивающихся стран. Проведен анализ развития отечественной мясной отрасли за период с 1998 г. по 2004 г. Показано, что обесценение национальной валюты способствует росту конкурентоспособности отечественных товаров, сокращению импорта и развитию импортозамещения.

Ключевые слова: импортозамещение, мясная отрасль, девальвация, валютный курс, импорт, экспорт, животноводство.

Abstract: This paper presents importance of import substitution in advanced and developing countries. The paper offers an analysis of development national meat industry from 1998 to 2004. It is shown that the exchange rate depreciation contributes to the competitiveness of domestic products, reduce import and development import substitution.

Keywords: import substitution, meat industry, depreciation, exchange rate, import, export, livestock.

Импортозамещение – это процесс замещения в потребительской корзине импортных товаров отечественными товарами¹. Стратегия импортозамещения получила широкое развитие после второй Мировой войны и послужила ответом на крах рынков экспорта сырья и острый дефицит производственных товаров. Главная цель импортозамещения – это диверсификация структуры национального производства и снижение зависимости отечественного производства от иностранных источников спроса и предложения².

¹ Кадочников П.А. Анализ импортозамещения в России после кризиса 1998 года. – Москва: ИЭПП, 2006. – 148 с.

² Ahmad J. Import Substitution – a survey of policy issues. *The Developing Economies*, 1978, v. 16 (4), pp. 355–372.

Основными характеристиками сильной экономики являются ее гибкость, способность самостоятельно определять свой собственный экономический путь развития и использовать национальные ресурсы для получения широкого ассортимента продуктов. Импортозамещение способствует формированию сильной и развитой отечественной экономики, а также используется для защиты новых отраслей экономики от международной конкуренции. Чем короче период импортозамещения, как стратегии развития страны, тем меньше экономические издержки и значительнее объемы инвестиций, необходимые для импортозамещения.

Импортозамещение отражает изменение отношения объема импорта к общему объему предложения продукта (импорт плюс национальное производство продукта)¹. Если наблюдается уменьшение этого отношения в течение времени, значит, для определенного товара наблюдается импортозамещение. При импортозамещении совокупный импорт, как доля от ВВП, может не сокращаться или даже расти. Это связано с тем, что при сокращении объема импортируемых товаров, замещаемых отечественными товарами, общий спрос на импорт может не сокращаться. Импортозамещающий рост (*import-biased growth*) обеспечивает расширение производства замещаемых товаров и способствует улучшению торговли страны по отношению к торговым партнерам².

Импортозамещение вначале всегда начинается с отраслей потребительского сектора (сельское хозяйство, пищевая промышленность, здравоохранение) которые не требуют больших капитальных вложений, затем оно распространяется на отрасли промышленного сектора. Для реализации стратегии импортозамещения различные страны мира обычно используют такие инструменты протекционистской политики как тарифы, квотные ограничения, валютный контроль, административные ограничения, переоценённую национальную валюту и т. д. Тарифы и квотные ограничения позволяют сократить импорт потребительских товаров и обеспечивают рост импорта капитальных и промежуточных товаров.

¹ *Bruton H.* Import substitution. *Handbook of Development Economics*, 1989. vol. 2, chapter 30, pp. 1602–1644.

² *Куреев А.П.* Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства: Учебник. Часть 1. – М.: Междунар. отношения, 1997. – 416 с.

Согласно модели Л. Тейлора¹, развивающиеся страны, выбравшие импортозамещение в качестве стратегии развития, могут столкнуться с проблемой дефицита платежного баланса в течение того времени, которое необходимо для достаточного вложения средств в производство импортозамещаемых товаров внутри страны. Эмпирические исследования показали, что время, необходимое для закрытия дефицита торгового баланса зависит от уровня экспорта и импорта, и относительных темпов роста экспорта и дохода. Например, Пакистан и Мексика, имеющие высокие уровни коэффициентов первоначального экспорта/импорта, могут закрыть торговый разрыв в течение пяти лет, а Корея, с низким уровнем экспорта, – в течение 55 лет. Следовательно, дефицит торгового баланса является долгосрочной проблемой для развивающихся стран, выбравших импортозамещение как основу развития национальной экономики.

Процесс импортозамещения тесно связан с обменным курсом национальной валюты. Это объясняется тем, что девальвация национальной валюты, как правило, приводит к изменению конъюнктуры внешней торговли государства, вызывает изменение цен импорта и частичное замещение импортных товаров отечественными товарами, приводит к росту производства отечественных товаров, поставляемых как на внешний, так и на внутренний рынок. При девальвации спрос смещается в сторону дешевых товаров, эффект переноса обменного курса в цены которых минимальный. Импортозамещение и быстрое падение обменного курса в реальном выражении в переходной экономике могут изменять тенденцию спада экономики на тенденцию роста. Развитые страны проводят политику сглаживания волатильности валютного курса и не используют меры, направленные на стимулирование национального экспорта. Развивающиеся страны с сырьевой направленностью проводят политику снижения курса национальной валюты в качестве основного инструмента для повышения конкурентоспособности национальных компаний. Укрепление национальной валюты стимулирует приток импортных товаров и снижает конкурентоспособность национальных производителей. В связи с этим вопросы импортозамещения и эффекта переноса в цены импорта должны при-

¹ *Taylor L. Scheduling import substitution in a two-gap development model. Economic Development Report, 1967, no 58, 17 pages.*

ниматься во внимание при выборе валютной политики, анализе последствий девальвации или укрепления национальной валюты и организации национальных товарных рынков. Например, в 2001 г. были проведены исследования, направленные на установление факторов, воздействующих на потоки канадского экспорта говядины, живого скота, свинины и живых свиней в США и изучение влияния канадского экспорта на внутренние цены мясной продукции США¹. Авторами было установлено, что на направление и уровень двусторонних торговых потоков между США и Канадой оказывают влияние: внешняя торговая политика, внутренняя экономическая политика, динамика обменного курса, уровень производства, относительные цены, изменения в отечественной инфраструктуре, сезонность. Положительное влияние на экспорт мясной продукции из Канады в США оказали либерализация торговли, девальвация национальной валюты, рост производства мясной продукции, рост разницы между ценами на мясную продукцию в США и Канаде. При этом рост экспорта из Канады в США вызывает снижение цен мясной продукции в США.

Россия является крупным импортером мясной продукции в мире и поэтому проблема импортозамещения в данной отрасли сельского хозяйства является актуальной в современных условиях. Актуальность импортозамещения в мясном подкомплексе обусловлена также и санкциями западных стран, введенными против России в марте 2014 г. в связи с событиями на Украине. Значимость импортозамещения в мясном секторе определяется и задачей обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации. Согласно Национальному докладу «О ходе и результатах реализации в 2013 году государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы», в 2013 г. удельный вес отечественного мяса и мясопродуктов в общем объеме продаж на рынке составил 77,4%, что ниже установленного порогового значения в 85%.

В 1992 г. в России была проведена либерализация цен, масштабные преобразования собственности. Политика «валютной шоковой терапии» не принесла ожидаемых результатов, в стране отмечались: кри-

¹ *Mattson J., Wachenheim Ch., Koo W., Petry T.* Canadian Exports of Livestock and Meat to the United States. *Agribusiness & Applied Economics Report*, 2001, no. 459, 34 pages.

зисное состояние экономики, значительный рост инфляции. На отечественном рынке преобладали более конкурентоспособные импортные товары, доля которых в общем объеме товаров увеличилась более чем в два раза по сравнению с 1992 года. До 1997 г. объемы импорта мясной продукции ежегодно увеличивались на 15-31%, причем импорт мяса птицы за 1992–1997 г.г. вырос более чем в 20 раз. В то же время в целях экономической безопасности страны импорт не может превышать 30%. Отечественные производители не могли конкурировать с мощным импортом мясной продукции.

Негативные тенденции в развитии экономики были приостановлены после девальвации национальной валюты в 1998 г. за счет проявления эффекта импортозамещения, в первую очередь проявившегося в пищевой и лесной промышленности.

После резкой девальвации национальной валюты в декабре 1998 г. на рынке мясной продукции резко подорожала импортная мясная продукция, что способствовало росту конкурентоспособности отечественных товаров, сокращению импорта и развитию импортозамещения. Повышение конкурентоспособности отечественных товаров на внутреннем рынке снизило долю импортной мясной продукции в общем объеме внутреннего потребления. Доля свинины в общем объеме внутреннего потребления в 2000 г. по сравнению с 1998 г. уменьшилась на 6,4%, говядины – на 3,2%, птицы – на 9,9%. В 2004 г. по сравнению с 2002 г. совокупный объем импорта мясной продукции сократился на 12,5%, в частности, импорт мяса птицы сократился на 19,5%, свинины – на 24,1%, мясных субпродуктов – на 2,8%, а импорт говядины вырос – на 6,9%. В животноводстве наблюдался рост производства скота и птицы на убой и повышение рентабельности производства. Впервые в 1999 г. рентабельность производства овец и коз с учетом субсидий из бюджета стала положительной и составила +0,3%, а в 2001 г. достигла значения +20%. За период с 1999 г. по 2004 г. производство крупного рогатого скота на убой выросло на 4,6%, свиней – на 13,5%, овец и коз – на 0,8 %, а птицы – на 59,4%. В структуре производства скота и птицы увеличилась доля производства мяса птицы и свиней, и продолжилось сокращение доли крупного рогатого скота и овец и коз. По сравнению с 1999 г. в 2004 г. потребление мяса в год увеличилось с 45 кг до 54 кг на душу населения или на 54%.

Стабилизации положения на продовольственном отечественном рынке и в перерабатывающей мясной промышленности способствовали и меры, предпринятые Правительством РФ. Были увеличены инвестиции в обновление старых фондов и в строительство новых объектов, приняты государственные приоритетные национальные проекты («Развитие АПК» и т.д.), постановления («О мерах по защите российского птицеводства» и т.д.) и Государственные программы, направленные на стабилизацию положения в мясной промышленности. В 2001 г. были введены новые импортные тарифы с учетом конъюнктуры отечественного рынка. Контроль над импортными сельскохозяйственными товарами осуществлялся на основе использования комбинированных тарифов, сезонных и временных специальных пошлин, а также квот. В 1999 г. импортные пошлины на говядину свежую или охлажденную увеличились до 15%, но не менее 0,2 евро за 1 кг, на говядину мороженую – до 15%, но не менее 0,15 евро за 1 кг. Снижение импортной пошлины на мясо птицы в 2000 г. до 25%, но не менее 0,2 евро за кг спровоцировало рост импорта мяса птицы из США. С 2002 г. были введены квоты, ограничивающие ввоз импортного продовольственного сырья. Правительство ужесточило санитарно-эпидемиологический контроль продуктов питания, и определило порты и таможенные пункты, через которые был разрешен ввоз мяса. В 2000 г. было забраковано и снижено по сортности 53,5% от общего объема проинспектированного импортного мяса всех видов и 71,9% консервов мясных и мясорастительных. Для сдерживания экспорта отечественной сельскохозяйственной продукции правительство применяло комбинированные экспортные пошлины, экспортные квоты и лицензирование отдельных видов сельхозпродукции.

Исследования российских экономистов российской экономики за период с 1994 г. по 2003 г.¹ показали, что: 1) укрепление реального обменного курса рубля способствовало росту импорта и снижению производства практически во всех отраслях экономики; 2) процесс импортозамещения, обеспечивающий рост отечественного производства и снижение спроса на импортные товары, отмечался после резкой девальвации национальной валюты.

¹ *Кадочников П.А.* Анализ импортозамещения в России после кризиса 1998 года. – Москва: ИЭПП, 2006. – 148 с.

Автором статьи был проведен анализ влияния валютного курса на импортозамещение на рынке мясной продукции в период с января 1998 г. по ноябрь 2004 г. В качестве переменной, описывающей динамику обменного курса, был выбран обменный курс рубля к доллару США. В качестве переменной, характеризующей производство, был выбран стоимостной объем произведенной мясной продукции. Модель также включает индекс цен производителей мяса, стоимостной объем импорта и располагаемые реальные доходы, которые используются в качестве переменной, характеризующей покупательную способность населения. Для уменьшения вероятности получения ложных зависимостей при построении регрессионной модели были исследованы стохастические свойства используемых временных рядов. Стационарность рядов была проверена на основе расширенного теста Дикки-Фуллера, а для установления наличия коинтеграции – тест Йохансена. Все ряды были приведены к стационарному виду. Оценка месячных данных предложенных переменных (в %) была проведена на основе метода наименьших квадратов (МНК). Для оценки использовался прикладной пакет Eviews.

Проведенные автором исследования показали, что: 1) при обесценении национальной валюты на 1% объемы производства мясной продукции при прочих равных условиях увеличиваются на 0,96%; 2) при увеличении объемов импорта на 1% объемы производства мясной продукции увеличивается на 0,61% при прочих равных условиях, что связано с использованием импортной продукции в качестве промежуточного продукта при производстве отечественной мясной продукции. Автором статьи установлено, что в период с I кв. 2001 г. по I кв. 2004 года: 1) при снижении реального эффективного валютного курса на 1% импорт мяса и пищевых мясных субпродуктов в стоимостном выражении уменьшается на 7% при прочих равных условиях; 2) при снижении реального эффективного валютного курса на 1% импорт мяса крупного рогатого скота в стоимостном выражении уменьшается на 6,1% при прочих равных условиях. Приведенные результаты позволяют сделать вывод о том, что в постдевальвационный период наблюдалось значимое влияние обменного курса рубля на производство мясной продукции и импорт мяса и пищевых мясных субпродуктов, отмечался рост производства мясной продукции на фоне сокращения импорта

мяса и пищевых мясных субпродуктов. Эти факты указывают на процесс импортозамещения на отечественном рынке мясной продукции.

Рост агропромышленных хозяйств в России в сочетании с повышением доходов населения, ростом потребительского спроса и государственной поддержки способствовали увеличению производства мясной продукции в стране за последние годы. В 2013 году в стране достигнут уровень самообеспеченности по мясу птицу, а по свинине этот показатель составляет 80%. В то же время, несмотря на достигнутые значительные успехи, Россия по-прежнему остается крупным импортером мяса в мире и занимает 3 место по импорту мясной продукции. В 2014 г. в мировом производстве мяса на долю России приходилось всего 2,75%, доля Китая составляла 27,80%, США – 13,62%, Бразилии – 8,24%¹. Доля российской мясной продукции в мировом экспорте мяса в 2014 году составляла всего лишь 0,12%².

Основными факторами, сдерживающими как развитие мясной отечественной отрасли, так и выход отечественных производителей на мировые рынки сбыта, являются: низкий уровень рентабельности отраслей животноводства, высокая себестоимость российской продукции, долгий период окупаемости инвестиций, низкий уровень развития обслуживающих отраслей, диспаритет цен на продукцию сельского хозяйства и промышленности, высокий уровень зависимости от импорта племенного скота для разведения и т.д. Сосредоточение мясообработывающих предприятий в основном, в Центральном федеральном округе, увеличивает расходы предприятий по доставке продукции в другие регионы России и зависимость мясной отрасли от развития основных производителей мясной продукции.

Политика импортозамещения является важной составляющей частью экономической стратегии развивающихся стран и направлена на стимулирование экономического роста, повышение конкурентоспособности национальной продукции и защиту отечественного производителя. Стратегия импортозамещения предполагает развитие не только отраслей экономики, в которых проходит процесс импортозамещения, но и обслуживающих секторов, товары и услуги которых

¹ Food Outlook Biannual report on global food markets. October 2014. Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2014, 111 pages.

² Там же.

необходимы для импортозамещения. Необходимыми условиями импортозамещения являются наличие достаточных инвестиций, производственных и природных ресурсов, а также проведение государством протекционистской политики.

Импортозамещение на российском рынке мясной продукции отмечалось после девальвации 1998 г. За счет импортозамещения было остановлено резкое падение численности скота и птицы, а производство скота и птицы и рентабельность животноводства показали рост. На внутреннем рынке наблюдалось замещение импортной продукции отечественной продукцией и сокращение доли импорта мясной продукции в общем объеме внутреннего потребления.

Литература:

1. *Кадочников П.А.* Анализ импортозамещения в России после кризиса 1998 года. Москва: ИЭПП, 2006. 148 с.

2. *Киреев А.П.* Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства: Учебник. Часть 1. М.: Междунар. отношения, 1997. 416 с.

3. Ahmad J. Import Substitution – a survey of policy issues. *The Developing Economies*, 1978, v. 16 (4), pp. 355–372.

4. Bruton H. Import substitution. *Handbook of Development Economics*, 1989. vol. 2, chapter 30, pp. 1602–1644.

5. Food Outlook Biannual report on global food markets. October 2014. Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2014, 111 pages.

6. Mattson J., Wachenheim Ch., Koo W., Petry T. Canadian Exports of Livestock and Meat to the United States. *Agribusiness & Applied Economics Report*, 2001, no. 459, 34 pages.

7. Taylor L. Scheduling import substitution in a two-gap development model. *Economic Development Report*, 1967, no 58, 17 pages.

8. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 15.02.2014).

ПРАКТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

*Григорьева А.С., студентка
Ростовского государственного
экономического университета (РИНХ)
Научный руководитель:
д.э.н., профессор Р.В. Шеховцов*

Аннотация: В данной статье рассмотрена проблема реализации политики импортозамещения в Ростовской области как часть плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году, утвержденного распоряжением Правительства России от 27.01.2015 № 98-р, реализуемая в пределах региона. Проанализированы состояние отраслей и реализация инвестиционных проектов, представленных Ростовской областью, а также инструменты государственной промышленной политики, обеспечивающих реализацию импортозамещающих проектов. Выдвинуты предложения по оптимизации политики импортозамещения.

Ключевые слова: импортозамещение, промышленность, промышленная политика, технологический цикл.

Annotation: This article contemplates the problem of import substitution in the Rostov region policy implementing as part of a priority measures plan to ensure the sustainable economic development and social stability in 2015, approved by the Decree of the Government of Russia from 27.01.2015 № 98-p, implemented within the region. The state of the industry and the implementation of investment projects submitted by the Rostov region, as well as tools of state industrial policy to ensure the implementation of import substitution projects were analyzed. The import substitution policy optimization proposals have been suggested.

Keywords: import substitution, industrial, industrial policy, technological cycle.

Под термином «импортозамещение» часто понимают государственную политику, проводившуюся рядом развивающихся стран в прошлом веке с целью быстрого развития определенных отраслей национальной экономики. Государство устанавливало льготные налоговые и иные экономические режимы функционирования для таких отраслей, щедро софинансировало их развитие, проводило жесткую протекционистскую политику. Финансовыми источниками такой политики выступали займы за рубежом, большие пошлины на импортные

аналоги, а также высокие налоги и сборы, получаемые от всех прочих секторов экономики.

Подобная политика чаще всего заканчивалась плачевно: стимулируемым отраслям обычно так и не удавалось вывести импортозамещающие аналоги на устойчиво конкурентный уровень с продукцией зарубежного производства, а обескровленные высокими налогами сильные, ориентированные на экспорт сектора экономики начинали терять свою конкурентоспособность. Одновременно рос внешний и внутренний долг, что, в конечном счете, приводило к тяжелейшим экономическим кризисам.

Импортозамещение – это, прежде всего экономический процесс желательного или нежелательного вытеснения импортных товаров с отечественного рынка, а уже затем государственная политика, обеспечивающая желаемое течение данного процесса.

Необходимо понимать, что перед Россией не стоит задача замещения всего теоретически возможного к вытеснению импорта, так возможность сравнения качества российских и зарубежных товаров является важнейшим двигателем роста. Тем не менее, на данном этапе развития экономики России импортозамещение необходимо. Главное – рассматривать его как процесс, начинающийся с отраслей конечного внутреннего и внешнего спроса и постепенно захватывающий остальные звенья технологических цепочек вплоть до уникального оборудования.

Рассмотрим существующую практику импортозамещения в таком субъекте Российской Федерации как Ростовская область.

В целях систематизации работы по реализации политики импортозамещения в Ростовской области 25.09.2014 утвержден План мероприятий («дорожная карта») «Поддержка предприятий Ростовской области, производящих импортозамещающую продукцию». «Дорожная карта» включает в себя 4 блока мероприятий:

- организационные мероприятия – мониторинг структуры импорта, определение наиболее востребованных товаров, анализ производственных мощностей и ресурсов;

- повышение конкурентоспособности товаров и услуг предприятий области – организация научно-технических и общественных советов, содействие участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях, реализация концепции кластерного развития;
- меры финансовой поддержки – стимулирующие меры финансового характера, оказываемые министерством сельского хозяйства и продовольствия, департаментом инвестиций и предпринимательства Ростовской области.
- информационное обеспечение мероприятий – освещение деятельности областных органов власти по реализации политики импортозамещения в регионе.

Реализация политики импортозамещения в Ростовской области рассматривается как часть плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году, утвержденного распоряжением Правительства России от 27.01.2015 №98-р, реализуемая в пределах региона.

В марте 2015 года Правительством Ростовской области начата работа по разработке планов содействия импортозамещению в регионе, а также региональной программы развития импортозамещения. В целях разработки мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности организаций, действующих на территории Ростовской области, на мировом рынке в условиях членства России в ВТО, а также повышение экспортного потенциала и содействие импортозамещению в Ростовской области, создана межведомственная рабочая группа по повышению международной конкурентоспособности экономики Ростовской области.

Проведение стратегии импортозамещения на региональном уровне актуально в отношении следующих отраслей экономики Ростовской области: пищевая и перерабатывающая промышленность, промышленность строительных материалов, оборонная промышленность, машиностроение, легкая промышленность.

Специализированные мероприятия, направленные на содействие предприятиям АПК Ростовской области, производящим импортозамещающую продукцию, включены в утвержденный 02.09.2014 «Комплекс мер для обеспечения продовольственной безопасности на территории Ростовской области». В регионе создана рабочая группа, разработаны план мероприятий и дорожная карта «Поддержка предприятий

АПК Ростовской области, производящих импортозамещающую продукцию»

Поддержка сельхозтоваропроизводителей и предприятий пищевой индустрии предусмотрена как в федеральном, так и областном бюджетах:

- на федеральном уровне приняты решения о финансировании в полном объеме всех заявок по инвестиционным кредитам, увеличен размер возмещения до 10,5 % процентной ставки;
- увеличен до 14,6% размер ставки субсидирования коротких кредитов, в том числе на закупку сельскохозяйственного сырья предприятиями переработки;
- в 2015 году началось субсидирование нового направления – гранты сельскохозяйственным потребительским кооперативам на развитие их материально-технической базы;
- продолжается поддержка грантами начинающих фермеров и семейных ферм, за три года участниками программы стали 139 фермерских хозяйств и 32 семейные фермы.

По итогам 2014 года в агропромышленный комплекс региона привлечено инвестиций в размере 17,0 млрд рублей. Министерством сельского хозяйства и продовольствия Ростовской области осуществлялось сопровождение реализации 26 инвестиционных проектов, находящихся в стадии строительства, проектирования, и привлечение инвестиций, общий размер которых составил 120,0 млрд рублей. Из вышеуказанных инвестиционных проектов 22 направлены на производство импортозамещающей продукции (объем инвестиций 95 млрд рублей).

В сфере промышленности в Ростовской области оказывается содействие ведущим промышленным предприятиям области в реализации инвестиционных проектов, направленных на создание и развитие импортозамещающих производств. В первую очередь это касается стратегически важных отраслей – машиностроения, металлургии, а также легкой и химической промышленности. По состоянию на 01.01.2015 на сопровождении в Минпромэнерго Ростовской области находятся 22 инвестиционных проекта промышленных предприятий, производящих импортозамещающую продукцию. В настоящее время Минпромэнерго Ростовской области проводится активная работа со структурными подразделениями Минпромторга России по активному привлечению предприятий области к ресурсам фонда развития промышленности.

Внедрению импортозамещающих технологий способствует реализация новых инвестиционных проектов, большая часть из которых входит в перечень 100 приоритетных инвестиционных проектов (в том числе «Донэлектросталь», ЗАО «Электро СИ» «Азов, ООО «ЗаводТермоПласт», ООО «Вотерфолл Про» и др.)

Значительна импортозамещающая составляющая у ряда проектов промышленных кластеров, реализуемых на территории Ростовской области:

- азовский кластер машиностроительных технологий;
- вертолетостроительный кластер;
- кластер легкой промышленности по производству высокотехнологичных тканей из синтетических волокон.

Ряд проектов реализуется совместно с федеральными органами исполнительной власти и корпорациями федерального уровня (ОАО «СП «Донпрессмаш», ООО «Каменский завод транспортного машиностроения», ОАО «Прибой»). Большинство проектов включены Минпромторгом России в число возможных получателей поддержки.

В рамках реализации 2-го этапа первоочередных мер поддержки процессов импортозамещения в регионе должно стать создание Центра субконтрактации, промышленной кооперации и аутсорсинга при поддержке и участии Правительства Ростовской области. Целью работы Центра является создание региональной инфраструктуры поддержки и развития производственно-технологической, межотраслевой и межтерриториальной кооперации и субконтрактации малого, среднего и крупного бизнеса, для производства конкурентоспособной продукции, в том числе импортозамещающей и экспортоориентированной.

Во исполнение Распоряжения Правительства РФ от 27.01.2015 №98-р будет разработан и утвержден ряд дополнительных мероприятий отраслевой поддержки. Актуальными из этих мероприятий для области являются меры поддержки, связанные с развитием предприятий сельхозмашиностроения (выделение дополнительных средств на субсидирование скидки на сельхозтехнику, осуществление имущественного взноса в уставной капитал «Росагролизинг» для реализации программы льготного лизинга и поддержки экспорта), оборонно-промышленного комплекса (предоставление субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам на «оборотку», компенсация расходов, связанных с изменением валютных курсов и др.) и других

отраслей промышленности (увеличение объема государственных гарантий).

Ниже приведены аналитические материалы о состоянии отраслей и реализации инвестиционных проектов, представленных Ростовской областью.

В марте 2013 года Правительством Ростовской области, менеджментом ООО «Группа МТЕ» и КОВОСВИТ МАС (Чехия) при поддержке Министра промышленности торговли России Д.В. Мантурова был подписан пакет соглашений о создании Регионального кластера машиностроительных технологий в Ростовской области на базе совместного предприятия ООО «МТЕ КОВОСВИТ МАС». Общий объем инвестиций по проекту планируется на уровне 3,8 млрд рублей. Объем освоенных инвестиций за весь период реализации проекта составил около 900 млн рублей. В 2015 году планируется освоить более 400 млн рублей. В рамках первого этапа формирования производственных мощностей предприятия создано сборочное термokonстантное производство, которое на сегодня является одним из лучших в отрасли, организована полноценная сборка 6 моделей импортозамещающих токарных станков и обрабатывающих центров. Ведется планомерная работа по повышению локализации производства. Совместно с предприятием ООО НПП «Мехатроника» г. Иваново реализуется проект по разработке и внедрению российской системы ЧПУ для станков МТЕ КОВОСВИТ МАС. В мае 2015г. планируется презентация нового станка на выставке в Москве. В 4-ом квартале 2015г. планируется начать производство кожухов станков и выпуск мелких деталей. В рамках реализации проекта предполагается создание 300 высококвалифицированных рабочих мест. Уровень локализации производства к 2018 году превысит 90%, плановый объем производства после выхода на проектную мощность составляет не менее 340 станков в год.

Компания «БТК групп» за год с небольшим впервые в Ростовской области создала в г. Шахты комплекс по выпуску продукции легкой промышленности, который функционирует на основе полного технологического цикла производства – от изготовления тканей до готовой продукции – швейных изделий. Создание предприятий высокого технологического уровня обеспечит формирование высокоэффективного кластера, производящего продукцию с высокой степенью добавленной стоимости для всей России и на экспорт. Созданные производственные

мощности, запущенные в марте 2015 года, позволят локализовать в России производство высокотехнологичных тканей из синтетических волокон. Эти ткани по качественным характеристикам составят достойную конкуренцию, а по некоторым параметрам и превзойдут мировые аналоги и позволят не только на 100% удовлетворить потребности Минобороны, но и обеспечить спрос российских компаний в ряде стратегических отраслей экономики: авиа-, автомобиле- и транспортном машиностроении. В ближайшей перспективе планируется реализация инвестиционных проектов по организации производства утеплителя, фурнитуры и красителей.

В настоящее время на территории Ростовской области продолжается работа по созданию вертолетостроительного кластера. В состав кластера войдут: летно-испытательный комплекс, сборочное производство вертолетов типа Ми-28, Ми-35 и Ми-26, сборочное производство среднего вертолета, центр компетенции по производству композитных лопастей и других изделий из композитных материалов, центр поддержки эксплуатации вертолетной техники Министерства обороны РФ в Южном военном округе и филиал вертолетной академии для обучения и переобучения специалистов в интересах Министерства обороны РФ и в рамках военно-технического сотрудничества. Срок реализации – 2014–2020 гг.

В отрасли железнодорожного машиностроения, благодаря своевременным и слаженным действиям Минпромторга России продолжается развитие производства на Новочеркасском электровозостроительном заводе. В рамках выполнения программы импортозамещения ООО «ПК «НЭВЗ» в 2014 году приступил к реализации новых комплексных инвестиционных проектов, в том числе «Организация производства генераторов для тепловозов производства предприятий ЗАО «Трансмашхолдинг» (01.12.2014 проект включен в перечень комплексных инвестиционных проектов Минпромторга РФ). Освоение на базе ООО «ПК «НЭВЗ» производства генераторов переменного тока для тепловозов имеет большое значение для обеспечения экономической безопасности в сфере железнодорожного транспорта, так как позволит отказаться от закупки генераторов производства ГП «Электротяжмаш» (г. Харьков, Украина). Стоимость проекта – 628,6 млн руб., размер собственных средств 378,6 млн руб., размер заемных средств 250,0 млн руб. Срок ввода в эксплуатацию – июнь 2015г. Кроме того в

октябре 2014г. начат промышленный выпуск грузового электровоза переменного тока с асинхронными тяговыми двигателями 2ЭС5 «Скиф». Первый в России грузовой электровоз пятого поколения с асинхронными тяговыми двигателями 2ЭС5 «Скиф» поступил на Восточно-Сибирскую железную дорогу для испытаний в работе на Байкало-Амурской магистрали. Всего планируется поставить туда 220 машин, которые способны перевозить составы весом более 7,0 тысяч тонн.

В сфере машиностроения для энергетики по заказу ОАО «Газпром» в ОАО «Атоммашэкспорт» было развернуто производство импортозамещающей осесимметричной арматуры для магистральных газопроводов. ОАО «Атоммашэкспорт» является фактически единственным в России изготовителем конкурентоспособной осесимметричной арматуры для газовой отрасли. Основным поставщиком этой арматуры до последнего времени являлась голландская фирма «Моквелд». В настоящее время ОАО «Атоммашэкспорт» обеспечивает около 50% годовой потребности РФ в обратной осесимметричной арматуре. В секторе осесимметричной регулирующей арматуры (в т.ч. антипомпажной) Атоммашэкспорт завершил опытно-конструкторские работы по регулируемому клапану и пневмоприводу к нему, изготовил первую промышленную партию и ведёт подготовку к серийному производству. Текущая потребность отрасли в антипомпажных регуляторах на 100% удовлетворяется за счёт закупок у «Моквелд Вэлвз» Голландия. В данной связи планируется на базе промышленного потенциала Ростовской области в течение 1,5–2 лет добиться 100% импортозамещения высокотехнологичной обратной и регулирующей (в т.ч. антипомпажной) трубопроводной арматуры для газового комплекса РФ. Кроме того, прорабатывается вопрос подписания дорожной карты по развитию кластера поставщиков высокотехнологичной импортозамещающей продукции предприятий Ростовской области в интересах ОАО «Газпром» (Атоммашэкспорт, Красный котельщик, Эс-корт, ВЗМЭО, Турбулентность-Дон).

ООО «КЗ «Ростсельмаш» завершается подготовка для серийного производства нового комбайна «РСМ-161» (прошел испытания), который будет соответствовать самым современным мировым стандартам по техническому уровню, экологическим и эргономическим требованиям, налажен выпуск импортозамещающей снегоуборочной машины

«Snegir». Также в 2015 году планируется начать выпуск тракторов «VERSATILE» с локализацией производства на мощностях «Ростсельмаш», включая сборку, сварку, окраску.

Подводя итог вышесказанному, отметим, что современное состояние процессов импортозамещения характеризуется совокупностью как возможностей, так и ограничений. Существенным ограничением для реализации импортозамещения является сильная зависимость от импортного оборудования, которую невозможно преодолеть быстро. Это означает, что эффект импортозамещения в краткосрочной перспективе жестко ограничен имеющимися незагруженными мощностями, а в долгосрочной необходима скоординированная промышленная политика, обеспечивающая создание новых производств, научно-технологическое развитие и кадровое обеспечение.

Институциональная среда для осуществления импортозамещения в целом сформирована, однако существует ряд пробелов терминологического характера (понятие импортозамещающей продукции и т.д.), а само импортозамещение не получило пока официального признания в качестве национального приоритета. Необходимо признать реализацию импортозамещающих проектов приоритетным направлением в деятельности всех государственных институтов развития и органов власти.

Из совокупности возможных инструментов государственной промышленной политики, обеспечивающих реализацию импортозамещающих проектов, наибольшего внимания требуют меры налогового стимулирования промышленности, на сегодняшний день используемые крайне слабо. Необходимо разработать систему налогового стимулирования импортозамещения и промышленного развития в целом, уделить внимание применению механизмов ускоренной амортизации, предусмотреть ряд других изменений налогового законодательства и законодательства о страховых взносах в целях сокращения нагрузки на фонд оплаты труда.

В сфере государственных закупок необходимо обеспечить развитие уже начатого процесса стимулирования спроса, распространив действия положений о приоритетности национальной продукции на закупки государственных учреждений и компаний с государственным участием.

В области таможенно-тарифного регулирования необходима активизация работы в рамках Таможенного союза в направлении установления заградительных пошлин и включения положений об особенностях определения статуса и страны происхождения товаров.

В области стандартизации и сертификации необходимо скорейшее принятие федерального закона «О стандартизации».

Необходимы более активные действия по обеспечению доступного финансирования для промышленности, в том числе требуется расширение применения лизинговых схем на лизинг промышленного оборудования. Требуется интенсификация деятельности российских институтов развития, степень вовлечения которых в обеспечение реализации проектов по созданию новых импортозамещающих промышленных мощностей явно недостаточна.

В настоящее время процесс импортозамещения в своем развитии переходит от стадии выбора потенциальных проектов к их реализации – в отраслевых планах федерального уровня, в региональных планах и программах. Масштабы импортозамещения будут зависеть в том числе от объемов поддержки из средств федерального бюджета. С учетом того, что изменения в закон о бюджете уже были приняты, необходимо на государственном уровне поддержать предложенные приоритеты импортозамещения, а также консолидировать усилия федерального и регионального уровней в реализации проектов, признанных приоритетными, принять ряд мер регуляторно-управленческого характера, привлечь общественные организации и бизнес к реализации импортозамещающих проектов и инициатив.

Литература:

1. Министерство экономического развития Российской Федерации <http://www.economy.gov.ru>
2. Пресс-центр ОАО «РЖД» <http://press.rzd.ru>
3. Электронный журнал «Аккредитация в образовании» <http://www.akvobr.ru>
4. Официальный портал Правительства Ростовской области <http://donland.ru>

РОЛЬ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ФОРМИРОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ ПРОДУКЦИИ

***Беломестнов И.В.
Восточно-Сибирский государственный
университет технологий
и управления, Улан-Удэ***

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы модернизации экономики и импортозамещения в Республике Бурятия. Раскрыты приоритетные направления развития продовольственного рынка, рынка товаров легкой промышленности и строительных материалов. Показана роль малых инновационных предприятий в формировании региональных экономических кластеров. Выявлены перспективы формирования биофармацевтического и авиационного инновационных кластеров.

Ключевые слова: модернизация, импортозамещение, кластер, интеллектуальный потенциал, малое инновационное предприятие

Abstract: The article deals with the problems of modernization of economy and import substitution in the Republic of Buryatia. Revealed priorities for the development of the food market, the market of light industry goods and building materials. The role of small innovative enterprises in the formation of regional economic clusters. Identified prospects of forming biopharmaceutical and aviation innovation clusters.

Keywords: modernization, import substitution, cluster, intellectual potential, small innovative enterprise

На данный момент практически все рынки Республики Бурятия, среди которых рынок бытовой техники, продовольственных и потребительских товаров, промышленного оборудования, сырья и материалов, а также народно-хозяйственный комплекс республики в целом, находятся под сильной зависимостью от поставок ресурсов из других регионов страны и других стран. В рамках сложившейся политической и экономической ситуации актуализируются вопросы по поставкам ряда товаров потребительского рынка, производственного оборудования, комплектующих изделий и запасных частей для некоторых отраслей, что, в свою очередь, приводит к необходимости диверсификации зарубежных поставок, а также поиска решения по размещению заказов как внутри региона, так и внутри страны.

Республика Бурятия не меньше других регионов нашей страны нуждается в технологическом прорыве. Большая часть отраслей реального сектора экономики показывает достаточно низкий уровень производительности труда, и, как следствие, требует технической и технологической модернизации.

В Бурятии, на данный момент, реализуется система мероприятий, направленных на импортозамещение и технологическую модернизацию. Специальная «дорожная карта» с целью увеличения выпуска импортозамещающей продукции на территории Республики Бурятия на базе действующих и формировании новых производств была разработана Правительством Республики Бурятия. Вследствие этого, Бурятия в перспективе может понизить зависимость от поставок импортного продовольствия.

Республиканское Правительство готово оказать поддержку тем проектам, которые направлены на импортозамещение, однако в результате финансовой турбулентности не смогли найти финансирование. Важнейшей мерой формирования внутреннего спроса будет служить максимальный объем потребления производимых в регионе товаров населением и различными субъектами данного региона. Этот факт поможет сформировать новые ниши и предложения на рынке и сегментировать его, что в конечном итоге приведет к росту стабильности предприятий¹.

На основании анализа структуры импорта и ввозимой продукции, Правительство Республики Бурятия приняло План мероприятий по увеличению выпуска импортозамещающей продукции в Республике Бурятия. Важную роль в этом плане играют мероприятия по повышению уровня самообеспеченности Бурятии сельскохозяйственной продукцией.

На данный момент Бурятия способна обеспечить себя рыбой на 46%, мясом на 51%, молоком на 68%, овощами на 80%, яйцом на 36%. Недостаток продовольствия ввозится в Бурятию как из других регионов России, так и из других стран. В вышеуказанный план на сегодняшний день включено 18 инвестиционных проектов, которые

¹ Доклад министра экономики Республики Бурятия Думновой Т.Г. на Комиссии по устойчивому развитию экономики и социальной стабилизации.09.02.2015 [Электронный ресурс] / Режим доступа: // http://www.economy.govrb.ru/minister/speeches.php?ELEMENT_ID=9725, свободный.

направлены на рост производства продукции рыбоводства, животноводства, овощеводства. В процессе реализации данных проектов планируется привлечение 9 млрд рублей инвестиций из разных источников, а также создать около 1,8 тыс. рабочих мест.

На уровень самодостаточности Бурятии в скором времени поможет выйти создание больших индустриальных продовольственных комплексов в сфере свиноводства, птицеводства, производства говядины, а также ряда других продуктов. Это также может позволить обеспечить продукцией не только нашу республику, но и другие регионы. Хорошие перспективы также имеет развитие сотрудничества с Монголией в рамках создания макрокластера по производству мясопродуктов.

На сегодняшний день в республике имеется позитивный опыт данной деятельности. Так, модернизация молочного производства, прошедшая в последние годы, ощутимо понизила зависимость Бурятии от ввоза продукции из других регионов.

Также, исходя из биоэкологических особенностей региона, в Бурятии разрабатываются мероприятия по развитию рыбоводства. Важность этой отрасли нельзя переоценить в рамках работы по сохранению биосферы озера Байкал. Однако решение этого вопроса требует включения его в федеральные программы.

Расширение производства картофеля и другой овощной продукции также служит важнейшей перспективой региона. Успешному развитию рынка продовольствия способствуют вертикальные производственно-торговые структуры, которые сложились в ряде торговых сетей и, тем самым, обеспечивают продвижение местной продукции.

Таким образом, Республика Бурятия за последние годы накопила достаточно большой опыт эффективной модернизации производства. Наиболее ярким примером является модернизация производства Улан-Удэнского авиационного завода и последующий выпуск усовершенствованной модели вертолета Ми171А2. В средне- и долгосрочной перспективе предприятие планирует выпуск высокоскоростного и малого вертолета.

В рамках импортозамещения предполагается развитие кооперационных поставок между предприятиями машиностроительного комплекса.

Внедрение эффективных методов организации производства и другие механизмы инновационного развития способствовали росту производительности труда и выпуска продукции на Улан-Удэнском локомотивовагоноремонтном заводе и Улан-Удэнском Производственном Приборостроительном Объединении.

В Республике Бурятия также создается биофармацевтический кластер. Формирование данного кластера происходит на основе научных исследований и запатентованных разработок ученых БНЦ и ВСГУТУ.

Разрабатываемые лекарственные препараты основаны как на традиционной, так и на восточной медицине и позволяют обеспечить развитие сектора оздоровительного туризма в рамках туристического кластера. Новые для республики производства лекарственной и косметической продукции на основе коллагена позволят решить проблему утилизации отходов животноводства, тем самым снизив нагрузку на экологию региона.

Процессы модернизации и инновационного развития ведутся также в производстве строительных материалов, сфере услуг, туризме и других отраслях региона.

В итоге мы можем сделать вывод о том, что Республика Бурятия обладает на данный момент высоким промышленным и инновационным потенциалом, а также имеет хорошие перспективы в процессе обеспечения продовольственной и экономической безопасности региона, а также в замещении импорта.

Усиление конкурентоспособности Бурятии, а также развитие кооперационных связей среди регионов России в рамках обеспечения должного социально-экономического развития республики, должно служить одной из целей государственной политики Республики Бурятия.

Необходимо проводить работу в следующих направлениях:

- коммерциализация результатов фундаментальных и прикладных научных исследований, которые осуществляются различными научными и образовательными организациями региона. Данная деятельность позволит обеспечить создание отечественного продукта. Для реализации этой цели необходимо создать и развивать республиканский венчурный фонд в формате частно-государственного партнерства;

- увеличение объема производства той продукции, которая основана на использовании территориальных преференций региона. В рамках этого процесса подразумевается продолжение развития минерально-сырьевого, аграрно-пищевого, ресурсно-лесного, туристско-рекреационного кластера, а также кластера социальных услуг. Для этой цели необходимо скорректировать программу социально-экономического развития Республики Бурятия и выделить в ней приоритеты среди продукции, а также мероприятия по ее производству и продвижению;
- создание реестра продуктовых брендов Бурятии, которые охватывали бы товары и услуги, производящиеся во всех секторах экономики, (производство и переработка продукции питания, оказание социальных, медицинских, туристических услуг и др.). Для реализации этой цели необходимо разработать программу по выявлению и стимулированию высококачественной продукции;
- проведение технологического аудита потребностей в инновационном развитии предприятий всех отраслей экономики, С этой целью должны быть проведены исследования и сформированы программы инновационного развития экономического потенциала региона по секторам и отраслям экономики;
- модернизацию промышленных предприятий, и, прежде всего, машиностроительного комплекса, обеспечивающего производство конкурентоспособной на мировом рынке продукции. С этой целью должна быть возобновлена и расширена практика заключения договоров стратегического партнерства между государством и бизнесом;
- формирование высокого уровня интеллектуального потенциала региона через систему преактивной подготовки высококвалифицированных работников и разработки, а также трансфера, интеллектуальных активов производства. С этой целью необходимо создание Центров (проектных групп) по развитию интеллектуального (научно-образовательного) потенциала в региональных экономических кластерах.

Автор считает, что наиболее полно интеллектуальный потенциал региона проявляется в перспективных организационных формах хозяйствования, к которым в первую очередь относятся инновационные кластеры.

Кластеры являются наиболее адекватными образованиями мезо-экономики для формирования и реализации интеллектуального потенциала, так как они включают в себя всю цепочку формирования нового знания – от фундаментальной научной идеи до практической реализации и эксплуатации. Тесная корреляция кластера с интеллектуальным потенциалом региональных экономических кластеров несомненна.

Известный американский ученый М. Портер ввел понятие «кластер». Он считает, что «кластер, или промышленная группа, – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющие друг друга»¹. На базе кластеров Портер выдвинул теорию национальной, государственной и местной конкурентоспособности. Таким образом, М. Портер называет кластером некоторые горизонтальные (общие клиенты, технологии, посредники и т.п.) или вертикальные (покупатель – поставщик) кооперационные связи. Рамки создания кластера, по его мнению, ограничиваются критерием величины экспорта. Он предположил, что конкурентоспособность региона необходимо рассматривать посредством анализа конкурентоспособности не единичных хозяйствующих субъектов, а кластеров, т.е. объединений предприятий различных отраслей. Однако важное значение принимает способность эффективного использования внутренних ресурсов этими кластерами. В итоге мы можем сделать вывод о том, что кластер – это некое ассоциативное сообщество фирм из отраслей, которые тесно связаны между собой, и взаимно способствуют росту конкурентоспособности друг друга.

Региональный экономический кластер – это совокупность предприятий и организаций, объединенных единой стратегией и целью в рамках программы социально-экономического развития региона и формирующая для этого совокупный интеллектуальный потенциал.

¹ Портер М. Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993.

Объединение интеллектуального потенциала основных, обеспечивающих, вспомогательных и обслуживающих предприятий, а также государства, позволяет сформировать совокупный потенциал кластера и наиболее эффективным образом его использовать и наращивать. Именно концентрация разных организаций и предприятий позволяет получить синергетический эффект развития интеллектуального потенциала кластера, а также эффективность и целенаправленность использования интеллектуальных ресурсов.

Процесс внедрения инноваций в регионах сталкивается с некоторыми проблемами. Самые значительные из них: сложность переноса и копирования инновационных разработок (излишки конкуренции); большая длительность цикла разработки и внедрения инноваций; малый объем заимствования инноваций из других регионов и обратно; неоформленная подсистема распространения инноваций; не набраны необходимые объемы инноваций, которые смогли бы обеспечить реальный рост экономики; отсутствует необходимый темп инновационного развития, который смог бы обеспечить «прорыв» и др.¹. Проблема межтерриториального и межотраслевого переноса инноваций связана с изменением содержания процессов внедрения инноваций на предприятиях.

По мнению автора в регионах с отсутствием крупных научно-производственных комплексов формирование инновационных кластеров должно происходить на базе малых инновационных предприятиях.

Несмотря на то, что только крупные предприятия могут себе позволить иметь отдельные подразделения, занимающиеся поиском, приобретением и внедрением инноваций в производства, в данный момент практически все предприятия вынуждены внедрять инновации. Именно для этих предприятий необходима инжиниринговая поддержка. Такую поддержку могут обеспечить малые инновационные предприятия.

Малое инновационное предприятие (МИП), согласно закону, это хозяйственное общество, которое специализируется на внедрении результатов интеллектуальной деятельности, исключительные права на

¹ Беломестнов В.Г., Шагинов В.Б., Бахаева О.И. Повышение эффективности инновационной деятельности в регионе – Улан-Удэ: Изд-во БГСХА, 2013. 160 с.

которые принадлежат учредившим их научным учреждениям, в производство¹. Таким образом, МИП – это важнейший инструмент в процессе коммерциализации научных разработок образовательных учреждений и научных центров, процессе реализации интеллектуального потенциала научных сотрудников и студентов ВУЗов.

В целом, необходимо отметить, что на данный момент удельный вес малых инновационных предприятий в формировании ВВП низок, что можно связать с общим состоянием экономики РФ. На данный момент в РФ зарегистрировано 2184 малых инновационных предприятий. Структура деятельности МИПов выглядит следующим образом: сфера информационных технологий (32,5%), специальное приборостроение (21%), машиностроение и металлообработка (19,7%), легкая (10,5%) и пищевая (8,3%) промышленности².

На данный момент в Республике Бурятия осуществляет деятельность 24 малых инновационных предприятий, учредителями которых являются вузы региона, а также Бурятский научный центр СО РАН (таблица 1).

Таблица 1 – Развитие малых инновационных предприятий в Республике Бурятия [6]

	2010	2011	2012 г.	2013	2014
Количество малых инновационных предприятий, ед.	8	13	24	23	24
Количество малых предприятий, получивших господдержку на реализацию инновационных проектов, ед.	12	11	15	17	19
Предоставлено господдержки на реализацию инновационных проектов, тыс. руб.	6000,0	5500,0	13000,0	14400,0	20000,0

¹ Федеральный закон от 02.08.2009 №217-ФЗ (ред. от 29.12.2012) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности».

² Учет и мониторинг малых инновационных предприятий научно-образовательной сферы. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://mip.extech.ru/docs/monitoring.pdf>, свободный.

Среди мероприятий по поддержке МИПов при их создании и начале предпринимательской деятельности можно выделить гранты в размере 500 тыс. руб. в рамках Республиканского конкурса «Лучший проект начинающего предпринимателя». Наряду с этим конкурсом существуют и другие мероприятия: создание зон экономического благоприятствования промышленно – производственного типа; создание промышленного парка в г. Улан-Удэ на площадке бывшего «Авиаремонтного завода»; формирование инновационного территориального кластера «Улан – Удэнский авиационный производственный кластер; формирование Восточно-медицинского биофармацевтического кластера; дальнейшее развитие государственно-частного партнерства в целях повышения инновационной активности.

Малые инновационные предприятия должны стать площадками для развития и реализации интеллектуального потенциала молодых исследователей, в том числе студентов.

Автор считает, что деятельность МИПов должна охватывать все научные школы, сформированные в ВУЗах республики. Интеллектуальный потенциал сотрудников, выраженный в наличии ученых со степенями доктора и кандидата наук, должен найти свою практическую реализацию в форме организации соответствующих МИПов.

В секторе высшего образования научный потенциал сосредоточен прежде всего в государственных университетах и академиях: ВСГУТУ, БГУ, ВСГАКИ, БГСХА. В настоящее время в Республике Бурятия работает более 500 человек с научными степенями. Потенциал научных кадров распределяется по отраслям науки следующим образом:

- естественные науки – более 50% исследователей;
- сельскохозяйственные науки – более 20%;
- гуманитарные науки – 20% исследователей;
- технические и медицинские науки – в совокупности 5% научных специалистов¹.

В связи с этим автор считает, что на базе крупных ВУЗов республики в ближайшее время возможна организация новых высокоэффективных МИПов, входящих в региональные экономические кластеры по производству импортозамещающей продукции.

¹ Федеральная служба государственной статистики по Республике Бурятия [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://burstat.gks.ru>, свободный.

Особая перспектива имеется у агропищевого, биофармацевтического и машиностроительного кластера, где потенциал МИПов достаточно высок и может быть реализован в ближайшее время.

Литература:

1. Беломестнов В.Г., Шагинов В.Б., Бахаева О.И. Повышение эффективности инновационной деятельности в регионе – Улан Удэ: Изд-во БГСХА, 2013.

2. Портер М. Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993.

3. Доклад министра экономики Республики Бурятия Думновой Т.Г. на Комиссии по устойчивому развитию экономики и социальной стабилизации. 09.02.2015 [Электронный ресурс] / Режим доступа: // http://www.economy.govrb.ru/minister/speeches.php?ELEMENT_ID=9725, свободный.

4. Учет и мониторинг малых инновационных предприятий научно-образовательной сферы. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://mip.extech.ru/docs/monitoring.pdf>, свободный.

5. Федеральный закон №217-ФЗ от 02.08.2009 (ред. от 29.12.2012) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности».

6. Федеральная служба государственной статистики по Республике Бурятия [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://burstat.gks.ru>, свободный.

ВАЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

*Кашкарова М.С.
студентка Ростовского государственного
экономического университета (РИНХ),
Ростов-на-Дону*

Аннотация: В статье рассматривается вопрос развития отечественного производства в условиях международных санкций против российской экономики. После введения санкций Западными странами против России, импортозамещение является одной из главных задач для российского правительства. Автор дает рекомендации по повышению конкурентоспособности отечественной продукции.

Ключевые слова: Импортозамещение, инновационное импортозамещение, санкции, внешнеэкономическая деятельность, экономика России, конкурентоспособность

Abstract: The article discusses the development of domestic production in the face of international sanctions against the Russian economy. After the imposition of sanctions by Western countries against Russia, import substitution is one of the main tasks for the Russian government. The author gives recommendations for improving the competitiveness of domestic products.

Key words: Import substitution, innovation substitution, sanctions, foreign economic activity, the economy, competitiveness

В условиях санкций остро встал вопрос развития отечественного производства. В декабре 2013 года резкое падение курса рубля, приведшее к снижению импортных поставок и их удорожанию, стало отправной точкой в обсуждении Правительства РФ вопроса об импортозамещении как стратегии развития страны. Под импортозамещением, в широком смысле, понимается уменьшение или прекращение импорта определенного товара посредством производства, выпуска в стране такого же или аналогичного продукта [n2]. Именно импортозамещение было тем импульсом, который придал ускорение российской экономике после 1998г. и способствовал формированию самовоспроизводящегося механизма экономического роста: рост спроса на товары

внутреннего производства – рост выпуска – увеличение занятости и инвестиций – снова рост спроса и выпуска. Непродолжительного периода активного импортозамещения в 1999–2000 гг. было достаточно для формирования положительного импульса, обеспечившего рост экономической активности в последующие годы. Таким образом, логично полагать, что для начала активного импортозамещения, быстрых и существенных изменений в соотношении импортной и отечественной продукции на внутреннем рынке, необходимо резкое изменение в уровне конкурентоспособности отечественной продукции по сравнению с импортными товарами. Тем не менее, качественные характеристики товаров за достаточно короткий промежуток времени не могут быть значительно изменены. В этой связи импортозамещение, способное дать быстрый и существенный эффект, может основываться на повышении ценовой конкурентоспособности отечественной продукции, чему может способствовать обесценивание национальной валюты (либо введение протекционистских мер таможенной политики). Такая ситуация и сложилась в настоящее время в российской экономике. Решить проблему экономической безопасности государства, которое должно быть застраховано от осложнений внешнеторговых отношений, вызванных любым комплексом причин, в настоящее время можно только частично. Российская экономика достаточно тесно включена в систему международного разделения труда и создание замкнутой экономической системы в данных условиях не представляется возможным в силу ряда причин:

- значительного отставания в уровне используемых технологий производства ряда видов продукции, прежде всего комплектующих и оборудования для машиностроительных производств;
- имеющихся ограничений по численности и квалификационным характеристикам занятых, вызванных демографическими причинами и сложившимися диспропорциями в системе образования;
- отсутствия необходимых научно-исследовательских заделов по ряду значимых направлений;
- реализации ряда проектов по привлечению иностранных инвесторов на принципах промышленной сборки;
- ограничений финансового характера.

Импортозамещение – это процесс который ограничивается производственными и кадровыми возможностями экономики. Политика активного импортозамещения будет наиболее результативной в секторах, обладающих значительным потенциалом новых мощностей, либо там, где сохраняется потенциал незагруженных мощностей. Такими секторами в настоящий момент являются машиностроительные производства, химическое производство, производство резиновых и пластмассовых изделий, производство прочих неметаллических минеральных продуктов, текстильное и швейное производство. Оценка доли импорта в видимом потреблении показывает, что весьма сильная зависимость от импорта существует на внутренних рынках продукции машиностроения, химической и фармацевтической продукции, товаров легкой промышленности, металлических изделий, изделий из резины и пластмасс. Само по себе замещение импорта на внутреннем рынке не может рассматриваться в качестве ключевого источника экономического роста при формировании стратегии долгосрочного развития: даже если снизить зависимость от импорта по этим позициям в два раза (без потерь уровня доходов в экономике), прямой прирост суммарного выпуска по экономике составит не более 3%. Вместе с тем, импортозамещение является необходимым этапом развития экономики, так как, во-первых, позволяет снизить зависимость от импорта, что уменьшает последствия внешнеполитического давления, а, во-вторых, обеспечивает восстановление производственных цепочек в промышленности. Это создаёт новые конкурентные преимущества, связанные с повышением общей эффективности производства, формируется основа для наращивания несырьевого экспорта. В современных российских условиях можно рассмотреть два основных направления импортозамещения, мгновенное и длящееся. Мгновенное импортозамещение связано с загрузкой имеющихся конкурентоспособных мощностей. Эффект от такого импортозамещения может формироваться в краткосрочной перспективе, но требует дополнительных мероприятий по стимулированию внутреннего спроса. Длящееся импортозамещение основано на расширении производственных возможностей экономики. Такое импортозамещение требует наращивание объемов инвестиций в основной капитал, направляемых на цели модернизации производства. Основные эффекты от длящегося импортозамещения могут

формироваться в средне- и долгосрочной перспективе. В части мгновенного импортозамещения важнейшим условием его реализации является ситуация с ценовой конкурентоспособностью импорта на внутреннем российском рынке. В 2014 г. в большей части обрабатывающих производств произошло ускорение темпов роста цен производителей (для товаров, реализуемых на внутреннем рынке). По обрабатывающим производствам в целом прирост цен производителей составил 5.8%, тогда как годом ранее он был равен 2.2%. В других условиях это могло бы привести к падению ценовой конкурентоспособности отечественных товаров по сравнению с импортными, но в течение года происходило существенное ослабление рубля, опережавшее по своей динамике рост внутренних цен. Эффективные индексы ценовой конкурентоспособности импорта (учитывающие динамику как цен производителей, так и курсов валют) для большей части обрабатывающих видов деятельности к концу 2014 г. по отношению к 2013 г. находились в диапазоне 70–75%, т.е. ценовая конкурентоспособность импорта упала примерно на четверть. Немного меньше снизилась ценовая конкурентоспособность импорта в производстве пищевых продуктов и в металлургии. В отличие от большинства соседних стран Россия обладает крупным внутренним рынком, который способен потребить большую часть производимой в стране продукции. Наиболее значимые вводы новых мощностей отмечались в производствах, ориентированных на реализацию инфраструктурных проектов (металлургия, промышленность строительных материалов, машиностроение). В связи с этим, можно сделать вывод, что реализовать потенциал импортозамещения в этих секторах российской экономики можно за счет поддержки крупных программ развития инфраструктуры. Дополнительный импульс расширению программы импортозамещения при этом можно обеспечить через соответствующее регулирование государственных закупок и, что особенно важно, закупок публичных компаний с государственным участием. Для того, чтобы определить возможности импортозамещения в средне- и долгосрочной перспективе, необходимо рассмотреть ситуацию на внутреннем российском рынке и возможности отечественных производителей по наращиванию поставок конкурентоспособной продукции. Например, в 2014 г. объем импорта товаров в Россию составил 286,0 млрд долл. (по данным таможенной статистики), а импорт в целом был равен 23,0% ВВП. В то

же время объем экспорта товаров в 2014 г. достиг 497,1 млрд долл., сохраняется значительное положительное сальдо торгового баланса. Для оценки уровня импортозависимости, а также потенциала импортозамещения необходим анализ текущего состояния и динамики показателей производства, внешней торговли, инвестиций в основной капитал, финансового состояния предприятий в разрезе отдельных видов экономической деятельности. Масштабное импортозамещение невозможно без роста объема инвестиций в основной капитал, либо наличия больших объемов незадействованных конкурентоспособных мощностей. Следует отметить, что потребление практически полностью не зависит от импортной продукции лишь в добывающем секторе ТЭК, производстве кокса и нефтепродуктов, а также в производстве прочих неметаллических минеральных продуктов» (на внутреннем рынке продукции этих видов деятельности доля импорта не превышает 10%). В других добывающих отраслях, металлургии, пищевой промышленности, лесном комплексе, а также в железнодорожном машиностроении доля импорта в течение 2007–2014 гг. находилась в диапазоне 10–20%. Данные рынки не являются импортозависимыми, но импорт может занимать заметную долю в потреблении продукции для отдельных товарных групп. Таким образом, к видам деятельности, потребление продукции которых импортозависимо, условно можно отнести виды деятельности, где доля импорта в потреблении превышает 20%. Здесь следует отметить следующие факты и тенденции:

- в легкой промышленности за последние годы импортозависимость возросла до почти критической;
- критической является зависимость от импорта потребления фармацевтической продукции, где доля импорта в потреблении в течение многих лет находится в границах 64–69%;
- явная тенденция роста импорта в производстве готовых металлических изделий;
- потребление продукции практически всех видов машиностроения в значительной мере зависит от импорта. Таким образом, в заключение можно отметить, что программа импортозамещения и продвижение российских товаров выглядит как многоплановая и многоуровневая задача. В этом смысле она должна включать в себя целый набор мероприятий в нескольких областях:

Законодательная:

- нормативная поддержка приобретения товаров отечественного производства в рамках государственного заказа;
- налоговые и таможенные преференции, способствующие развитию отечественного производства и росту отечественного импорта.

Организационная:

- создание и поддержание коммуникаций между отечественными предприятиями в части приобретения отечественных товаров;
- создание условий для распространения отечественных товаров в торговых сетях;
- организованная государственная поддержка российского экспорта, а также защита внутреннего рынка от импорта зарубежных товаров в рамках действующих правил ВТО.

Имиджевая:

- поддержка роста узнаваемости отечественных товарных знаков и брендов, их популяризация в профессиональной и широкой потребительской среде;
- проведение специальных федеральных и региональных кампаний по брендированию качества отечественных продуктов;
- государственная поддержка, координация и регулирование выставочно-ярморочной деятельности, способствующей продвижению отечественных компаний.

В условиях, сложившихся сегодня, данная программа импортозамещения становится не просто экономическим фактором дальнейшего развития страны, но является уже обязательным условием её дальнейшего существования.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

*Максимов И.О., аспирант
Новосибирского государственного
университета экономики и управления
«НИНХ»*

Аннотация: Для перехода на интенсивный путь развития необходимо качественное изменение экономической модели Новосибирской области. Взаимодействие бизнеса, науки и государства должно выразиться в новой долгосрочной стратегии развития. Автором предложен кластерный подход к реализации транспортно-логистической деятельности в регионе.

Ключевые слова: транспортно-логистический кластер, региональная политика, Новосибирская область.

Abstract: Transition to an intensive way of development requires high-quality change of economic model of the Novosibirsk region. Interaction of business, science and the state has to be expressed in new long-term strategy of development. The author offered cluster approach to realization of transport and logistics activity in the region.

Keywords: transport and logistic cluster, regional policy, Novosibirsk region.

В XXI веке конкурентоспособность страны на мировых рынках зависит от конкурентоспособности входящих в ее состав территорий, поскольку человеческий капитал, материально-техническая база, экономические и административные условия ведения бизнеса сосредоточены именно на региональном уровне. Трансформация экономических систем на мезоуровне под влиянием глобализации повлияла на традиционные представления о способах организации и управления экономическими системами. В связи с этим одной из ключевых задач российской экономической науки на современном этапе является разработка новых подходов к развитию российских регионов.

Цель данной статьи – обоснование применения кластерного подхода к организации региональной политики в области транспорта и логистики в Новосибирской области.

Суть кластерного подхода заключается в рациональном управлении развитием территории с позиций выстраивания на ней максимально высокой активности экономических агентов, спецификации прав собственности, снижения трансакционных издержек и достижения синергетического эффекта. Географическая концентрация независимых компаний и институтов определенной отрасли, объединенных в сеть, является благоприятной средой для размещения филиалов Транснациональных корпораций (ТНК), основных игроков в международной торговле. Для государства (региона) образование кластера выгодно, так как позволяет увеличить внутренний валовой продукт, привлекая в регион прямые иностранные инвестиции (ПИИ) и технологии, обеспечивать связь территорий с отдаленными и глобальными рынками, удовлетворять потребности местного рынка и увеличивать его емкость.

Кластеры представляют собой новый тип самоорганизации экономической системы, в которой существует острая необходимость в России. Исторически сложилось, что кластеры в качестве структур самоорганизации могут появляться спонтанно или в результате индукции. В первом случае это естественный механизм экономического развития с соответствующими критериями повышения экономической эффективности. Второй предполагает системный случай организации инноваций, осуществляющихся при прямом участии и по инициативе государства.

Согласно «Бриллианту конкурентоспособности» М. Портера, в целях достижения высокого уровня производительности экономических агентов в рамках кластера, необходимо наличие устойчивой стратегии, структуры и конкуренции, условий для использования факторов производства, внутреннего спроса, родственных и поддерживающих отраслей. Важнейшим постулатом теории конкуренции М. Портера является утверждение о том, что высокий уровень конкуренции в сложной экономической системе укрепляет ее конкурентные преимущества и является необходимым условием ее развития.

Транспортно-логистические кластеры (ТЛК) являются особым типом региональных кластеров и в силу своего инфраструктурного происхождения представляют базу для формирования деловой активности в регионе, и являются импульсом для развития малого и среднего бизнеса. Концепция ТЛК фокусируется на связях и взаимозависимостях

между акторами цепочки ценностей, возникающих в процессе воспроизводства товаров и услуг, и выходит за рамки обычных горизонтальных сетевых структур, рассматриваемых в отраслевом анализе. Кластерный подход позволяет рассмотреть и дать характеристику отраслей применительно к конкретной территории и ее особенностям. В этом смысле кластерный подход отличается от отраслевого, так как способствует тому, что в большем объеме происходит изучение взаимодополняемости отраслей и возможности их долгосрочного сотрудничества.

Основными участниками интегрированных логистических цепочек, которые составляют неотъемлемую часть глобальной цепочки добавленной стоимости являются структурные единицы корпораций и их контрагенты. Исходя из статистики транснациональных корпораций, стоимость, создаваемая напрямую или косвенно транспортно-логистическими услугами, составляет более 30% от общей стоимости, добавляемой к произведенным товарам.

Одной из основных тенденций в развитии транспортного комплекса в мире в настоящее время является повышение значения интермодальных и мультимодальных перевозок в совокупной структуре перевозок. Интермодальные перевозки выступают фактором, подталкивающим к интеграции нескольких транспортных сетей в более эффективные формы. Интермодальная сеть предусматривает обязательное наличие распределительного центра, который способствует эффективному использованию транспортных грузовых единиц при смене вида транспорта.

Далее, основываясь на международном опыте организации сложных экономических систем, а именно Калифорнийском винном кластере, Шведском кластере лесной продукции, Кембриджском кластере породистых лошадей и универсальной структурной модели экономического кластера предложенной Сиразетдиновым Р.Т. и Бражкиной А.А., сформулируем модель ТЛК для российских регионов.

Ядро кластера составляют акторы транспортно-логистической деятельности: транспортные узлы и грузоперерабатывающие комплексы как уже сформированные, устойчивые связи на микроуровне, предприятия транспорта, операторы мультимодальных и интермодальных перевозок, транспортно-экспедиторские фирмы, грузовые терминалы, склады, базы и предприятия транспортного сервиса. Ядро кластерной

модели находится в постоянной связи с периферийными областями и в совокупности они создают цепочку добавленной стоимости. К связанным отраслям транспорта и логистики относятся строительная и сельскохозяйственная отрасли, оптовая и розничная торговли, производство транспортных средств и предприятия обрабатывающей промышленности. Технологически сопровождение процессов внутри кластера осуществляется поставщиками программного обеспечения, научно-исследовательскими институтами, технопарками, центрами инноваций и т.д. Область специализированных услуг предоставляемых транспортно-логистическому комплексу включает услуги финансовых посредников, страховых, консалтинговых, маркетинговых компаний и т.д. К специализированным ресурсам можно отнести географическое положение территории, магистральную сеть путей сообщения, наделенность факторами производства, деловую практику и локальные условия ведения бизнеса.

Уровень развития транспортно-логистической сферы на территории России в настоящее время является низким из-за длительного периода ее стагнации. По интегральному показателю логистики LPI (Logistics Performance Index) в 2014 году Россия занимает 90 место из 160 стран мира. По качеству торговой и логистической инфраструктуры Россия занимает 77 место, по показателю компетентности и качеству логистических услуг по доставке, экспедированию и таможенному оформлению – 80 место, по показателю эффективности таможенного контроля и управления границами – 133 место. Одним из перспективных вариантов реализации кластерного подхода в стране, с нашей точки зрения, может быть создание транспортно-логистического кластера в Новосибирске, который является административным центром Новосибирской области и Сибирского федерального округа (СФО).

Новосибирск – это крупнейший стратегический транспортный узел Западной Сибири, расположенный на пересечении транспортных магистралей: железнодорожной – Транссибирская магистраль, водной – по реке Обь и автомобильной (направления: Алтай, Кузбасс, север Байкала, Казахстан). В настоящее время Новосибирск находится в центре региона нехарактерного для восточной части страны по плотности заселения, где на территории с радиусом 600–650 км проживает

12–14 млн человек. Транспортное обеспечение этого региона во многом осуществляется инфраструктурой Новосибирской области.

Современное состояние логистического комплекса Новосибирской области не отвечает перспективам развития торговли и перевозок. Совокупный объем складских площадей новосибирского транспортного узла составляет 800 тыс. квадратных метров. Однако более 52% складов и терминалов не соответствует современным техническим требованиям организации взаимодействия различных видов транспорта. Большинство складов Новосибирской области было построено в 1960-е годы, они уже устарели как технически, так и технологически. Объем складских комплексов класса «А» – составляет порядка 380 тыс. квадратных метров, но город серьезно отстает по обеспеченности ими по сравнению с другими крупными транспортными и распределительными центрами. Сегодня в Новосибирской области существует дефицит качественных складских объектов в размере суммарной площади 400–500 тыс. квадратных метров.

Согласно данным Новосибирской таможни в 2014 году внешнеторговый оборот области составил 2,1 млрд долл. США, без учета взаимной торговли с Республикой Казахстан и Республикой Беларусь. Основные торговые партнеры Новосибирской области – это страны СНГ, Китай, Украина, Германия, США и Болгария. Доля стран СНГ во внешнеторговом обороте составляет 29,6%, доля Китая – 27,9%. Доля Китая растет, начиная с 2011 года, как в относительном выражении, так и абсолютных величинах. Экспорт в 2014 году составил 1,1 млрд долл. США, импорт – 970 млн долл. США. Экспорт в Китай составил 90 млн долл. США, импорт из Китая – 499 млн долл. США, что составляет в общей доле 7,9% и 51,5% соответственно. Основная продукция, экспортируемая Новосибирской областью это машины, оборудование и транспортные средства, они составляют 69,2% в структуре экспорта, основное направление – это страны СНГ – 65%. Второй по значимости статьей экспорта являются минеральные продукты (11,7%), продаваемые в страны дальнего зарубежья. Основные статьи импорта Новосибирской области: машины и оборудование – 53,4%, металлы и изделия из них – 15,1%, продукция химической промышленности, топливно-энергетические товары – 12,2%.

Эксперты увеличивают показатели товарооборота с Китаем вдвое, так как значительный объем грузов, следующих по обоим направлениям, проходит процедуры таможенной очистки в российских дальневосточных портах или на пограничных переходах в Забайкальском крае и на Дальнем Востоке и, соответственно, уже не отражается в статистике Новосибирской таможни. Это связано с отсталостью Новосибирской транспортно-логистической инфраструктуры и неспособностью в оперативном режиме удовлетворять потребности экономических агентов.

Среднегодовой темп прироста ПИИ в Новосибирскую область – 31%. С 2005 года накопленные прямые инвестиции в экономике области увеличились в 6,3 раза. На конец 2013 года сумма накопленных ПИИ в Новосибирской области составила 1,1 млрд долл. США. Отток ПИИ из Новосибирска наблюдается только в период кризиса в 2009 году. На конец 2013 года доля накопленных ПИИ в Новосибирской области составляет 10% от всех накопленных инвестиций в СФО, это значительное увеличение по сравнению с 2005 годом, когда данное соотношение составляло 2%.

Учитывая мировой опыт построения ТЛК в регионах с низким потенциалом внутренних капиталовложений, наилучшим вариантом признается применение формы государственно-частного партнерства (ГЧП) для снижения рисков потенциальных инвесторов. Именно ГЧП является надежным способом привлечения иностранных инвестиционных ресурсов в региональные экономики.

Основываясь на международном опыте построения кластеров на принципах ГЧП с привлечением иностранных ТНК и анализе экономических результатов, следует иметь в виду, что только 40% примеров имеют положительный экономический эффект, в остальных случаях наблюдались либо частичные негативные явления, либо экономическая стагнация. Современная экономика знает много примеров, когда в кластере большую и даже ведущую роль играют иностранные компании – можно назвать центры аутсорсинга в Индии, финансовый сектор в Лондоне и Дубае, сборочные производства в Китае и т.д. Большое значение в этой связи имеет активное использование филиалами ТНК технологий, опыта и навыков, сформировавшихся в месте их расположения.

Российские ученые, ссылаясь на Индийский опыт построения кластера «Бангалор», утверждают, что на текущем этапе развития кластерного подхода в России необходимо значительное ограничение государством (регионом) степени и направления поступающих иностранных инвестиций на этапе проектирования и формирования кластеров, создавая своеобразный «инкубатор» для формирования собственной сети компаний. Таким образом, сформированные связи не позволят ТНК занять доминирующее положение в кластере и ограничить его развитие, но конкурентная среда и связи акторов будут благоприятным местом размещения филиалов ТНК.

Основная задача региональной политики развития на среднесрочную и долгосрочную перспективу – создание транспортно-логистического кластера в пригородной зоне Новосибирска, поэтому целесообразно обеспечить с участием иностранных ТНК, развитие трех крупных транспортно-логистических зон: западной, восточной и южной.

В настоящее время наиболее развита инфраструктура Западного направления, к нему можно отнести как уже существующие транспортно-логистические центры, так и строящиеся – интермодальный хаб аэропорта «Толмачево», контейнерный терминал «Клещиха», Промышленно-логистический парк, комплекс складов в Кировском районе. Основным вектором развития сегодня должно быть привлечение новых грузопотоков и экономических агентов, развитие контейнерных перевозок как самого современного способа транспортировки грузов, и повышение мультимодальности процесса перевозки, и информационной обеспеченности.

Развитие Восточного направления транспортно-логистического кластера необходимо для концентрации грузопотоков из Азиатско-Тихоокеанского региона. Сосредоточение в этой зоне современных логистических комплексов позволит с меньшими временными и производственными затратами обеспечивать дальнейшее распределение грузов, прибывших железнодорожным и автомобильным транспортом. Восточная транспортно-логистическая зона требует модернизации железнодорожной станции Иня-Восточная для увеличения ее мощности и пропускной способности.

Учитывая развитие Биотехнопарка в поселке Кольцово, технопарка новосибирского Академгородка, строительство Восточного автодорожного объезда, возникает необходимость формирования Южного направления транспортно-логистического кластера.

Для реализации кластерной политики в Новосибирской области необходимо четкое формулирование этапов формирования кластера. Их можно разделить на три стадии: проектирование и создание условий, реализация кластерной политики и корректировка результатов.

До проектирования и создания условий необходимо формирование понимания необходимости и важности кластера у политических элит, эта подготовка включает:

- утверждение региональной кластерной программы развития Новосибирской области;
- формирование межведомственного координационного органа по проблемам кластерной политики, в состав которого включить представителей федеральных и региональных органов власти, предпринимательских структур, научных и образовательных учреждений.

Этап «1» включает:

- определение четких границ транспортно-логистического кластера;
- упрощение процедуры регистрации компаний и снижение административных барьеров;
- переосмысление механизмов защиты интеллектуальной собственности;
- разработка программы льготного налогообложения;
- разработка проектов и механизмов поддержки совместных (кластерных) проектов на региональном уровне;
- развитие транспортно-логистической, инженерной и телекоммуникационной инфраструктуры;
- внедрение сертификации по международным стандартам качества;
- постановка плановых показателей кластера.

Этап «2» включает:

- стимулирование сотрудничества между участниками кластера (организация конференций, семинаров, рабочих групп, создание специализированных интернет-ресурсов);

- формирование и реализация программ привлечения трудовых ресурсов и создание специализированных программ повышения квалификации;
- развитие технопарков, центров передового опыта, бизнес-инкубаторов и их поддержка;
- стимулирование трансфера технологий в транспортно-логистическую отрасль;
- развитие экспорта транспортных услуг компаний в кластере (например, экспортные консорциумы);
- развитие международных связей кластера;
- создание и реализация программ привлечения прямых иностранных инвестиций в кластер.

Этап «3» включает:

- целенаправленная макроэкономическая корректировка через механизмы рыночной экономики отклоняющихся показателей экономической системы;
- стимулирование к саморегуляции акторов экономической системы;
- привлечение Транснациональных корпораций в кластер;
- создание долгосрочных проектов внутри кластера.

Актуальность построения ТЛК для Новосибирской области объясняется выгодным географическим положением, устоявшейся системой организации деловой активности на фоне расширяющихся процессов глобализации и интернационализации хозяйственной деятельности. Только через увеличение концентрации экономических агентов, повышение потока инвестиций и технологий, оживление конкуренции Новосибирск сможет стать транспортно-логистическим центром международного класса.

По экспертным оценкам, благодаря кластерному подходу, Новосибирск в среднесрочной перспективе сможет до 2 раз увеличить объем обработки грузов, до 1,5 раз количество предоставляемых транспортно-логистических услуг, увеличить транзит и перераспределение грузов и привлечь новые грузопотоки. В настоящее время грузопотоки Азиатского региона идут через Новосибирск в Европейскую часть России, однако процессы очистки, разгрузки и перегруппировки осуществляются в перевалочных пунктах Дальнего Востока и Казахстана.

Секция «Информационно-аналитическое обеспечение устойчивого развития организаций»

УДК 657

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОРЯДКА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В НЕКРЕДИТНЫХ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

*Артамонова К.А., к.э.н., доц.
кафедры «Бухгалтерский учет»
Финансового университета
Григорьев А.С.,
магистр 2 года обучения
Факультета учета и аудита
Финансового университета*

Аннотация: В статье раскрываются перспективы развития порядка бухгалтерского учета основных средств в некредитных финансовых организациях. Особое внимание уделено проекту положения (отраслевому стандарту) Банка России «О порядке бухгалтерского учета основных средств... в некредитных финансовых организациях». Авторами исследуются достоинства и недостатки представленной методики, а также изучаются положительные и негативные последствия нововведений.

Ключевые слова: основные средства, учетная политика, международные стандарты финансовой отчетности, российские стандарты бухгалтерского учета, Банк России

Abstract: The article describes the development prospects of the order of accounting of fixed assets in non-credit financial institutions. The authors mention draft regulations (the industry standard), the Bank of Russia «On the procedure of accounting of fixed assets in non-credit financial institutions» The article reveals the advantages and disadvantages of techniques, as well as the positive and negative impacts of innovation.

Key words: fixed assets, the accounting policies, International Financial Reporting Standards, Russian accounting standards, the Central Bank

В настоящее время Банк России разрабатывает проект положения (отраслевой стандарт) «О порядке бухгалтерского учета основных средств, нематериальных активов, инвестиционного имущества, долгосрочных активов, предназначенных для продажи, запасов, средств труда и предметов труда, назначение которых не определено, полученных по договорам отступного, залога, в связи с отказом страхователя (выгодоприобретателя) от права собственности на застрахованное имущество, в некредитных финансовых организациях». Этот процесс связан с передачей Банку России полномочий по регулированию, контролю и надзору в сфере финансовых рынков и обеспечением выполнения возложенной на него Федеральным законом от 10.07.2012 №86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» функции по утверждению отраслевых стандартов бухгалтерского учета для некредитных финансовых организаций с 01.01.2015.

До вступления в силу нормативного акта Банка России, определяющего порядок бухгалтерского учета основных средств, некредитные финансовые организации руководствуются Положением по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01, утвержденным приказом Минфина России от 30.03.2001 №26н, а также Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации, утвержденным приказом Минфина России от 31.10.2000 №94н.

В свою очередь Банк России предпринял попытки по разработке Положения (отраслевого стандарта) «О порядке бухгалтерского учета основных средств, нематериальных активов, инвестиционного имущества, долгосрочных активов, предназначенных для продажи, запасов, средств труда и предметов труда, назначение которых не определено, полученных по договорам отступного, залога, в связи с отказом страхователя (выгодоприобретателя) от права собственности на застрахованное имущество, в некредитных финансовых организациях» и проекта положения Банка России «О Плане счетов бухгалтерского учета в некредитных финансовых организациях и порядке его применения» которые устанавливают новые счета для учета основных средств, а порядок их учета очень сильно приближен к международным стандартам финансовой отчетности.

Существует несколько основных отличий между старым и новым порядком бухгалтерского учета основных средств.

В отличие от ПБУ 6/01, разрабатываемый отраслевой стандарт разрешает использование способов начисления амортизации, установленных законодательством Российской Федерации. Способ начисления амортизации, выбранный организацией, может быть пересмотрен, без пересчета суммы амортизационных отчислений, начисленных в предыдущих отчетных периодах.

Для расчета суммы амортизационных отчислений применяется не первоначальная, а амортизируемая стоимость, которая представляет первоначальную или переоцененную стоимость за вычетом ликвидационной стоимости. Начисление амортизации оформляется следующей проводкой:

Д 71802 «Расходы, связанные с обеспечением деятельности»

К 60414 «Амортизация основных средств (кроме земли)».

Новый отраслевой стандарт предоставляет возможность учитывать указанные объекты по справедливой стоимости или по первоначальной стоимости за вычетом суммы накопленной амортизации и убытка от обесценения. В том случае, если некредитная финансовая организация выбирает метод учета основных средств по справедливой стоимости, то она обязана производить оценку справедливой стоимости с периодичностью, определенной стандартами организации. При выборе второго метода, организация должна производить тестирование на обесценение объектов основных средств, которое заключается в проверке наличия признаков обесценения основных средств, оценке их возмещаемой стоимости и сравнении ее с балансовой стоимостью основного средства.

Для учета операций с основными средствами используются следующие счета:

60401 «Основные средства (кроме земли)»;

60604 «Земля»;

60414 «Амортизация основных средств (кроме земли)»;

60415 «Вложения в сооружения (строительство), создание (изготовление) и приобретение основных средств».

При приобретении основного средства все затраты формируются на активном счете 60415 «Вложения в сооружения (строительство), создание (изготовление) и приобретение основных средств», а после того как все затраты сформированы, вся сумма затрат относится на счета по учету основных средств.

При приобретении готовых объектов основных средств в учете делаются следующие записи:

Д 60415 «Вложения в сооружения (строительство), создание (изготовление) и приобретение основных средств»

К 60312 «Расчеты с поставщиками, подрядчиками и покупателями», 60314 «Расчеты с организациями-нерезидентами по хозяйственным операциям»

В том случае, если организация решила построить объект основных средств собственными силами, то данный процесс оформляется следующей бухгалтерской проводкой:

Д 60415 «Вложения в сооружения (строительство), создание (изготовление) и приобретение основных средств»

К 60305 «Расчеты с работниками по оплате труда и другим выплатам», 61013 «Материалы, предназначенные для сооружения, создания и восстановления основных средств и инвестиционного имущества»

Разница между стоимостью приобретаемого основного средства и уплачиваемой суммой за его приобретение, возникающая при приобретении объекта с отсрочкой платежа, отражается в составе процентного расхода по дебету счета 71802 «Расходы, связанные с обеспечением деятельности» в корреспонденции со счетами 60311 «Расчеты с поставщиками, подрядчиками и покупателями», 60313 «Расчеты с организациями-нерезидентами по хозяйственным операциям».

При безвозмездном поступлении объекта, который может быть классифицирован в качестве основного средства, бухгалтер должен определить его справедливую стоимость и сформировать на полученную сумму следующую запись:

Д 60401 «Основные средства (кроме земли)», 60404 «Земля»

К 71801 «Доходы, связанные с операциями по обеспечению деятельности».

При поступлении основного средства в организацию по договору мены, бухгалтер должен отразить в учете стоимость поступающего объекта проводкой:

Д 60401 «Основные средства (кроме земли)», 60404 «Земля»

К 61209 «Выбытие (реализация) имущества»,

а в том случае, если имеет место неравноценный обмен, то также отражается на счетах сумма доплаты поставщикам:

Д 61209 «Выбытие (реализация) имущества».

К 60311 «Расчеты с поставщиками, подрядчиками и покупателями», 60313 «Расчеты с организациями-нерезидентами по хозяйственным операциям»

или причитающаяся сумма выплаты от поставщика, совершающего обмен

Д 60311 «Расчеты с поставщиками, подрядчиками и покупателями», 60313 «Расчеты с организациями-нерезидентами по хозяйственным операциям»

К 61209 «Выбытие (реализация) имущества».

Основные средства, полученные в счет вклада в уставный капитал, принимаются к учету в корреспонденции со счетом 60322 «Расчеты с прочими кредиторами».

Еще одним нововведением для некредитных финансовых организаций является необходимость оценки будущих затрат на выполнение обязательств по демонтажу, ликвидации объекта и восстановлению окружающей среды на занимаемом участке. Каждая организация самостоятельно разрабатывает порядок оценки и закрепляет его в своих внутренних документах, а также создает оценочный резерв на сумму будущих затрат:

Д 60401 «Основные средства (кроме земли)»

К 61501 «Резервы – оценочные обязательства некредитного характера».

В следующих отчетных периодах некредитная финансовая организация может принять решение об увеличении необходимости оценки будущих затрат на выполнение обязательств по демонтажу, ликвидации объекта и восстановлению окружающей среды на занимаемом участке и увеличить оценочный резерв проводкой:

Д 71802 «Расходы, связанные с обеспечением деятельности»

К 61501 «Резервы – оценочные обязательства некредитного характера».

Проект положения Банка России позволяет выбрать две модели учета основных средств:

- по первоначальной стоимости за вычетом суммы накопленной амортизации и убытка от обесценения;
- по справедливой стоимости.

При выборе модели по справедливой стоимости организаций производит оценку справедливой стоимости с установленной периодичностью, а ее результаты отражает на счетах бухгалтерского учета одним из двух возможных методов:

- пропорциональный пересчет стоимости объекта и суммы накопленной амортизации;
- уменьшение первоначальной стоимости объекта на сумму накопленной амортизации.

Увеличение справедливой стоимости при пропорциональном пересчете оформляется следующими записями:

Д 60401 «Основные средства (кроме земли)»

К 10601 «Прирост стоимости основных средств при переоценке»

Д 10601 «Прирост стоимости основных средств при переоценке»

К 60404 «Амортизация основных средств (кроме земли)».

Уменьшение справедливой стоимости основного средства отражается обратными проводками.

Положительный прирост оценки относится на нераспределенную прибыль непосредственно на балансовый счет №10801 «Нераспределенная прибыль».

Если в предыдущих периодах имело место увеличение справедливой стоимости основного средства, а в текущем периоде справедливая стоимость уменьшилась, то сумма превышения уценки над остатком на счете 10601 «Прирост стоимости основных средств при переоценке» относится в дебет счета 71802 «Расходы, связанные с обеспечением деятельности» в корреспонденции со счетом 60401 «Основные средства (кроме земли)».

После изменения справедливой стоимости основного средства подлежит изменению и величина обязательств по демонтажу, ликвидации объекта и восстановлению окружающей среды на занимаемом им участке.

Результаты тестирования на обесценение объекта основных средств, учитываемого по первоначальной стоимости за вычетом суммы накопленной амортизации и убытка от обесценения, также подлежат отражению в бухгалтерском учете. В случае наличия признаков обесценения и уменьшения балансовой стоимости, в учете делается запись:

Д 71802 «Расходы, связанные с обеспечением деятельности»

Д 60401 «Основные средства (кроме земли)», 60404 «Земля».

Сумма обесценения может быть изменена, поэтому в случае уменьшения убытка от обесценения, в учете отражается проводка:

Д 60401 «Основные средства (кроме земли)», 60404 «Земля»

К 71801 «Доходы, связанные с операциями по обеспечению деятельности».

Убыток от обесценения по основным средствам, которые учитываются по переоцененной стоимости, формируется по дебету счета 10601 «Прирост стоимости основных средств при переоценке».

При выбытии объекта основных средств по одной из причин, определенных проектом положения, результат от выбытия формируется на счете 61209 «Выбытие (реализация) имущества» и относится на счет 71801 «Доходы, связанные с операциями по обеспечению деятельности» или 71802 «Расходы, связанные с обеспечением деятельности».

Д 61209 «Выбытие (реализация) имущества»

К 60401 «Основные средства (кроме земли)», 60404 «Земля», 60415 «Вложения в сооружения (строительство), создание (изготовление) и приобретение основных средств».

Д 60414 «Амортизация основных средств (кроме земли)», 61002 «Запасные части», 61009 «Инвентарь и принадлежности», 61013 «Материалы, предназначенные для сооружения, создания и восстановления основных средств и инвестиционного имущества», 61501 «Резерв – оценочные обязательства некредитного характера» и другие

К 61209 «Выбытие (реализация) имущества»

Д 61209 «Выбытие (реализация) имущества»

К 71801 «Доходы, связанные с операциями по обеспечению деятельности»

Д 71802 «Расходы, связанные с обеспечением деятельности»

К 61209 «Выбытие (реализация) имущества».

Из проделанного анализа наглядно видно, что порядок бухгалтерского учета основных средств в некредитных финансовых организациях в ближайшее время значительно изменится. Произойдет переход к новому плану счетов, а также будут использоваться принципы, которые используются в банках и международных стандартах. Данный факт вызовет как положительные, так и отрицательные последствия. Основным отрицательным последствием является необходимость перекалфикации всего учетного персонала, а также разработки новых

программных продуктов, позволяющих автоматизировать процесс учета основных средств. К тому же не стоит забывать, что принципы международных стандартов поддерживаются далеко не всеми бухгалтерами, что может вызвать последующие споры в профессиональных кругах и изменения в нормативных актах.

Среди положительных последствий необходимо отметить улучшение качества информации об основных средствах, отражаемой в бухгалтерском учете и отчетности, а также упрощение процесса трансформации отчетности, составленной в соответствии с российскими стандартами, в отчетность по международным стандартам финансовой отчетности.

**ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРИНЯТИЯ
РЕШЕНИЙ В ОБЛАСТИ МОДЕРНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО
КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА
ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

*Керимова Ч.В., к.э.н.,
доцент кафедры «Экономический анализ»
Финансового университета*

Аннотация: В статье раскрываются основные принципы информационного обеспечения принятия управленческих решений в сфере модернизации производственного капитала в компаниях реального сектора экономики России. Исследуются информационные технологии, используемые для управления инновационным развитием организаций. Предлагаются меры по совершенствованию государственной системы научно-технической информации в целях обеспечения эффективной информационной поддержки субъектов экономического процесса.

Ключевые слова: информация, инновации, модернизация, производственный капитал, информационные технологии, бенчмаркинг.

Abstract: The article describes the basic principles of information support of managerial decision-making in the field of modernization of the productive capital in the real sector of the Russian economy. The article offers the information technology used to manage innovative development organizations. It proposes the measures to improve the state system of scientific and technical information in order to ensure effective information to support the subjects of the economic process.

Keywords: information, innovation, modernization and industrial capital, information technology, benchmarking.

В современных условиях хозяйствования наиболее актуальной становится задача обеспечения экономического роста, который не может быть достигнут без активизации воспроизводственных процессов, базирующихся на движении, развитии, модернизации и обновлении основного капитала.

Модернизация играет ключевую роль в фундаментальных экономических процессах, протекающих как на уровне всей экономики, так и на уровне отдельных организаций. От ее качественных и количественных характеристик зависят производственный потенциал страны,

эффективность его функционирования, отраслевая и воспроизводственная структура общественного производства, направленность стратегий социально-экономического развития общества.

Модернизация представляет собой усовершенствование эффективности находящихся в эксплуатации активов путем внесения в их конструкции изменений (переоборудования, замены элементов), повышающих производительность, технические, экономические и прочие показатели использования, способствующие росту товарооборота, снижению издержек, конкурентоспособности организации, в результате чего увеличивается первоначальная стоимость модернизируемого объекта. В том числе модернизация основана на необходимости создания способности генерировать передовые научно-технические идеи, экспортировать результаты НИОКР и быстро переключать производство на использование новых информационных технологий и выпуск конкурентоспособной продукции.

Политика модернизации организаций реального сектора экономики и производственных комплексов должна решать следующие проблемы:

- определение целей, приоритетов и направлений модернизации;
- формирование управляющих и регулирующих механизмов;
- обеспечение ресурсной базы модернизации.

Целями модернизации предприятий являются:

- 1) выпуск новой продукции и/или продукции с улучшенными характеристиками;
- 2) повышение эффективности парка технологического оборудования;
- 3) сокращение трудоемкости производственных процессов и, как следствие, оптимизация численности персонала;
- 4) сокращение длительности производственного цикла изготовления продукции;
- 5) сокращение потерь (производительных и непроизводительных);
- 6) сокращение себестоимости изделия (за счет применения прогрессивных технологий, материалов, экономии энерго- и трудовых ресурсов);
- 7) наличие и необходимости модернизации логистической инфраструктуры (агрегатов, технологических линий, складов, путей и пр.);

- 8) выбор новых технологий или модернизация существующей;
- 9) выбор состава технологического оборудования;
- 10) проектирование и изготовление специальных устройств.

Реализация совокупности направлений модернизации предприятия как целого образования требует единой стратегической программы модернизации для каждого функционирующего предприятия. Модернизация предприятий должна рассматриваться как главное направление повышения эффективности производства и конкурентоспособности их продукции. Она должна проявить потенциальные возможности организаций; решить стратегическую задачу достижения эффективности рыночной экономики.

В российской социально-экономической действительности перед экономическими субъектами всех форм собственности встает проблема формирования информационной системы, которая была бы способна адекватно обеспечить запросы заинтересованных информацией, необходимой для определения направлений дальнейшего инновационного развития и решения текущих проблем, связанных с процессами модернизации основного капитала. В этих условиях особое внимание должно быть направлено на создание информационно-аналитической базы для обеспечения своевременного реагирования менеджмента компании на смену текущих обстоятельств и предвосхищения возможных критических ситуаций в организации, которая бы явилась основой для оперативного и стратегического управления.

Управление разработкой и реализацией процессов модернизации напрямую связано с постоянным принятием решений экономическими субъектами в области инвестиционных проектов и осуществлением контроля за их исполнением. Оба процесса предполагают получение и обработку определенной информации – как о внешней, так и внутренней среде хозяйствующего субъекта. В этих условиях возможно рассматривать внешнюю и внутреннюю информационные среды, в которой потенциально содержится необходимая информация как для принятия решений о вложениях средств по программам модернизации, так и для контроля за их реализацией.

Информационная среда является важнейшим и неотъемлемым основополагающим элементом процессов разработки и реализации нововведений. Она требует для своего формирования и поддержания немалых усилий и значительных ресурсов на всех стадиях инновационного

процесса. Без надлежащего информационного обеспечения успех нововведений может оказаться случайным, а иногда недоучет определенных факторов, возникший в результате недостаточной информированности, может явиться причиной отказа от внедрения инновационной разработки на более поздних этапах ее реализации.

Информация является предметом, средством и продуктом управленческого труда. Использование соответствующей информации позволяет в конкретной управленческой ситуации любому заинтересованному пользователю минимизировать для себя неопределенность и риски.

Информационное обеспечение инновационных процессов, на наш взгляд, должно соответствовать определенным принципам и требованиям. К основным принципам построения информационного обеспечения инновационных процессов можно отнести:

- преобладание экономического содержания над юридической формой;
- непрерывность и систематическую актуализацию информации;
- сопоставимость данных;
- преемственность и многократность использования данных.

Информация, используемая в процессе разработки и реализации инновационных проектов, должна быть понятной, полезной, существенной, достоверной и надежной.

Специфика инновационной деятельности заключается в том, что для разработки и внедрения инновационных проектов и обеспечения объективной оценки их экономической, экологической и социальной эффективности должна быть использована как систематизированная учетная, так и внеучетная информация, которая, в свою очередь, требует систематизации (рисунок 1). На протяжении всего жизненного цикла инновационного проекта становится актуальным создание структурированных массивов экономической, технологической, технической и социальной информации с определением и выявлением учетно-контрольных потоков данных, имеющих наибольшую значимость в процессе принятия управленческих решений.



Рисунок 1 – Информационное обеспечение управления инновационными проектами

Для того чтобы имеющаяся в распоряжении информация отвечала перечисленным требованиям и оказалась полезной в процессе разработки, выполнения инновационных проектов и реализации их результатов, необходимо структурировать состав информационных потоков. По своей направленности информационные потоки целесообразно подразделять в соответствии с критерием адресности (рисунок 2).

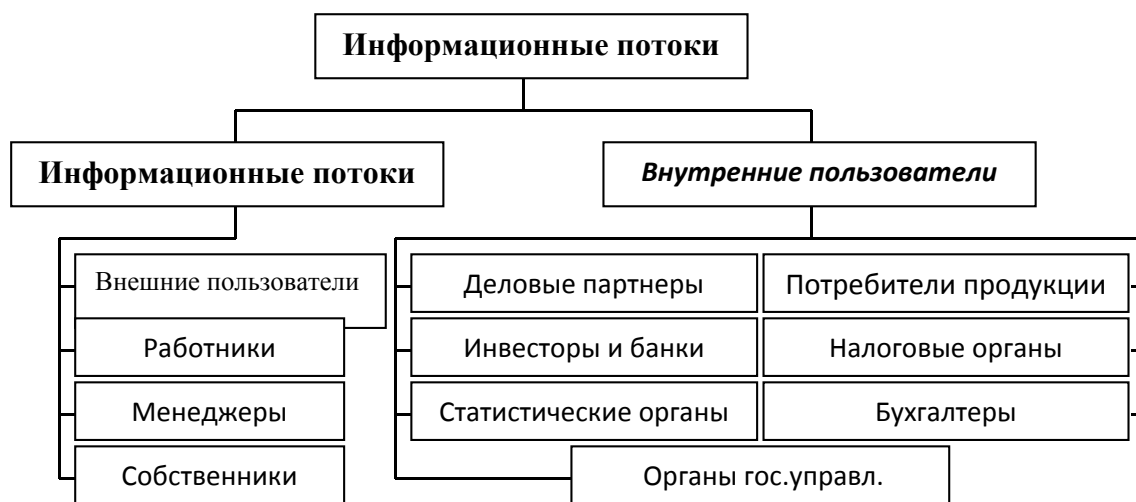


Рисунок 2 – Пользователи информационных потоков

Информация для внутренних пользователей инновационного процесса необходима для выполнения управленческих и информационных функций внутри организации. Она применяется для разработки перспективных планов и мониторинга реализуемых мероприятий модернизации и развития компании, являясь базисом для принятия тех или иных оперативных и стратегических бизнес-решений.

Информация для внешних пользователей служит основой для удовлетворения потребностей различных заинтересованных лиц – стейкхолдеров, учитывая многообразие их интересов: государственным органам управления – информация о реализации государственной политики в сфере инновационного развития и соблюдении действующего законодательства; инвесторам – сведения о доходности и риске инновационных и проектов по модернизации, ценности и перспективах изменения доходности акций компании; кредиторам – о возможности возратить займы и расплачиваться по процентам; поставщикам – о ее жизнеспособности и выполнении их требований к выпускаемой продукции; налоговым органам – о способности компании пополнять государственный бюджет и реальном выполнении своих обязательств по уплате налогов; общественным организациям – о социальной ответственности фирмы и тенденциях развития ее экономики и т.д. [2].

Комплексное использование источников информации и грамотное их сочетание в процессе проведения экономического анализа позволяет заинтересованному лицу всесторонне изучать деятельность компании и более полно выявлять резервы ее экономического и социального развития. Чем полнее и разнообразнее будет представлена информация, необходимая для обеспечения принятия управленческих решений заинтересованными пользователями инновационного процесса, тем глубже и действеннее будут обоснованы выводы и предложения по повышению эффективности инновационной деятельности хозяйствующих субъектов.

В этой связи, развитие и совершенствование информационного обеспечения инновационных процессов, на наш взгляд, должно иметь комплексный характер и вестись по следующим основным направлениям [3]:

- развитие государственной системы научно-технической информации и совершенствование информационных ресурсов, необходимых для обеспечения эффективной информационной поддержки всех стадий инновационной деятельности экономических субъектов;
- создание системы взаимодействия и информационного обмена с ключевыми заинтересованными сторонами компании;
- совершенствование методологии учетного отражения инновационной активности экономических субъектов;
- модернизация компьютерной сети и телекоммуникационных технологий в целях обеспечения условий для эффективного взаимодействия всех сторон и участников инновационной деятельности;
- разработка и внедрение новых информационных технологий, способных повысить эффективность функционирования информационной инфраструктуры научной инновационной сферы.

В настоящее время возникает потребность в создании и развитии сетей распространения информации, в том числе с использованием механизма государственно-частного партнерства, организации информационно-консультационной службы. Основной задачей государства в области информационной политики должно стать содействие пополнению информационных фондов и баз данных, развитие на основе коммуникационных технологий информационной системы, способной обеспечить участникам инновационного процесса максимально свободный доступ к информационным ресурсам в различных областях экономики, науки, государственной политики, технологий и образования, помощь в ведении производственной деятельности. При этом главной задачей системы информационно-консультационного обеспечения является не обоснование решений за товаропроизводителей, а помощь в ознакомлении с новыми организационно-технологическими и финансовыми решениями ведения эффективного бизнеса, с последними законодательными, нормативными и международно-признанными требованиями в области техники и технологий, в сфере безопасности, социальных отношений и экологии.

В последнее время одним из эффективных аналитических инструментов в области информационного обеспечения конкурентоспособ-

ного бизнеса рассматривается бенчмаркинг. Механизм эталонного сопоставления позволяет выявить факторы конкурентного успеха, повышая качество хозяйственных процессов.

Так, для консолидации информации об отдельных аспектах деятельности наиболее рентабельных и эффективно функционирующих сельскохозяйственных организаций при участии Министерства сельского хозяйства России и Агропромсоюза был организован российский рейтинг предприятий – Клуб «Агро-300». В него входят триста наиболее крупных и эффективно развивающихся сельскохозяйственных организаций. При этом рейтинги организаций формируются на основе двух наиболее значимых показателей: выручка и прибыль от реализации сельскохозяйственной продукции. В клуб включены хозяйства всех отраслей, но преобладают птицеводческие и зерновые предприятия. Помимо основного рейтинга в средствах массовой информации публикуются также и отраслевые рейтинги, которые формируют круг наиболее крупных и эффективно функционирующих предприятий нашей страны по производству различной сельскохозяйственной продукции.

Согласно Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы [1], на первый план выдвигается необходимость повышения конкурентоспособности российской сельхозпродукции на внутреннем и внешнем рынках.

Информационное обеспечение инновационной деятельности агропромышленного комплекса, на наш взгляд, целесообразно формировать по следующим основным направлениям:

- проведение маркетинговых исследований спроса и предложения, товарного ассортимента, рынков сбыта, колебания цен на внутреннем и внешнем рынках сельскохозяйственной продукции;
- налаживание информационного взаимодействия предприятий АПК с деловыми партнерами, региональными органами власти, с местным сообществом;
- издание обзорной, аналитической, оперативной и другой информации о текущем состоянии агропромышленного комплекса и конъюнктуре рынка сельхозпродукции;
- издание различных информационных материалов и предоставление консультационных услуг малому бизнесу и сельхозпотребкооперативам;

- создание демонстрационных объектов в целях показа и распространения передового опыта ведения производства сельхозпродукции, апробации и распространения передовых технологий;
- проведение выставок, ярмарок, конференций, семинаров, круглых столов, совещаний по вопросам повышения эффективности производства сельхозпродукции.

В целях дальнейшего повышения уровня информационно-консультационного обеспечения экономических субъектов агропромышленного комплекса, необходимым становится создание единой интегрированной сети. Для достижения заданной цели требуется сопряжение всех информационных потоков и ресурсов компании, компьютерно-телекоммуникационных сетей как структур, входящих в информационно-консультационную систему, и других формирований АПК, проведение работ по сбору, обработке и хранению информации отраслевых банков и баз данных, обеспечение доступа заинтересованных пользователей к этой информации, что в конечном итоге позволит:

- создать благоприятные условия для эффективного и результативного взаимодействия между органами государственного управления сельским хозяйством разных уровней и с сельхоз товаропроизводителями на основе широкого внедрения информационно-компьютерных технологий;
- формировать и использовать информационные ресурсы путем создания интегрированных справочно-информационных фондов, информационно-мониторинговых систем, подготовки и издания печатной информационной продукции (каталогов, справочников, журналов, бюллетеней, учебно-методической литературы для консультантов и др.);
- мониторинга различных категорий пользователей ИКС и удовлетворение их информационных потребностей.

Задача информационной поддержки инновационного развития, трактуемая как создание открытой расширяемой устойчивой многофункциональной виртуальной бизнес-среды инноваций, на сегодняшний день является сложной и многоаспектной. В указанной трактовке информационная поддержка инноваций представляет собой комплекс задач (рисунок 3) [3].

Предложенные меры по совершенствованию государственной системы научно-технической информации, на наш взгляд, позволят повысить уровень информационной поддержки субъектов инновационного процесса, давая возможность национальным производителям стать более конкурентоспособными и жизнестойкими в современной экономической ситуации.



Рисунок 3 – Основные направления повышения качества информационного обеспечения разработки и реализации инновационных проектов

Литература:

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы (утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 г. №717).
2. Бариленко В.И., Бердников В.В., Гавель О.Ю., Керимова Ч.В. Информационно-аналитические методы оценки и мониторинга эффективности инновационных проектов. М.: Издательство «Русайнс», 2015.
3. Керимова Ч.В. Проблемы информационного обеспечения субъектов инновационного процесса // Аудит и финансовый анализ. 2015. № 1. С. 387-393.

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Басова М.М., к.э.н.,
старший преподаватель кафедры
«Экономический анализ»
Финансового университета**

Аннотация: В статье перечислены различные социальные аспекты устойчивого развития металлургических предприятий. Показана роль нефинансовой отчетности в части устойчивого развития предприятий. Дается комплексный анализ нефинансовой отчетности социальных аспектов устойчивого развития трех металлургических компаний: ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», ОАО «Северсталь» и ОАО «Новолипецкий металлургический комбинат». Подробно рассмотрены социальные аспекты металлургических предприятий в плане разработки и реализации социальных программ в части охраны здоровья персонала, решения жилищных проблем и вопросов развития культурного уровня персонала. спортивной сферы. Показано значение и приоритетные направления дальнейшего совершенствования нефинансовой отчетности для повышения уровня внедрения международных стандартов в отчетность.

Ключевые слова: устойчивое развитие предприятий; предприятия металлургической промышленности; нефинансовая отчетность; отчет по устойчивому развитию; социальные аспекты устойчивого развития предприятий; анализ социальных аспектов; баланс экономических, экологических и социальных составляющих деятельности предприятия; социальные категории и подкатегории; «Практика трудовых отношений и достойный труд», «Права человека», «Общество», «Ответственность за продукцию»; охрана труда и промышленная безопасность; социальный пакет; социальные программы; качественный состав персонала; международные стандарты отчетности.

Abstract: Various social aspects of a sustainable development of the metallurgical enterprises are listed in article. The role of the non-financial reporting regarding a sustainable development of the enterprises is shown. The complex analysis of the non-financial reporting of social aspects of a sustainable development of three metallurgical companies is given: Open Joint Stock Company Magnitogorsk Iron & Steel, Open Joint Stock Company Severstal, Open Joint Stock Company Novolipetsk Steel Work. Social aspects of the metallurgical enterprises in respect of development and implementation of social programs regarding health protection of the personnel, the solution of housing problems and questions of development of cultural level of the personnel, the sports sphere are in detail considered. Value and the priority directions of further improvement of the non-financial reporting for increase of level of introduction of the international standards in the reporting is shown.

Key words: sustainable development of the enterprises; enterprises of metallurgical industry; non-financial reporting; report on a sustainable development; social aspects of a sustainable development of the enterprises; analysis of social aspects; balance of economic, ecological and social components of activity of the enterprise; social categories and subcategories; «Practice of the labor relations and worthy work», «Human rights», «Society», «Responsibility for production»; labor protection and industrial safety; social package; social programs; qualitative structure of the personnel; international standards of the reporting.

В настоящее время вопросы устойчивого развития металлургических предприятий в России приобретают особую актуальность. Этот важный показатель способствует улучшению взаимоотношений с органами государственной власти, с поставщиками и потребителями; повышению капитализации и репутации предприятий; снижению издержек; внедрению инноваций; мотивации персонала и др. При этом нельзя забывать, что главным аспектом для привлечения инвестиций является качество раскрываемой информации о результатах деятельности компании в области устойчивого развития.

Для построения информационной модели взаимодействия стейкхолдеров (внутренних и внешних заинтересованных сторон), в дополнение к бухгалтерской (финансовой) отчетности, необходима еще нефинансовая отчетность, показывающая экономическую, социальную и экологическую результативность предприятия. «Отчетность в области устойчивого развития – это практика: измерения результатов деятельности, раскрытия информации, подотчетности внутренним и внешним заинтересованным сторонам, предметом которой является экономическая, экологическая, социальная результативность организации по отношению к цели устойчивого развития» [7].

Многие компании, имея значительный опыт раскрытия финансовой информации, испытывают большие сложности в плане формирования нефинансовой и обеспечения ее увязки с различными разделами корпоративного годового отчета. К новым явлениям в российской практике отчетности относится появление годовых отчетов с элементами отчетности в области устойчивого развития. Отчет по устойчивому развитию является основной платформой для отражения положительных и отрицательных сторон организационной деятельности предприятия. При этом компании по-разному решают задачи социального характера, имеют свой подход к разработке и даже названию отчетности: отчетность в области корпоративной ответственности, социальная ответственность, нефинансовая отчетность и т.д. В Национальный Регистр нефинансовых отчетов (по состоянию на 27 апреля 2015 года) [7] внесена 151 компания, зарегистрировано 565 отчетов, которые выпущены в период, начиная с 2000 года, в их числе: экологических отчетов (ЭО) – 51, социальных отчетов (СО) – 248, отчетов в области устойчивого развития (ОУР) – 185, интегрированных отчетов (ИО) – 60, отраслевых отчетов (ОО) – 22. Что касается компаний металлургической и

горнодобывающей отрасли, то 17 из них зарегистрировали 67 отчетов, из которых 40 социальных отчетов, 22 отчета в области устойчивого развития (ОУР) и 5 интегрированных отчетов.

Проанализируем отчетность трех металлургических компаний: ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат» (ОАО «ММК» [5], ОАО «Северсталь» [6] и ОАО «Новолипецкий металлургический комбинат» (ОАО «НЛМК») [4] которая отражают важнейшую сторону деятельности компаний – реализацию принципов устойчивого развития и социальной ответственности и позволяет определять рыночную ситуацию и тенденции развития отрасли, выявлять факторы, влияющие на устойчивость развития предприятий, а так же давать им оценку.

ОАО «ММК» начиная с 2000 года представляет в Национальный Регистр нефинансовых отчетов только социальные отчеты; ОАО «Северсталь» с 2004года по 2011 года представлял Социальные отчеты, а начиная с 2012 года – отчеты в области устойчивого развития, ОАО «НЛМК» с 2006 по 2012 года – социальные отчеты, а с 2013 года – отчет в области устойчивого развития. Все отчеты составлены с использованием Руководства по отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности (GRI) в версии G3.1, а также отдельных показателей отраслевого приложения GRI для горнодобывающей и металлургической промышленности (версия от 2010 г.) [10].

Социальный аспект устойчивого развития признается одним из наиболее значимых в деятельности предприятий. Для оценки социальной устойчивости в работе Ефимовой О.В. рекомендуются следующие группы показателей, отражающих такие важнейшие цели социального развития организации, как формирование и сохранение кадровой базы, обеспечение необходимого уровня оплаты труда, обеспечение безопасности труда и социальная защита, развитие профессиональных навыков и компетенций, эффективное использование трудовых ресурсов, качество менеджмента.

Рассмотрим социальную категорию, которая включает в себя следующие подкатегории [7]: «Практика трудовых отношений и достойный труд», «Права человека», «Общество», «Ответственность за продукцию». Каждая из выделенных категорий имеет свои социальные аспекты. Анализ отчетности трех металлургических компаний показал, что социальные аспекты наиболее полно рассматриваются в разрезе

первой подкатегории, а именно: занятость; структура персонала, системы его мотивации, обучения и образования, безопасность и охрана здоровья. В таблице 1 приведены основные показатели социальной составляющей первой подкатегории и их реализация в отчетности металлургических предприятий.

Таблица 1 – Социальная составляющая (показатели)

Код GRI	Описание показателя	Раздел отчета ОАО «НЛМК»	Раздел отчета ОАО «ММК»	Раздел отчета ОАО «Северсталь»
LA1	Общая численность рабочей силы в разбивке по типу занятости, договору о найме и региону			Люди «Северстали»
LA2	Общее количество сотрудников и текучесть кадров в разбивке по возрастной группе, полу и региону	Наши сотрудники	Развитие персонала	Люди «Северстали»
LA3	Выплаты и льготы, предоставляемые сотрудникам, работающим на условиях полной занятости, которые не предоставляются сотрудникам, работающим на условиях временной или неполной занятости, разбивке по основной деятельности			Люди «Северстали»
LA4	Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами	Наши сотрудники	Развитие персонала	Люди «Северстали»
LA5	Минимальный период уведомления в отношении значительных изменений в деятельности организации, а также определен ли он в коллективном соглашении			
LA6	Доля всего персонала, представленного в официальных совместных комитетах по здоровью и безопасности, с участием представителей руководства и ее работников, участвующих в мониторинге и формулирующих рекомендации в отношении программ по здоровью и безопасности на рабочем месте			

Окончание таблицы

Код GRI	Описание показателя	Раздел отчета ОАО «НЛМК»	Раздел отчета ОАО «ММК»	Раздел отчета ОАО «Северсталь»
LA7	Уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам	Охрана труда и промышленная безопасность	Охрана труда и промышленная безопасность	«Безопасность труда и охрана окружающей среды»
LA8	Существующие программы образования, обучения, консультирования, предотвращения и контроля риска для помощи сотрудникам, членам их семей и представителям населения в отношении тяжелых заболеваний	Охрана труда и промышленная безопасность	Охрана труда и промышленная безопасность	«Безопасность труда и охрана окружающей среды»
LA9	Отражение вопросов здоровья и безопасности в официальных соглашениях с профсоюзами	Оздоровление персонала		«Взаимодействие с заинтересованными сторонами»
LA10	Среднее количество часов обучения на одного сотрудника в год, в разбивке по категориям сотрудников	Развитие талантов	Развитие персонала/Обучение и образование	Люди «Северстали»
LA11	Программы развития навыков и образования на протяжении жизни, призванные поддерживать способность сотрудников к занятости, а также оказать им поддержку при завершении карьеры	Развитие талантов	Развитие персонала/Обучение и образование	Люди «Северстали»
LA12	Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры	Развитие талантов	Развитие персонала/Обучение и образование	«Люди Северстали»
LA13	Состав руководящих органов и персонала организации, с разбивкой по полу и возрастной группе, указанием представительства меньшинств, а также других показателей разнообразия			«Стратегия и управление»
LA14	Отношение базового оклада мужчин и женщин, в разбивке по категориям сотрудников		Развитие персонала	

Социальные отчеты ОАО «ММК» и ОАО «Северсталь» охватывают все основные темы социальной ответственности, предусмотренные международным стандартом ISO 26000–Руководство по социальной ответственности (ГОСТ Р ИСО 26000:2012) [8] и отражают важнейшую сторону деятельности компаний – реализацию принципов устойчивого развития и социальной ответственности. В 2015 году были подведены итоги Всероссийского конкурса Российского союза промышленников и предпринимателей «Лидеры российского бизнеса: динамика и ответственность – 2014». За высокое качество отчетности в области устойчивого развития были награждены «Газпром нефть», МХК «ЕвроХим» и ОАО «Северсталь».

Стратегия устойчивого развития предполагает баланс экономических, экологических и социальных составляющих деятельности предприятия. В этой связи, все отчеты содержат информацию о стратегии развития компаний, ключевых направлениях и результатах их деятельности в социальной политике, системе управления персоналом, охраной труда, промышленной и экологической безопасностью, о взаимодействии компаний с подрядными организациями по соблюдению ими норм промышленной безопасности и охраны труда. В отчетности ОАО «ММК» и ОАО «Северсталь» присутствуют все подкатегории социальной категории, но по минимальным требованиям. Стоит отметить, несмотря на то, что анализируемые предприятия порой «подгоняют» свою отчетность под международные стандарты, и при этом содержание разделов не всегда является достаточно полным в плане предоставления социальных показателей. В отчетности предприятий доминируют уже известные, из года в год рассчитываемые социальные показатели: численность сотрудников, их структура, количество обученного персонала и затраты на его обучение, количество несчастных случаев со смертельным исходом, инвестиции в социальные программы и ряд других. Вместе с тем, ряд социальных показателей, наиболее часто используемых в отчетах зарубежных компаний, в отчетности российских металлургических компаний практически не представлены: общая частота регистрируемых профессиональных за-

болеваний; число дней болезни в % к общему числу рабочих дней; гендерный состав на руководящих должностях; процент удовлетворенности работников; количество совместных предприятий, с которыми было прекращено сотрудничество; количество контрактов, аннулированных из-за несоблюдения деловых принципов.

ОАО «НЛМК» позиционирует себя как компания, которая представляет с 2013 года отчеты в области устойчивого развития. Что они из себя представляют? Это объединенная двумя группами документов: «О компании» и «Социальная ответственность» отчетность, в которой имеет место высокий процент дублирования информации. В частности, в отчете за 2013 год динамика показателей «Производительность труда на Липецкой площадке» и «Коэффициент частоты травм с временной потерей трудоспособности» приводится трижды: в разделе «Динамика ключевых показателей» первого документа, а также в аналогичном разделе и разделе «Наши сотрудники» второго документа. Вместе с тем, такие подкатегории как «Права человека», «Общество», «Ответственность за продукцию» не представлены совсем.

Очень поверхностно даются и основные показатели подкатегории «Практика трудовых отношений и достойный труд», а именно представлены только диаграммы: «Динамика численности персонала группы НЛМК за 2009–2013 годы»; «Численность персонала по географии активов в 2013 году (тыс. чел.)»; «Динамика показателя LTIFR* за 2010–2013 годы»; «Структура затрат на охрану труда и промышленную безопасность в 2013 году». Данные о текучести кадров и разбивке общего количества сотрудников по возрастной группе, полу, стажу работы, категориям, образованию и региону; уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой и ряд других показателей, не приводятся. Эти показатели хорошо представлены в отчетности ОАО «ММК» и ОАО «Северсталь». Таким образом, можно сделать вывод, что в анализируемой отчетности ОАО «НЛМК» полностью не соблюдаются принципы сбалансированного и полного представления информации.

Социальные аспекты металлургических предприятий затрагивают разработку и реализацию разнообразных социальных программ в части охраны здоровья персонала, решения жилищных проблем и вопросов развития культурного уровня персонала, спортивной сферы и др.

В плане устойчивого развития в отчетах всех анализируемых предприятий достаточно емко раскрываются социальные программы. Так общий объем инвестиций ОАО «НЛМК» в социальные программы в 2013 году составил более двух 2 млрд рублей, в 2014 году финансирование социальных программ было увеличено на 14%, что в денежном эквиваленте составило 2,9 млрд рублей. Проанализируем эти программы, условно разбив их на три самостоятельные группы: «Здоровье», «Культура и спорт», «Жилье».

«Здоровье» – это группа программ включает: медицинское страхование, медицинское обслуживание, содержание объектов здравоохранения, частичную или полную оплату путевок в санаторно-курортные учреждения. В ОАО «ММК» общее финансирование программ «Здоровье» составило в 2013 году 4418, млн рублей, в том числе на программу «Поддержка материнства и стимулирование рождаемости» – 38,2 млн рублей, на программу «Поддержка многодетных семей», которой охвачены 470 семей имеющих 3-х и более детей в возрасте до 18-ти лет, – 16 млн рублей; на программу социальной поддержки инвалидов труда и профессионального заболевания» «Луч надежды», которая охватывает 428 человек, – 12,8 млн рублей. Объем инвестиций Группы НЛМК составил в 2013 году: 380 млн рублей на финансирование программ поддержки семьи и материнства, молодежных программ, материальной помощи; более 253 млн рублей – на медицинское обслуживание работников. Все анализируемые предприятия металлургического комплекса имеют свои санаторно-курортные учреждения (таблица 2).

Таблица 2 – Общая характеристика санаторно-курортных учреждений предприятий металлургического комплекса за 2013 год

Компании металлургического комплекса	Санаторно-курортные учреждения	Количество отдохнувших работников и членов их семей (чел)	Общие затраты на отдых (тыс. рублей)	Среднесписочная численность персонала (чел.)	Затраты на отдых на 1 работающего (тыс. руб/чел.)	Общее количество отдохнувших к среднесписочной численности (%)
ОАО «Северсталь»	Санаторий «Надежда» в Анапе	6477,00	4418000	61360,000	72,00	10,56
ОАО «НЛМК»	Детский лагерь «Прометей»	Нет данных	187000	61700,000	3,03	Нет данных
ОАО «ММК»	Детские оздоровительно-образовательные центры – «Уральские зори», «Горное ущелье». Спортивно-туристический лагерь «СКИФ».	20500,00	18300	56088,000	0,33	36,55

Сопоставив полученные значения показателей общих затрат на отдых по различным компаниям, можно сделать следующие выводы.

1. Суммы общих затрат достаточно велики. При этом число отдохнувших от среднесписочной численности работающих колеблется от 10,56% в ОАО «Северсталь» до 36,55% – в ОАО «ММК».

2. Однако, эффект их влияния на результаты деятельности предприятий субъективен, так как, например, связать общие затраты с такими показателями, как производительности труда или прибыль не представляется возможным.

3. Как видно из таблицы 2 общие затраты на отдых по компаниям разобщены и плохо коррелируются с числом отдохнувших.

«Культура и Спорт» – это группа программ ориентирована на содержание объектов культуры и спорта, поддержку спортивных команд предприятий, проведение спортивных и культурно-массовых мероприятий. Так затраты на содержание спортивного клуба «Металлург-Магнитогорск» и проведение спортивно-массовых мероприятий в 2013 году составили в целом по Группе ОАО «ММК» – 90 млн рублей. Затраты на проведение культурно-массовых мероприятий для работников и содержание Дворцов культуры в составили по всей Группе

«ММК» 84,5 млн рублей. Инвестиции ОАО «НЛМК» на организацию спортивных и культурно-массовых мероприятий в 2013 году превысили 160 млн. рублей, однако в 2014 году они сократились до 100 млн рублей.

«Жилье» – это группа программ по улучшению жилищных условий сотрудников, в том числе строительству многоквартирных домов и коттеджных поселков в регионах присутствия, а также активное развитие и совершенствование механизмов ипотечного кредитования под поручительство предприятий металлургического комплекса. Финансирование программы «Жилье – молодым металлургам» в ОАО «Северсталь» составило более 2148,8 млн рублей. В 2013 году финансирование жилищных программ в ОАО «НЛМК» – 145 млн рублей, а в 2014 году финансирование составило около 134 млн рублей. При этом, основная часть средств была направлена на реализацию программы «Жилье – молодым металлургам» на Липецкой производственной площадке «НЛМК», а также на жилищную программу для работников предприятия нового поколения НЛМК-Калуга. Сопоставив данные между двумя компаниями путем расчета показателя «Объем финансирования приходящийся на одного работающего» (таблица 3) можно увидеть, что значение показателя в ОАО «Северсталь» почти в 15 раз выше аналогичного значения в ОАО «НЛМК».

Таблица 3 – Объем финансирования приходящийся на одного работающего в 2013 году

Компании металлургического комплекса	Среднесписочная численность персонала (чел.)	Объем финансирования Жилищных программ (тыс. руб.)	Объем финансирования на одного работающего (тыс. руб. на чел.)
ОАО «НЛМК»	61700	145000	2,35
ОАО «Северсталь»	61360	2148800	35,02

Анализ полученных данных по компаниям свидетельствует о достаточно высоких расходах предприятий на жилищные программы, о невозможности их сопоставления с финансовыми результатами деятельности предприятий. Следовательно, требуется в практику широко внедрять механизмы управления эффективностью социальных программ.

В целом можно отметить, что в отчетах об устойчивом развитии всех компаний уровень соответствия отчетов российских компаний международным стандартам не высок, но в них неплохо прослеживается социальная составляющая. Наиболее полно она представлена в ОАО «ММК» и ОАО «Северсталь». Вместе с тем, остаются разделы отчетности, по которым наблюдается информационная недостаточность. В этой связи, для повышения уровня внедрения международных стандартов в целях совершенствования отчетности об устойчивом развитии необходимо пересмотреть структуру отчетности (особенно это относится к ОАО «НЛМК»), исключить избыточность отчетной информации и по возможности добавить в нее новые социальные показатели, предоставлять заинтересованным сторонам только существенную информацию, повысить квалификацию персонала, занимающегося подготовкой отчетов; сформировать интерес всех заинтересованных сторон к отчетности такого рода. В дальнейшем все компании должны продолжить работу по подготовке и выпуску отчетов в области устойчивого развития с использованием передовых практик в области нефинансовой отчетности и Руководства GRI, при этом определенные части отчета об устойчивом развитии следует осуществить в соответствии с новой версией Руководства GRI G4 [9].

Литература:

1. *Басова М.М.* Особенности управления производственными женскими трудовыми коллективами / автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Юго-Западный государственный университет. Курск. 2013.
2. *Веревкин Л.П.* Социальная ответственность бизнеса // Мониторинг общественного мнения. 2010. №1 (95). С. 37–48.
3. *Ефимова О.В.* Отчет об устойчивом развитии как новая форма корпоративной отчетности компании // Аудиторские ведомости. 2014. №8. С. 36–47.
4. Официальный сайт ОАО «НЛМК» // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lipetsk.nlmk.ru/>
5. Официальный сайт ОАО «ММК» // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mmk.ru/>
6. Официальный сайт ОАО «Северсталь» // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.severstal.com>

7. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей // [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.rspp.ru
8. Международный стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» // [Электронный ресурс]. Режим доступа: // <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm>
9. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4 // [Электронный ресурс]. Режим доступа: //<http://media.rspp.ru/document/1/e/6/e6aef2d23c03d8181b6230003f977361.pdf>
10. «GRI and ISO 26000: How to use the GRI Guidelines in conjunction with ISO 26000», // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://globalreporting.org>

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ОРГАНИЗАЦИЙ

*Крюкова К.И., студентка
Финансово-экономического факультета
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., доцент Домбровская Е.Н.*

Аннотация: В статье исследуются проблемы бухгалтерского учета и налогообложения при реализации маркетинговых стратегий в организациях.

Ключевые слова: маркетинг, учет, бухгалтерский учет, налоговый учет, налогообложение.

Abstract: This article investigates the problem of accounting and taxation at the implementation of marketing strategies in organizations.

Keywords: marketing, accounting, bookkeeping, tax accounting, taxation.

Выбор стратегий маркетинга и формирования маркетинговой политики является необходимым и достаточным условием успешного функционирования и развития компании. Выделяют следующие виды маркетинговых стратегий: стратегии целевого рынка; товарные стратегии; ценовые стратегии; стратегии распределения; стратегии коммуникаций. В своей работе подробно освещены особенности бухгалтерского учета и налогообложения подарочных карт как товарной стратегии маркетинга. Используемая в компании система накопительных скидок, подарочных карт, опросы покупателей позволяют исследовать динамику посещений и покупок, а также управлять емкостью потребительского сегмента компании.

Законодательство РФ в принципе не использует таких понятий, как «подарочная карта» или «подарочный сертификат». Это означает, что ни в одном из законов или других нормативно-правовых актах нельзя найти четкого определения термина. Минфин России под подарочным сертификатом понимает документ, удостоверяющий право его держателя приобрести у лица, выпустившего сертификат, товары, ра-

боты или услуги на сумму, равную номинальной стоимости этого сертификата (письма от 25.04.11 № 03-03-06/1/268 и от 04.04.11 № 03-03-06/1/207). Аналогичное определение этого термина приводят и налоговики (письмо УФНС России по г. Москве от 22.10.09 № 17-15/110609).

Обращение подарочного сертификата обычно состоит из трех этапов:

- приобретение его у компании или индивидуального предпринимателя, выпустившего сертификат;
- передача сертификата, например, в виде подарка своему работнику или деловому партнеру либо в качестве бонуса покупателю в связи с приобретением им товара на определенную сумму;
- погашение сертификата, которое происходит при предъявлении его в качестве оплаты за товары, работы или услуги, приобретаемые у организации, выпустившей этот сертификат. «Неотоваренный» подарочный сертификат считается погашенным по истечении срока его действия, если такой срок был установлен.

Продажа подарочного сертификата не является реализацией. Ее следует рассматривать как получение предоплаты за товары, работы или услуги, которые будут приобретаться в будущем с помощью этого сертификата. Тем не менее, сходство с предоплатой не 100%. Аванс возможен в рамках подписанного договора. Это означает, что договор действителен в то время, когда обе стороны договорились по всем существенным условиям. Товар и цена приобретенной продукции не может быть известна заранее, так как записана только общая сумма сделки – цена сертификата которую, можно изменить (на предъявителя карты может принять товар в большей или меньшей стоимости).

Поскольку продажа подарочного сертификата приравнивается к получению предоплаты за товар, организация-эмитент обязана начислить НДС на сумму полученного аванса (п. 1 ст. 154 и подп. 2 п. 1 ст. 167 НК РФ). В дальнейшем при предъявлении подарочного сертификата в качестве оплаты за товары организация сможет принять к вычету всю сумму НДС, которую она исчислила при получении предоплаты (п. 8 ст. 171 НК РФ). При этом не имеет значения, что, например,

НДС с предоплаты был начислен по ставке 18/118, а фактически в обмен на сертификат реализовали товары, облагаемые по пониженной ставке 10%.

Налоговики не разрешают включать в расходы стоимость безвозмездно переданных сертификатов. Чаще всего организации приобретают подарочные сертификаты, выпущенные другими компаниями, и используют их для передачи в качестве подарка своим работникам либо деловым партнерам.

Минфин России расценивает такую передачу как безвозмездную (письмо от 04.04.11 № 03-03-06/1/207). Стоимость безвозмездно переданного имущества в целях налогообложения прибыли не учитывается (п. 16 ст. 270 НК РФ). Поэтому в указанных ситуациях организация, безвозмездно передавшая подарочный сертификат, не сможет учесть стоимость его приобретения при расчете налога на прибыль.

Допустим, организация раздает подарочные сертификаты своим покупателям или клиентам в качестве бонуса для стимулирования новых покупок, то есть в рамках рекламной акции. В этом случае расходы на приобретение сертификатов для указанных целей можно отнести к рекламным (подп. 28 п. 1 ст. 264 НК РФ) и учесть при налогообложении прибыли в размере, не превышающем 1% выручки от реализации за соответствующий период (абз. 5 п. 4 ст. 264 НК РФ). Организация, передающая сертификат, должна начислить на его стоимость НДС. Исключение – передача в рекламных целях подарочного сертификата, стоимость приобретения которого не превышает 100 руб. Такая передача не облагается НДС (подп. 25 п. 3 ст. 149 НК РФ). Однако использование подарочных сертификатов номиналом не более 100 руб. не имеет широкого распространения при передаче работнику подарочного сертификата не нужно удерживать НДФЛ, если общая стоимость подарков от компании за год не превысила 4000 руб. Минфин России неоднократно отмечал, что при получении физическим лицом подарочного сертификата от организации у него образуется доход в натуральной форме, который облагается НДФЛ (письма от 14.09.12 №03-04-06/6-279, от 07.09.12 №03-04-06/6-274 и от 02.07.12 №03-04-05/9-809). Однако стоимость подарков, полученных физическим лицом от компании, не облагается НДФЛ, если их общая сумма не превышает

4000 руб. в целом за календарный год (п. 28 ст. 217 НК РФ). Получается, что организация обязана удержать и перечислить в бюджет НДФЛ со стоимости сертификата, номинал которого превышает 4000 руб.

Стоимость реализованного товара равна номиналу сертификата. В этом случае организация, реализовавшая товары, работы или услуги в обмен на подарочный сертификат, включает их стоимость:

- в доходы, признаваемые при расчете налога на прибыль (п. 1 ст. 249 НК РФ);
- в налоговую базу по НДС (подп. 1 п. 1 ст. 146 НК РФ). В зависимости от категории проданного товара этот налог начисляется по ставке 10 или 18%.

Сумму НДС, которую организация-эмитент исчислила на дату получения предоплаты при продаже сертификата, она вправе принять к вычету на дату реализации товаров, работ или услуг, оплачиваемых этим сертификатом (п. 8 ст. 171 НК РФ).

Стоимость проданного товара превышает номинал сертификата. Обычно предъявитель сертификата доплачивает разницу наличными деньгами или банковской карточкой. Вся стоимость реализованного товара, включая доплату, компания-эмитент включает в доходы и начисляет НДС по соответствующей ставке 10 или 18% (подп. 1 п. 1 ст. 146 и п. 1 ст. 249 НК РФ). Сумму НДС с предоплаты, которая была начислена при продаже сертификата, она принимает к вычету (п. 8 ст. 171 НК РФ).

Стоимость реализованного товара меньше номинала сертификата. Эта ситуация является наиболее рискованной для организации, выпустившей подарочный сертификат. Ведь фактически получается, что она не смогла продать товар на всю ту сумму, которую получила в виде предоплаты за него. Часть этой предоплаты осталась неиспользованной. Указанная разница обычно не возвращается ни покупателю сертификата, ни его предъявителю. Соответственно в налоговом учете эмитента она признается безвозмездно полученным имуществом (письма Минфина России от 25.04.11 №03-03-06/1/268 и УФНС России по г. Москве от 22.10.09 №17-15/110609). Значит, разницу между номиналом сертификата и стоимостью реализованного товара компания-эмитент включает во внереализационные доходы согласно пункту 8 статьи 250 НК РФ. Кроме того, в доходы от реализации организация-

эмитент включает стоимость товара, проданного по сертификату. На эту же сумму она начисляет НДС по соответствующей ставке 10 или 18%.

Разногласия с налоговиками возможны также по поводу правомерности вычета всей суммы НДС, которая была начислена с предоплаты при продаже подарочного сертификата. Ведь вычет НДС с суммы полученного аванса возможен только в случае изменения условий либо расторжения договора и возврата соответствующих сумм авансовых платежей (п. 5 ст. 171 НК РФ).

Однако при неполном «отоваривании» подарочного сертификата не происходит ни изменения условий договора, ни возврата аванса. Таким образом, по мнению Минфина России, НДС, относящийся к сумме превышения номинала сертификата над стоимостью проданного товара, нельзя принять к вычету (письма от 10.02.10 № 03-03-06/1/58 и от 25.02.09 №03-07-10/04). Более того, финансовое ведомство отмечает, что не принятый к вычету НДС с предоплаты не включается ни в прочие, ни во внереализационные расходы, то есть не учитывается при расчете налога на прибыль.

Таким образом, в сфере торговой деятельности реализация подарочных сертификатов выступает эффективным и продуманным ходом маркетинговой политики. Однако до сих пор Минфин России и налоговая служба не уделили им особого внимания. Поскольку нет никаких официальных рекомендаций по учету операций с сертификатами, организации вынуждены сами придумывать схемы бухгалтерских проводок и налогового учета. В итоге на практике появилось довольно много вариантов, и не все из них удобны. Однако прогресс не стоит на месте, и в качестве альтернативы подарочным картам конкретного бренда все большую популярность получают мультикарты, принимаемые в качестве оплаты не в какой-то одной торговой сети, а во всех компаниях-партнерах. Из преимуществ следует отметить тот факт, что у организации становится меньше забот по выпуску карт. Что же касается их учета и налогообложения, то здесь возникает новое поле деятельности для законодателей, а у бухгалтеров – новые вопросы.

ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ, СОГЛАСНО КОНЦЕПЦИИ COSO

**Бурцева К.Ю., к.э.н., доцент,
докторант кафедры
«Аудит и контроль»
Финансового университета**

Аннотация: Основываясь на модели, предложенной комитетом COSO (The Committee of Sponsoring Organizations) и исследовании международного опыта ее применения в вузах, в статье определены сущность и содержание пяти элементов системы внутреннего контроля деятельности университета. В статье на основе анализа и обобщения имеющегося научного и практического опыта, рассмотрены процедуры контроля деятельности вузов, направленные на достижение целей контроля и обеспечение достоверными данными менеджеров в процессе принятия управленческих решений. Также рассмотрены вопросы оценки и анализа рисков, с которыми сталкиваются вузы как во внешней, так и внутренней среде.

Ключевые слова: вуз, контроль, процедуры контроля, внутренний контроль, контроль деятельности вуза, элементы внутреннего контроля вуза, модель COSO.

Abstract: Based on the model proposed by the Committee COSO (The Committee of Sponsoring Organizations) and the study of international experience of its application in universities, the article discussed the essence and content of the five elements of the internal control system of the university. On the basis of analysis and synthesis of available scientific and practical experience are discussed procedures for monitoring the activities of universities, to achieve the purpose of monitoring and ensuring reliable data which managers use in the process of decisions making. Also consider the evaluation and analysis of the risks faced by universities both in the external and internal environment.

Keywords: university, control, control procedures, internal control, control of the university, the elements of the internal control system of the university, the model COSO.

Необходимость использования в высших учебных заведениях совокупности элементов внутреннего контроля (системы) обуславливается отклонениями фактического состояния показателей от плановых на каждом из уровней управления и своевременном принятии решений

при любых несоответствиях. Р.П. Булыга считает, что «если система внутреннего контроля работает эффективно, то не нужно проводить очень детальную проверку внешним аудитом, потому что можно доверять системе внутреннего контроля в раскрытии ошибок и предупреждении нарушения норм» [1].

В соответствии с ФЗ № 402 от 6 декабря 2011 г. «О бухгалтерском учете» [2] наличие системы внутреннего контроля (СВК) в организациях носит не рекомендательный, а обязательный характер. Поэтому вопросы формирования системы контроля приобретает объективную значимость и ярко выраженную необходимость. Согласно главе 2 (ст.19) экономический субъект, бухгалтерская (финансовая) отчетность которого подлежит обязательному аудиту, обязан организовать и осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности (за исключением случаев, когда его руководитель принял обязанность ведения бухгалтерского учета на себя).

В целях реализации положений Федерального закона «О бухгалтерском учете» Минфином России также были разработаны рекомендации по организации и осуществлению экономическими субъектами внутреннего контроля (ВК), основными элементами которого являются:

- контрольная среда (под которой понимается, в том числе, культура управления и надлежащее отношение персонала к осуществлению ВК);
- оценка рисков (выявление и анализ вероятности недостижения поставленных целей);
- процедуры контроля (в том числе санкционирование сделок и операций, сверка данных, контроль фактического наличия и состояния объектов учета);
- информирование персонала и коммуникация (создание систем информирования, проверка качества хранимой и обрабатываемой информации, эффективное доведение информации, необходимой для принятия управленческих решений и т.д.);
- оценка результатов осуществления внутреннего контроля (включает, в том числе, оценку эффективности дизайна и операционной эффективности внутреннего контроля) [3].

В рекомендациях приведены, в частности, общие подходы к организации внутреннего контроля, а также описаны элементы внутреннего контроля и необходимые процедуры. Следует также отметить, что в основе данного проекта лежат принципы закона Сарбейнса–Оксли и в настоящее время он находится в разработке.

Элементы рекомендаций представляют собой точную копию составляющих концепции COSO, разработанной в США в 2004 году. Предпосылками создания данной концепции является кризис 1980-х годов в США. Он принес огромные материальные убытки инвесторам, дебиторам и правительству в целом, что послужило созданию бухгалтерами, внутренними аудиторами и финансовыми менеджерами специальной комиссии (The Treadway Commission), рекомендовавшей спонсирующим организациям разработать руководство по внутреннему контролю. Для реализации этой рекомендации был создан COSO комитет (The Committee of Sponsoring Organizations), который разработал модели риска и контроля. Именно эти идеи в дальнейшем послужили основой для ряда аналогичных моделей, предложенных в других странах.

Концепция COSO состоит из 5 элементов: контрольная среда (Control Environment); система выявления и оценки рисков (Risk Assessment); контрольные процедуры (Control Activities); информационная среда и система коммуникаций (Information and Communicatoin); мониторинг (Monitoring).

В 2004 г. была предложена модель COSO ERM – Integrated Framework (ERM – enterprise risk model), объединившая в единое целое элементы внутреннего контроля и элементы системы управления рисками организации. Согласно COSO, все компоненты необходимы для наиболее полного и подробного анализа системы внутреннего контроля, охватывающего все процессы, протекаемые в организации.

Изначально, концепция COSO применялась в различных производственных компаниях. В настоящее время в зарубежных странах стало распространённым применение элементов COSO в вузах. Мы исследовали системы внутреннего контроля в вузах различных стран. Так, например, в университете Mercer в США (Mercer University) [4], строго придерживаются концепции COSO, разбивая систему контроля на пять составляющих.

Если рассматривать систему внутреннего контроля в Ирландском национальном университете в Корке (UCC (University College Cork, Ireland) [5], то можно увидеть, что она включает в себя политику, процедуры, процессы, задачи, модели поведения и другие аспекты организации, вместе взятые. В системе внутреннего контроля Ирландского национального университета четко не обозначена такая составляющая как «контрольная среда».

Внутренний контроль в американском университете в Каире (The American University in Cairo (AUC) [6], лишь частично соответствует концепции COSO.

Использование всех перечисленных составляющих внутреннего контроля, согласно COSO, позволяют:

- облегчить и оптимизировать систему оценки рисков (оценка рисков);
- своевременно обеспечивать внутренней и внешней информацией и отчетностью все уровни организации (информационная среда);
- проводить внутренний контроль на основании действующего законодательства, правил и процедур внутренней политики (средства контроля);
- обеспечивать менеджмент возможностью мониторинга всех уровней контроля вуза (мониторинг).

Внутренний контроль является важнейшей составляющей современной системы управления высшим учебным заведением и позволяет повысить эффективность образовательной, научно-исследовательской и внеучебной деятельности [7, с. 76].

Внутренний контроль деятельности вуза должен носить системный характер, т.е. проводиться на всех уровнях организационной структуры. Опираясь на концепцию COSO, предложим рекомендации по формированию СВК, в основе которой будут лежать 5 элементов.

Основываясь на компонентах COSO, предлагаем внедрить стандарты внутреннего контроля в вузы. Данный стандарт будет описывать, помимо пяти составляющих, цели, границы контроля и непосредственно ответственных за те или иные функции контроля.

Целью стандарта является:

- документирование и определение средств контроля каждой единицей вуза, отделом, подразделением;

- установление инструментов контроля для каждого подразделения;
- определение ответственности по всем элементам контроля в вузе.

В каждом департаменте должны существовать определенные инструменты для управления системой внутреннего контроля и ее процессов. Все сотрудники университета должны нести ответственность за использование внутренних средств контроля, которые следует документировать и сохранять должным образом.

Стандарт внутреннего контроля представляет собой инструмент для сотрудников вуза, который может помочь идентифицировать и оценить операционное управление, финансовую отчетность, установить требования к процессам вуза и при необходимости оперативно принимать управленческие решения.

Рассмотрим компоненты стандарта. Контрольная среда является основой СВК организации, это – атмосфера, в которой люди проводят свои операции и выполняют обязанности по контролю. Эффективная среда контроля – это такая среда, где каждый ответственный понимает свои обязанности. Она охватывает этические ценности, стиль работы руководства, систему делегирования полномочий, процессы управления и развития человеческих ресурсов.

Руководство несет ответственность за предоставление контрольной информации всему персоналу. Только после того как результаты исполнения контролирующих процедур будут зафиксированы, а в отношении отклонений предусмотрены эффективные корректирующие воздействия, на основе постоянного мониторинга системы внутреннего контроля, руководством могут быть утверждены правила ее внутренней сертификации, исполнение которых также должно контролироваться на постоянной основе.

Процедуры контроля – это специально разработанные методы и правила, направленные на обеспечение гарантии того, что все произведенные операции отражены точно и достоверно, а возможные ошибки обнаруживаются достаточно быстро. Данные процедуры направлены на достижение целей контроля и обеспечение достоверными данными менеджеров в процессе принятия управленческих решений.

В практике деятельности вузов встречаются следующие процедуры: контроля полноты данных, точности, их выверка, обзоры, разрешения (утверждения) операций, сохранности активов и записей, проверки и т.д. (таблица 1).

Информация и коммуникация, как элемент внутреннего контроля, подлежит описанию в стандарте вуза. Для осуществления контроля, ответственным исполнителям требуется информация о планах вуза, среде контроля, рисках, операциях контроля и производительности. Достоверная и релевантная информация и из внутренних и из внешних источников должна быть собрана, идентифицирована, обработана и сообщена сотрудникам, которые нуждаются в ней – в форме и период времени, который является необходимым. Информационные системы включают в себя отчеты, содержащие операционную, финансовую, и связанную с соответствием информацию, которая позволяет управлять вузом.

Таблица 1 – Процедуры контроля в деятельности вузов

Процедуры	Сущность, содержание
<i>1</i>	<i>2</i>
Контроль полноты данных	<p>Призван обеспечить уверенность в том, что информация по всем операциям учтена в полном объеме. Отсутствие процедур контроля полноты данных может привести к принятию документов в учет, их потере, пересортировке и, соответственно, искажению информации. Наиболее распространенными процедурами являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – предварительная или последующая нумерация первичных данных; – сравнение сведений путем использования разных источников; – проверка полноты учета и обработки информации с использованием проверочных сумм (балансовый метод, сопоставление количества обрабатываемых документов до и после)
Процедура контроля точности информации	<p>Предоставляет уверенность в том, что все совершенные операции отражены достоверно, своевременно, правильно и в полном объеме. Точности можно добиться путем внедрения контрольных процедур за результатами проведенных расчетов. Например, арифметическая проверка учетных записей и сверка с расчетами</p>

Продолжение таблицы

<p>Выверка</p>	<p>Органы, наделенные полномочиями проведения такой операции контроля как выверка, сравнивают подконтрольные данные друг с другом, идентифицирует и исследует различия и, при необходимости, принимают меры по ликвидации несоответствий.</p> <p>Примером выверки данных может быть сравнение ежемесячных финансовых отчетов бухгалтерии с сопроводительной документацией или бухгалтерскими записями отдела по операциям. Эта деятельность контроля помогает обеспечить точность и полноту операций, отражаемых на счетах</p>
<p>Обзоры</p>	<p>Обзоры включают в себя плановое и фактическое сопоставление данных, их сравнение с предшествующим периодом, оценку показателей эффективности, последующую обработку сведений и анализ неожиданных результатов или необычных фактов хозяйственной деятельности</p>
<p>Процедура контроля разрешения (утверждения)</p>	<p>Заключается в делегировании полномочий на выполнение операций. Данные процедуры могут быть общими или определенными. Например, предоставление разрешения кафедре израсходовать средства из утвержденного бюджета – это общее разрешение. Определенное разрешение касается отдельных операций. Оно требует подписи или электронного утверждения операции лицом, наделенным такой властью. Разрешение означает, что утверждающее лицо рассмотрело сопроводительную документацию и удовлетворено надлежащим ее исполнением, точностью и соответствием правовым нормам, регулирующим положениям, политике и процедурам. Утверждающие лица преждевременно должны рассмотреть сопроводительную документацию, изучить необычные позиции и удостовериться в наличии необходимой и полной информации, требуемой для выполнения операции, прежде чем они поставят свою подпись. Поэтому подписание пустых бланков категорически запрещается.</p> <p>К процедурам контроля разрешения (утверждения) относят: выдачу разрешений на утверждение или совершение операций; проверку документооборота; определение лиц, наделенных полномочиями на совершение установленных операций и т.д.</p>

Окончание таблицы

Сохранность активов	Процедуры контроля сохранности активов включают: проверку сохранности материальных и интеллектуальных активов, гарантию их наличия и целостности, соответствие фактического состояния активов с данными учета, а также их исследование и исправление отличий. Доступ к оборудованию, запасам, ценным бумагам, наличным средствам и другим активам должен быть ограничен. Их следует периодически пересчитывать и сравнивать с количеством и суммами, отраженными в отчетах. Ликвидные активы, активы с альтернативным использованием, опасные активы, важные документы, конфиденциальная информация должны быть защищены от несанкционированного получения, использования или распоряжения ими. Как правило, ограничение доступа является лучшим способом их охраны
Разделение (сегрегация) обязанностей	Обязанности отдельных сотрудников должны быть сегрегированы (разделены) и разграничены, чтобы снизить риск ошибок или несоответствующий действий. Одно и то же должностное лицо не должно: инициировать транзакции, утверждать их, фиксировать исполнение, управлять активами и анализировать отчеты

Информация и системы связи могут быть формальными или неформальными. Формальная информация и системы связи – те, которые колеблются в пределах от сложной компьютерной технологии связи до простых встреч штата – должны предоставить ввод данных и сведения об обратной связи относительно операций, финансовой отчетности и целях соответствия. Такие системы жизненно важны для успеха вуза. Неофициальные переговоры со студентами, абитуриентами, родителями, регуляторами и сотрудниками часто обеспечивают руководство самой критической информацией, необходимой для идентификации рисков и возможностей.

Любой вуз сталкивается с различными рисками, как внешними, так и внутренними, поэтому для их минимизации необходимо проводить постоянную оценку и анализ. Для эффективного контроля должны быть определены и применены его средства, представляющие собой совокупность внутренних документов и процедур, обеспечивающих совершение необходимых действий, с целью снижения рисков и достижения поставленных целей. Средства контроля следует использовать во всем вузе и на всех его уровнях управления.

Риск отражает вероятность того, что событие или действие окажет негативное влияние на университет. Основными категориями риска являются ошибки, упущения, задержки и мошенничество. Чтобы достигнуть стратегических целей, менеджмент вуза должен сбалансировать риски и средства контроля. Поэтому, процедуры контроля должны быть разработаны так, чтобы они уменьшили риск до такого уровня, когда его уже можно принять. Только выполняя это уравновешивание, может быть достигнут оптимальный уровень гарантии охраны активов, надежности финансовой информации, соблюдения законодательства и регулирующих положений. Проблемы несбалансированности процедур контроля и рисков представлены в таблице 2.

Чтобы достигнуть баланса между риском и средствами контроля, внутренние средства должны быть превентивными, обеспечены добавленной стоимостью, экономически целесообразны и не подвержены риску.

Таблица 2 – Проблемы несбалансированности процедур контроля и рисков

Чрезмерные риски <i>1</i>	Чрезмерные средства контроля <i>2</i>
Потеря безвозмездно получаемых средств, активов или грантов	Чрезмерная бюрократия
Неверные стратегические и операционные решения	Сокращение производительности
Несоблюдение законодательства и регулирующих положений	Повышение сложности контрольных процедур
Усложнение и увеличение регулирующих положений	Увеличение времени цикла, не представляющее ценности
Общественные скандалы	

Не соблюдение процедур сбалансированности контроля и рисков может привести к возникновению мошенничества в университете. Традиционно выделяют следующие факторы, влияющие на совершение мошеннических действий: мотивация, возможность и личные побуждения.

Оценку рисков в деятельности образовательных учреждений следует проводить в несколько этапов:

1. Определение целей.
2. Идентификация рисков.
3. Анализ степени риска.

Центральная задача внутреннего контроля состоит в том, чтобы идентифицировать риски, препятствующие достижению целей организации и сделать так, чтобы они поддавались управлению и контролю. Регулирование же самих целей является предварительным условием.

На высших уровнях управления цели должны быть представлены в стратегическом плане, который включает определение миссии и стратегических инициатив. Цели подразделений должны поддерживать стратегический план вуза, они могут быть классифицированы на следующие категории:

- Операционные цели. Относятся к достижению основной миссии подразделения, эффективности и продуктивности его операций, включая повышение производительности и охрану ресурсов от потери и хищения.
- Цели финансовой отчетности. Связаны с подготовкой надежных и достоверных отчетов, исключающих предоставление мошеннических данных.
- Цели соответствия. Относятся к соблюдению приверженности применяемым правовым нормам и регулирующим положениям.

Последовательность оценки рисков включает в себя их идентификацию и анализ тех рисков, которые связаны с не достижением целей. Все это формирует представление о том, как этими рисками нужно управлять.

Чтобы должным образом управлять процессами и операциями, менеджеры должны определить уровень рисков, который они готовы принять. Оценка риска является одной из обязанностей управления и позволяет менеджменту действовать заранее в направлении сокращения нежелательных неожиданностей. Неспособность сознательно управлять этими рисками может привести к тому, что цели не будут достигнуты.

Риск – это обстоятельства, подвергающие опасности достижение целей. Для каждой цели подразделения они должны быть идентифицированы.

Важно, чтобы определение рисков было всесторонним, как на уровне отдела или подразделения, так и на уровне деятельности или процесса. Следует учитывать внешние и внутренние факторы риска. Обычно, для каждой цели могут быть идентифицированы несколько рисков.

Рассмотрим некоторые типы операций, осуществляемых в вузах, которым могут соответствовать наиболее высокие угрозы транзакционных рисков: наличие мелких денег; активы с альтернативным использованием; денежные и материальные поступления (подарки, дары на специальные мероприятия, поступления книжного магазина и т.д.); транспортные расходы; стипендии; оборудование, поставленное непосредственно в отдел; льготные закупки; расчеты заработной платы; перемещенное оборудование; лицензирование программного обеспечения; интеллектуальная собственность; конфиденциальная информация. Это типы транзакций, которые заслуживают сознательного обзора и идентификации рисков.

Когда оценивается потенциальное влияние риска, должны учитываться как количественные, так и качественные затраты связанные с принятием этого риска. Количественные включают потерю имущества, оборудования, запасов, денег и т.д. У качественных затрат может быть всестороннее значение, они могут включать: потерю общественного доверия, будущих грантов, подарков и пожертвований, ущерб репутации вуза, ужесточение законодательства, нарушение законов, антиреклама.

После того, как риски идентифицированы, следует провести оценку степени их наступления с целью выявления тех, которые требуют приоритетного внимания, для этого необходимо:

- оценить вероятность (или частоту) появления риска;
- оценить его потенциальное влияние, если он произойдет;
- рассмотреть количественные и качественные затраты;
- определить, как нужно управлять риском;
- решить, какие необходимы действия.

Идентификация рисков, требующих приоритетного внимания помогает менеджерам сосредотачивать свое внимание на значительных рисках, имеющих высокую вероятность возникновения и большое потенциальное влияние.

Роль стандарта ВК в системе внутреннего контроля критически важна по отношению к его эффективности. Руководство, как и внешние контролирующие органы, может смотреть на все данные по деятельности вуза, чтобы решить, что средства управления функционируют, оно должно сфокусировать свои контрольные операции в высокорисковых областях. Использование выборочных проверок операций или основных методов выборки может предоставить разумный уровень уверенности, что средства управления функционируют, как предназначено.

Поскольку события последних лет показывают, что темп изменений, с которым сталкиваются высшие учебные заведения, неуклонно возрастает, то ключевыми особенностями конкурентоспособных на международном уровне университетов должны стать гибкие модели управления [8, с. 107].

Исходя из вышеизложенного, можно говорить о том, что внедрение стандартов внутреннего контроля деятельности вуза на всех уровнях организационной структуры обеспечит:

- четкое позиционирование университета в образовательном пространстве, видение перспектив его развития;
- повышение эффективности управления деятельностью на основе технологий стратегического планирования;
- сосредоточение внимания руководства на самом значительном по затратам, либо часто возникающем риске и его минимизацию;
- мобилизацию внутренних интеллектуальных, материально-технических и других видов ресурсов развития вуза;
- создание механизмов привлечения внешних финансовых источников;
- будет способствовать формированию привлекательного имиджа вуза и благоприятного инвестиционного климата для бизнес-структур;
- будет оказывать содействие развитию всей системы высшего образования в целом.

Литература:

1. Булыга Р.П. Аудит бизнеса как основное научно-образовательное направление Финансового университета в области аудиторской деятельности // Аудитор. 2014. №4(230).
2. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс] // Консультант- Плюс. Информационно-правовая система. URL: www.consultant.ru (дата обращения: 20.09.2014).
3. О внутреннем контроле фактов хозяйственной жизни, ведения бухучета и составления отчетности [Электронный ресурс] // URL: <http://www.audit-it.ru/law/account/686543.html> (Дата обращения 23.02.2015).
4. Официальный сайт университета Mercer (Mercer University) [Электронный ресурс] // URL: <http://www.mercer.edu/> (дата обращения: 22.02.2015).
5. Официальный сайт университета в Корке (UCC (University College Cork, Ireland) [Электронный ресурс]//URL: <http://www.ucc.ie/en>. (дата обращения: 22.02.2015).
6. Официальный сайт американского университета в Каире (The American University in Cairo (AUC) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aucegypt.edu/about/Pages/default.aspx> (дата обращения: 22.02.2015).
7. Бурцева К.Ю. Внутренний контроль деятельности вуза: определение, сущность, содержание // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Тольятти: 2014. № 4 (30).
8. Бурцева К.Ю. Факторы, препятствующие международной конкурентоспособности российских университетов / РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. М: 2015. №1.

РАЗВИТИЕ ОПЕРАЦИОННОГО АУДИТА В РОССИИ

*Болдырев А.Н., к.э.н.,
старший преподаватель кафедры
«Экономический анализ»
Финансового университета*

Аннотация: Статья содержит понятие, порядок проведения процедуры ДьюДилидженс, ее исполнители и ее значение для заинтересованных лиц.

Ключевые слова: аудит, контроль, управление рисками, оценка бизнеса.

Abstract: The article describes the concept of the order of the procedure Due-Diligence, its artists and its importance for stakeholders.

Keywords: audit, control, risk management, business valuation.

Аудит во всех странах мира постоянно совершенствуется, что связано с изменением объективных условий развития субъектов хозяйствования, в частности с активизацией процессов интеграции в рамках решения глобальных задач, усилением роли интеллектуальных факторов развития производства, использованием современных информационных технологий и т.п. Это позволяет сделать вывод, что необходим новый взгляд на организацию бухгалтерско-финансовой функции управления и ее важнейшей составляющей – финансового контроля, в том числе и аудита.

Обеспечение инновационного процесса, ускорение развития производства и повышение его эффективности требуют включения глубинных факторов производства, ориентированных на реализацию достижений научно-технического прогресса, интенсификацию процессов производства и выбор таких методов организации бизнес-процессов, которые обеспечивают наибольшую отдачу на каждый рубль вложенных средств. В этих условиях правильная постановка учета всех видов затрат и полученных результатов, всесторонний анализ хода производства, оценка полученных финансовых результатов и контроль за точностью их отражения в отчетности становятся решающими факторами успешного управления производством. Этим объясняется большое внимание к вопросам реформирования и развития бух-

галтерского учета и отчетности, аудита и государственного финансового контроля. Последовательное расширение задач аудита, его развитие как института независимой экспертизы предполагают активизацию таких его направлений, как организационное, экологическое, управленческое.

ДьюДилидженс – это формирование объективного представления об объекте инвестирования, включающая в себя оценку инвестиционных рисков, объекта инвестирования и многих других факторов. В первую очередь эта процедура направлена на проверку законности и доходности планируемой сделки или инвестиционного проекта, однако важную роль играет полнота предоставляемой информации, что позволяет инвесторам или партнерам оценить все преимущества и недостатки сотрудничества.

Термин DueDiligence (от англ. DueDiligence, – обеспечение добросовестности) означает проведение комплексной оценки системы сбора и анализа информации о будущих или существующих контрагентах и партнерах для защиты собственности от возможного ущерба, проведение анализа деятельности компании финансовыми аналитиками, аудиторами и юристами. Такая оценка проводится посредством анализа всех аспектов приобретаемого бизнеса и выявление всех возможных рисков. Отсутствие такой проверки может привести к убыткам после смены собственника, судебным искам и другим негативным последствиям.

Процедура ДьюДилидженс проводится во время планирования возможной покупки или инвестирования. Изучается деятельность компании, собирается и анализируется любая информация о компании, обычно с использованием официальных источников, сети Интернет, публикаций в прессе. Поиск, оценка и анализ информации проводится для выяснения стоимости компании и выгод от ее приобретения. Сроки проведения процедуры ДьюДилидженс могут быть достаточно большими, в зависимости от размера и структуры приобретаемого бизнеса.

Таким образом, цель проведения процедуры ДьюДилидженс – минимизировать существующие предпринимательские риски – экономические, политические, правовые, маркетинговые, налоговые, в том числе:

- риск ошибочной оценки стоимости компании;
- риск невозврата дебиторской задолженности;
- риск причинения убытков;
- риск судебных преследований, в том числе ареста;
- риск признания сделки недействительной;
- риск захват или поглощения другой компанией;
- риск нанесения ущерба интеллектуальной собственности;
- риски, связанные с изменением законодательства;
- смена ключевых должностных лиц;
- административные риски.

От объективного проведения этих процедур зависит эффективность сделки. Такая экспертная оценка позволит предотвратить возможные конфликты интересов между заинтересованными сторонами.

В процессе проведения процедуры ДьюДилидженс принимаются во внимание как количественные показатели и финансовые данные, так и качественные показатели: оценка существующего менеджмента, внутренних процессов и процедур, стоимости лицензий, месторасположение и права на объекты недвижимости.

В процессе проведения DueDiligence, как правило, выполняются работы, которые можно разбить на три взаимосвязанные части:

- оценка стоимости пакета акций (стоимости имущественного комплекса, стоимости бизнеса).
- оценка системы бухгалтерского учета и достоверности отчетности и финансовый анализ; оценка налоговых рисков;
- юридическая оценка рисков из обязательств и совершенных сделок.

При этом оценщики, аудиторы и юристы работают в тесном взаимодействии, поскольку полная информация по сделке порой может быть дана только совместными усилиями. Теперь более подробно об этих трех группах специалистов, работа которых в комплексе и носит название DueDiligence.

Первая группа – это финансовые аналитики, их задача определить справедливую стоимость объекта инвестирования, дать покупателю диапазон стоимости предприятия при различных вариантах его будущего использования.

Может быть определена рыночная, инвестиционная или ликвидационная стоимость, в зависимости от того, покупается ли предприятие как действующее, для полного репрофилирования или для слияния

с заказчиком. Финансовые аналитики предлагают заказчику несколько стандартов стоимости для принятия решения о покупке компании, оперируя определенным ценовым диапазоном. Результатом работы этой группы специалистов является отчет об оценке бизнеса.

Вторая группа – это аудиторы, их целью является проведение финансовой проверки, экспертиза деятельности предприятия, а так же выделение налоговых выгод и рисков.

На этом этапе должен быть проведен анализ структуры выручки и затрат компании, оценка системы внутреннего контроля, анализ основных средств, финансовых вложений, дебиторской и кредиторской задолженности, запасов компании; также проводится анализ кредитных договоров и обязательств, анализ условных обязательств, полноты и достоверности учета активов и обязательств. Заключительная стадия работы – выделением потенциальных налоговых рисков и выгод, а также выявление и цифровое выражение потенциальных налоговых обязательств, имеющих у Компании.

Структура данных, которую предоставляют аудиторы, как правило выглядит следующим образом:

- анализ структуры выручки и затрат компании за анализируемый период, анализ основных показателей деятельности компании;
- оценка системы внутреннего контроля в части документооборота, относящегося к расходам Компании. Выборочный анализ качества и полноты документов, подтверждающих расходы Компании;
- анализ основных средств: общий состав, начисленный износ, результаты переоценки;
- анализ финансовых вложений Компании;
- анализ дебиторской задолженности;
- анализ запасов Компании: состав, стоимость, динамика, неликвиды;
- анализ кредиторской задолженности;
- анализ кредитных договоров и обязательств: состав кредиторов/заимодавцев и объем привлеченных средств, условия привлечения кредитов и займов;

- анализ условных обязательств (штрафы; пени; поручительства, выданные в обеспечение долгов третьих лиц; индоссированные векселя; иски, предъявленные Компании; залоги и иные вещно-правовые обременения имущества Компании);
- анализ полноты и достоверности учета активов и обязательств, отраженных за балансом Компании;
- рассмотрение и комментарии по перечисленным ниже вопросам с выделением любых потенциальных налоговых рисков и выгод. Выявление, обобщение и, по возможности, цифровое выражение всех существенных налоговых рисков, неучтенных и (или) потенциальных налоговых обязательств, имеющих у Компании. Результатом работы аудиторов является отчет о финансовой экспертизе.

Третья группа специалистов – это юристы, их задачей является проведение юридической и правовой экспертизы деятельности компании, с целью максимально выявить риски, связанные с ее покупкой.

Юристы проводят обзор учредительных документов, юридического статуса, документов о корпоративном управлении, решений коллегиальных органов управления и основных доверенностей. Анализируются основные сделки с акциями, сведения об акционерах, их имущественных и неимущественных правах. Изучается государственное регулирование деятельности компании, основные контракты и имущественные права компании, трудовые отношения и претензионно-исковая деятельность.

Как правило при проведении процедуры ДьюДилидженс действия юристов направлены на рассмотрение следующих вопросов:

1. Корпоративное управление, включающее:
 - 1.1. Учредительные документы Компании;
 - 1.2. Юридический статус Компании;
 - 1.3. Основные документы, определяющие корпоративное управление Компании;
 - 1.4. Копии протоколов заседаний совета директоров, собраний акционеров, всех рабочих групп и комитетов Компании;
 - 1.5. Список основных доверенностей Компании
2. Акции и акционеры Компании, включающие:
 - 2.1. Основные сделки с акциями Компании и данные об изменении владельцев;

- 2.2. Список акционеров Компании;
 - 2.3. Имущественные и неимущественные права акционеров Компании;
 - 2.4. Соглашения акционеров Компании;
 - 3. Регулирующие аспекты деятельности Компании, включающие:
 - 3.1. Лицензии и разрешения Компании
 - 4. Основные контракты и прочие транзакции, включающие:
 - 4.1. Контракты с основными поставщиками и покупателями;
 - 4.2. Займы, гарантии, лица, имеющие гарантии, различные типы векселей и обязательств;
 - 4.3. Анализ договоров аренды/лизинга помещений и других активов: виды, объемы, сроки действия, механизм ценообразования, возможность расторжения и / или перезаключения на отличных условиях.
 - 5. Документы, подтверждающие имущественные права Компании, включающие:
 - 5.1. Права на недвижимость и прочие активы Компании;
 - 5.2. Акции и прочие ценные бумаги, которыми владеет Компания;
 - 5.3. Прочие существенные материальные и нематериальные активы Компании;
 - 5.4. Договоры залога, залладные и прочие обязательства по активам Компании.
 - 6. Персонал и трудовые отношения, включающие:
 - 6.1. Коллективный договор и прочие соглашения между персоналом и Компанией.
 - 7. Судебные иски и прочие претензии, включающие:
 - 7.1. Судебные иски к Компании (основные случаи);
 - 7.2. Основные существующие претензии / судебные иски;
 - 7.3. Основные неудовлетворенные претензии / судебные иски.
- Результатом работы юристов является отчет о юридической экспертизе компании.

В настоящее время для участников российского инвестиционного рынка все более очевидной становится необходимость управления рисками своей деятельности, улучшения управления финансами, формирования взвешенной инвестиционной политики. Формирование новых взаимосвязей компаний, необходимость модернизации производства, развития отношений с инвесторами и возможность выхода на

международные рынки капитала привели к тому, что требование прозрачности деятельности сегодня – уже не мода, а обязательное требование как для компаний, претендующих на лидирующие позиции на своих рынках, так и для менее крупных развивающихся компаний. Принцип «Знай своего партнера» – основополагающий при выборе формы бизнес-партнерства и договорных условий реализации проекта или сделки.

Банк, предоставляющий кредит клиенту, инвестор, намеревающийся приобрести бизнес, фирма, заключающая торговый контракт – все они хотят быть уверены в надежности и прибыльности совершаемой сделки. Такая уверенность может быть основана только на полной, достоверной и объективной информации о финансовом состоянии, правовом статусе и рыночной позиции компании-контрагента. Для сбора и анализа необходимой информации заинтересованное лицо прибегает к специальной процедуре комплексной проверки, получившей в мировой практике название *duediligence*.

Одна из наиболее частых проблем – это ситуация, когда продавец отказывается представить запрошенную документацию, не содействует в ее предоставлении, направляет покупателя к сотрудникам, которые не знают ответы на вопросы. Это говорит об опасениях, которые продавец испытывает в связи с предоставлением информации консультантам. В конечном счете – это вопрос недоговоренности между продавцом и покупателем.

В ходе всего процесса покупателю следует учитывать стресс, который возникает при взаимодействии его персонала с продавцом. Процедура ДьюДилидженс нарушает обычный распорядок бизнеса и может быть расценена продавцом как необоснованное подозрение со стороны покупателя. Продавец может опасаться негативных последствий для ведения бизнеса и его будущей продажи другим лицам, если предполагаемая сделка не состоится. Некоторые потенциальные сделки срывались из-за строгостей процедуры ДьюДилидженс, вызывающей неприязнь у сторон.

Консультанты рекомендуют обсуждать основные правила ДьюДилидженс еще в процессе переговоров между покупателем и продавцом в письме или соглашении о намерениях. В таком письме указывается

время, требующееся для проведения ДьюДилидженс, возможность копирования документов, перечень документов, к которым должен быть организован доступ.

Очень важно заручиться обязательством продавца содействовать в проведении ДьюДилидженс и гарантировать доступ к персоналу, документам, служебному помещению. Продавец всегда опасается распространения информации и озабочен сохранением конфиденциальности, поэтому наиболее приемлемым вариантом является заключение отдельного соглашения о конфиденциальности.

Однако, несмотря на все препятствия, ДьюДилидженс в России постепенно развивается, чему способствует выход на международные рынки капитала, а так же все усиливающиеся требования инвесторов к раскрытию информации об объекте финансирования. В связи с потребностью в данном виде услуг в ближайшие годы процедура ДьюДилидженс должна получить в России более широкое распространение.

Литература:

1. *Г.А. Маховикова, Т.Г. Касьяненко* Анализ и оценка рисков в бизнесе: учебник и практикум. Санкт-Петербург, Юрайт, 2014.
2. *Ю.И. Прокопенко.* Анатомия рисков. Москва, Кворум, 2013.
3. Правовая система «КонсультантПлюс».

ПРОБЛЕМЫ АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ В РОССИИ

**Фролова Э.О., студентка магистратуры
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Ч.В. Керимова**

Аннотация: В статье обосновывается значимость экономического анализа для управленческих нужд, рассматриваются основные достоинства и недостатки финансовой отчётности как объекта экономического анализа, а также исследуются проблемы анализа бухгалтерской (финансовой) отчётности в России. Автором раскрывается понятие интегрированной отчётности, описываются её достоинства и основные сложности на пути внедрения.

Abstract: The paper deals with the importance of economic analysis for management's use, it considers the main disadvantages of the financial statements as an instrument of economic analysis and problems with analysis of Russian accounting reports. The content of the term "integrated report" is studied, its advantages and fundamental difficulties with the implantation are described.

Ключевые слова: финансовая отчётность, бухгалтерская (финансовая) отчётность, аналитическое обеспечение, управленческие решения, экономический анализ, интегрированная отчётность, нефинансовая отчётность.

Key Words: financial reporting, accounting reporting, analytical support, managerial decisions, integrated reporting, nonfinancial reporting.

Результативность экономического анализа финансового состояния организации во многом зависит от содержания и качества информационной базы, на основе которой проводится анализ. В настоящее время проблемы информативности, достоверности, прозрачности бухгалтерской (финансовой) отчётности в России является одной из наиболее дискуссионных тем среди учёных и исследователей в сфере экономического анализа. Реформирование системы бухгалтерского учёта и отчётности, процесс гармонизации отечественных учётных стандартов, регулярные смены состава и видов форм бухгалтерской отчётности непосредственно влияет на результаты, а главное качество экономического анализа.

Данной тематика посвящено немало монографий, исследований, статей и других научных трудов целого ряда ведущих учёных в области экономического анализа. Это работы таких учёных, как Бариленко В.И., Бердников В.В., Бородина Е.И., Донцова Л.В., Друцкая М. В., Ефимова О.В., Ильенкова Н.Д., Ковалёв В.В., Керимова Ч.В., Куприянова Л.М., Мельник М.В., Музалёв С.В., Насакина Л.А., Негашев Е.В., Никифорова Е.В., Никифорова Н.А., Осипова И.В., Перфильев А.Б., Петрусевич Т. В., Плотникова Л.К., Проскурин В.К., Тафинцева В.Н., Шадрин В.В., Шеремет А.Д. и др. При этом интерес к данной тематике постоянно увеличивается, что вызвано объективными причинами и связано с актуальными и проблемными аспектами аналитической обеспеченности.

Стоит отметить, что в настоящее время, в условиях развития экономических процессов и постоянного изменения состояния факторов внешней среды, процесс принятия и реализации верных обоснованных управленческих решений значительно усложняется. Аналитические возможности финансовой отчётности становятся недостаточными для ответа на вопросы какие факторы и в какой степени повлияли или могут повлиять на ход событий, по каким причинам происходят те или иные изменения в хозяйственной жизни экономического субъекта и т.д.

Поэтому одним из основных требований к финансовой отчётности можно выделить её направленность на обоснование перспективных управленческих решений [1, с.6]. Под этим понимается, что данные бухгалтерской (финансовой) отчётности должны давать возможность сделать вывод не только о финансовом состоянии организации, но и выявить основные тенденции и перспективы развития компании.

Это говорит о том, что требования к пояснениям отчётности должны повышаться. В них должна раскрываться информация также и о внешней среде организации, т.е. внеучётные данные.

Данные, которые можно получить на основе анализа форм бухгалтерской отчётности, в настоящее время ограничены. В первую очередь это вызвано тем, что многие компании воспринимают отчётность как инструмент юридических процедур, в то время как финансовая отчётность является одним из важнейших инструментов грамотного управления компанией и коммуникации с внешними пользователями отчёта.

Если мы попробуем проанализировать проблемные места финансовой отчётности с точки зрения аналитического обеспечения, то одной из наиболее проблемных зон в данном вопросе многие исследователи выделяют проблему информативности финансовых отчётов. С момента начала реформирования системы бухгалтерского учёта в России из бухгалтерского баланса и других форм отчётности и приложений к ним было исключено немалое количество информации, которая позволяла аналитикам дать оценку качества дебиторской и кредиторской задолженностей, сделать выводы о вкладе в финансовый результат организации сумм операционных и внереализационных доходов (расходов), которые теперь объединены в «Прочие доходы (расходы)» и т.д. Практически это означает, что для глубоко анализа финансового состояния компании и оценки вероятности её банкротства данных финансовой отчётности зачастую оказывается недостаточно, а доступ к внутриучётным данным и первичной документации для финансовых аналитиков остаётся закрытым.

Не меньшую проблему создаёт и тот факт, что информация, представленная в бухгалтерской отчётности, зачастую искажается как вследствие объективных, так и субъективных причин. В России основной такой причиной, носящей субъективный характер, может являться факт сокрытия или занижения организациями своих доходов, а также стремление отобразить в отчётах как можно большие суммы расходов. Это вызвано тем, что в России бухгалтерский (финансовый) учёт во многих организациях зачастую максимально приближен к налоговому, и, как следствие, такой учёт становится неспособным удовлетворить нужды обширного круга пользователей отчётности в качественной информации, так как он практически прекращает свое существование, а отчётность, составленная по таким учётным данным, перестаёт быть информативной и достоверной. Такие схемы налоговой оптимизации практически не дают возможности увидеть реальные показатели компании, что делает сомнительным результаты динамического анализа и тем более не даёт возможности проводить межотраслевые сравнения, формулировать выводы об уровне финансовой устойчивости и платёжеспособности организации по сравнению с конкурентами и по сравнению с предшествующими периодами.

Если абстрагироваться от российской практики, то можно отметить, что финансовая отчётность в целом отображает данные только

лишь финансового учёта, что, собственно говоря, исходит из её названия, в то время как огромный пласт информации, который непосредственно связан с деятельностью организаций, относится к нефинансовым данным. Так, например, реальные возможности организации своевременно и в полном объёме выполнять свои финансовые обязательства зависят от таких нефинансовых факторов, как природные и климатические условия, от темпов инфляции, от уровня изменений цен на продукцию и сырьё, топливо и материалы, от тарифов на услуги и перевозки, ставок налогов, акцизов, торговых скидок и т.д. При этом стоит отметить, что пользователи финансовой отчётности уже осознают всю важность нефинансовых факторов, но не обладают достаточной информацией для принятия взвешенных управленческих решений. Это обуславливает тот факт, что некоторые крупные предприятия стали публиковать ряд нефинансовых отчётов, но эта совокупность отчётов редко бывает представлена во взаимосвязанном виде.

Помимо всего прочего, ежегодная финансовая отчётность сфокусирована на отражении прошлых финансовых показателей. Глубина финансового анализа сводится только лишь к выявлению тенденции «улучшения» или «ухудшения» финансового состояния и позволяет сделать прогноз лишь на краткосрочную перспективу.

Таким образом, мы можем сделать выводы о том, что в настоящее время, в условиях экономической нестабильности, ужесточившейся конкуренции и т.д. для эффективного управления организацией опираться только на данные финансовой отчётности считается недостаточным. Встаёт вопрос об использовании для целей анализа гораздо более широкий пласт информации, который отображал бы не только финансовое положение анализируемого объекта, но и давал бы чёткие представления о той среде (отрасли, регионе, сегменте рынка и т.д.), в которой этот объект функционирует. Такое обилие взаимосвязанной информации может быть представлено для нужд анализа при интеграции данных различных учётов, поэтому целесообразной мерой для преодоления ограниченной информативности отчётности является развитие системы интегрированного учёта и отчётности, которая бы отражала финансовые и нефинансовые аспекты деятельности хозяйствующих субъектов.

Исследования в области финансовой и нефинансовой отчётности освещены в работах множества отечественных и зарубежных авторов,

среди которых можно выделить таких учёных, как Беляева И.Ю., Благгов Ю.Е., Бойков В.Э., Вахрушина М.А., Векилов В.Э., Герц Р., Грей К., Друри К., Мэри Киган Э., Ковалев В.В., Палий В.Ф., Пучкова С.И., Пятов М.Л., Ришар Ж., Рувер Р., Соколов В.Я., Соколов Я.В., Фридмен М., Хитчкок Д., Шеремет А.Д., Шнейдман Л.З., Эйдинов А.М, Экклз Р. и др.

В России существенный вклад в идеи развития теоретических и практических аспектов интеграции учёта и отчётности изложены в трудах учёных школы Санкт-Петербургского государственного экономического университета Гульпенко К.В., Каморджановой Н.А., Коноплянник Т.М., Львовой И.Н., Пономарёвой С.В., Поповым Е.Б., Роголёвой И.А., Сафановой Ф.Ю., Селезнёвой А.В., Тумашик Н.В., Чекалиной Е.В. и др.

В целом, говоря об интегрированном отчёте, важно заметить, что он должен содержать достоверную и существенную информацию о внутренней и внешней среде организации, представленную в лаконичной форме. Такая информация должна характеризовать способность организации функционировать в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах. При этом факторы внутренней и внешней среды весьма обширны и многогранны. Например, к внутренним могут относиться не только выручка от реализации, чистая прибыль, себестоимость, рентабельность, уровень накладных расходов и т.д., но и сведения о ценностях компании, операционной структуре, организационно-техническом уровне производства, доле рынка и т.д. Факторы внешней среды при этом могут включать в себя аспекты юридического, коммерческого, социального и экологического характера. Всё это прямо или косвенно будет влиять на результаты деятельности компании, на её финансовое состояние, а значит, представление этой информации в отчётности даст возможность аналитикам сделать обоснованные качественные выводы о состоятельности или несостоятельности экономического субъекта, тенденциях и перспективах его развития, потенциале и т.д.

Но при этом важно понимать, что недостаточно просто увеличить количество и виды отчётов – предоставляемые данные должны быть чётко связаны между собой, прозрачны, понятны, лаконично изложены и сопоставимы. И интегрированная отчётность в этом плане выгодно отличается от совокупности финансовых и нефинансовых отчётов.

Дело в том, что с тех пор, как были разработаны действующие модели отчётности, в мире произошли значительные изменения, в частности касательно способов ведения бизнеса, производства, непосредственно в среде, в которой функционирует хозяйствующий субъект. Всё это обуславливает необходимость изменения и самой отчётности организации. Ряд авторов, занимающихся этой проблематикой, сходятся во мнении, что формирование интегрированной отчётности – это неотложная задача нашего времени, норма жизни постиндустриальной экономики [2, с.3].

Тем не менее, на данном этапе существует ряд проблем, связанных с применением интегрированных форм учёта и отчётности. Например, остро стоит вопрос, связанный со структурой и содержанием интегрированного отчёта, ставится под сомнение, возможно ли вообще детально определить информацию, которую следует раскрыть, при этом сохранив её полезность. Ведь сам по себе критерий «полезности» является понятием субъективным, он настолько сильно изменяется в зависимости от среды функционирования компании, её особенностей и т.п., что на практике бывает довольно сложно определить (даже людям, хорошо знающим сферу деятельности предприятия), каков вклад тех или иных показателей в результатах деятельности организации. Это обуславливает также и то, что оценить независимо данную информацию представляется сложным.

Конечно, речь не идёт о внедрении такой системы в каждой организации, поскольку ведение любого необязательного вида учёта всегда будет сопряжено с дополнительными издержками из-за вынужденной потребности организации затрачивать больше ресурсов на сбор и обработку информации и т.д., что, в конечном счёте, повысит себестоимость производимой продукции. Но если принятие решения о ведении интегрированного учёта и составлении интегрированной отчётности экономически обосновано и целесообразно, то возможность использования такой отчётности для целей анализа будет способно дать максимально качественную и объективную оценку деятельности компании и удовлетворить потребности всех пользователей такой отчётности.

Литература:

1. *Ефимова О.В.* Анализ финансовой отчётности: учебное пособие. М.: Издательство «Омега-Л», 2013.
2. Развитие интегрированной системы учёта и отчётности: методология и практика: монография /под общ. ред. Н.А. Каморджановой. – Москва: Проспект, 2015.
3. *Кирилов И.Н.* Теоретические аспекты развития системы учетно-аналитического обеспечения управленческих решений на предприятии// Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2012. №2. С. 170–176.
4. *Сухорукова Е.С.* Актуальные вопросы анализа финансового состояния организации // Молодой ученый. 2014. №21.2. С. 97–99.

**РЕТРОСПЕКТИВА ИССЛЕДОВАНИЙ ВЗАИМОСВЯЗИ
ИНДИКАТОРОВ ПРИРОСТА СТОИМОСТИ
ПО ОТНОШЕНИЮ К СТОИМОСТИ КОМПАНИИ
НА МИРОВОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

*Миникеев Р.Т., аспирант кафедры
«Экономический анализ»
Финансового университета
Научный руководитель:
д.э.н., проф. В.И. Бариленко*

Аннотация: В статье приводятся результаты эмпирического анализа крупнейших исследований, проводимых с целью нахождения тесноты взаимосвязи между изменением значений наиболее известных аналитических индикаторов прироста стоимости и непосредственно формированием самой стоимости компании. Автор статьи описывает основные предпосылки, используемые для проведения таких исследований, раскрывает основные их результаты и критически описывает сопоставимость таких результатов. В заключении статьи делается предположение о причинах расхождений в полученных результатах рассмотренных исследований, а также делается вывод о значимости наиболее распространенных индикаторов прироста стоимости с точки зрения описания формирования стоимости компании.

Abstract: This article presents results of the empirical analysis of the largest studies conducted in order to find the tightness of the relationship between changes of well-known analytical indicators related to the value-based management concept (VBM-indicators) and the creation of a company's value. The author describes the basic premises used for such studies, reveals main results of them and critically examines the comparability of such results. The article ends by making assumptions about the reasons for the discrepancies in the results of the presented studies and concludes about the significance of the most well-known VBM-indicators in terms of describing the creation of a company's value.

Ключевые слова: экономический анализ, взаимосвязь, индикатор, обзор, управление стоимостью.

Keywords: economic analysis, indicator, overview, relationship, value-based management.

Проблема поиска индикатора прироста стоимости, наиболее точно отражающего динамику изменения стоимости компании, для инвестиционного и научного сообщества остается одной из самых актуальных в последнее время. В период развития концепции управления, ориентированного на стоимость компании (VBM), для многих консалтинговых компаний показателями качества своей работы и залогом закрепления своей позиции на рынке стали разработка, адаптация и внедрение аналитического аппарата в рамках рассматриваемой концепции. Таким образом, ввиду серьезной конкурентной борьбы и повсеместной корпоративной переориентации на максимизацию стоимости, появилось новое поле профессиональной деятельности, которое к настоящему времени сформировало огромное множество VBM-показателей. Очевидным будет вывод, что каждый из этих показателей имеет свои достоинства и недостатки, которые, прежде всего, относятся к сложности их внедрения и использования в повседневной деятельности компании с одной стороны и способности их адекватно отражать формирование стоимости такой компании с другой. Для полного раскрытия затронутой темы был проведен анализ основных эмпирических исследований авторов, внесших вклад в нахождение баланса между описанными выше крайними точками.

Одними из первых исследователей в области взаимосвязи индикаторов со стоимостью компании были С. Чен и Дж. Л. Додд. [1]. Они, в своей работе, опубликованной в 1996 году, проанализировали американский рынок за период с 1983 по 1992 год с объемом выборки в 566 наблюдений на основании данных Stern Stewart Database и Compustat. Основной целью их работы была проверка способности показателей EVA и остаточного дохода объяснить стоимость организации, а также определение значимости бухгалтерских показателей в ее объяснении. В результате наблюдений они пришли к следующим выводам: EVA сама по себе недостаточна для объяснения стоимости; все компоненты, из которых складывается EVA, значимы и все вместе улучшают объяснение стоимости, чем по отдельности; добавленные бухгалтерские показатели улучшают модель; модели, построенные на основе показателей остаточного дохода и EVA, дают похожие значения R^2 как объяснение стоимости.

Команда исследователей во главе с Г. Биддлом провела анализ также в 1996 году и поставила своей целью не только сравнение бухгалтерских показателей, EVA и показателя остаточного дохода в объяснении стоимости организации, но и проверку гипотезы о том, что применение EVA компаниями оказывает влияние на их стоимость: был проанализирован американский рынок за большой период, с 1983 по 1994 год, на основании 6174 наблюдений по Stern Stewart Performance 1000 и сделаны следующие основные заключения: EVA лучше всех коррелирует со стоимостью у тех компаний, которые действительно используют его в управленческих целях; показатель EPS лучше коррелирует со стоимостью компании, а разделение всей выборки на группы использования VBM–показателя EVA говорит о том, что различия в объяснении стоимости для показателей незначимы.

В работе, опубликованной С. О'Бирном также в 1996 году, был проанализирован американский рынок за период с 1985 по 1993 год. Анализ, описанный в этой работе, был основан на 7546 наблюдениях по индексу Stern Stewart Performance 1000. В результате этого исследования были сделаны выводы: EVA объясняет 31% вариации рыночной стоимости, в то время как NOPAT – только 17%; изменения EVA объясняют 55% вариации изменений рыночной стоимости компании, а изменения NOPAT – только 33%.

В этом же, 1996 году, были проведены исследования аналитиками К. Лен, А. Макхия, которые проанализировали американский рынок за сравнительно небольшой период с 1994 по 1995 год. В данной работе они сделали 241 наблюдения по американским корпорациям, после чего пришли к следующим результатам: показатели EVA и MVA имеют более высокую корреляцию с рыночной стоимостью компании, чем традиционные показатели; оба показателя имеют отрицательную корреляцию со степенью ротации высшего менеджмента корпораций; показатели EVA и MVA хорошо характеризуют деятельность компаний и являются важными инструментами для принятия решений стратегического характера.

Д. Холл в 1998 году проанализировал рынок ЮАР за период с 1987 по 1996 год. В своем исследовании он сделал наблюдения по 200 промышленным компаниям, используя для этого их финансовую отчетность, данные котировок и аналитические отчеты по 1000 нефинансовым компаниям. В результате этого автором был сделан следующий

вывод: показатель EVA обладает лучшей объясняющей способностью по сравнению с показателем EPS.

В 2000 году были опубликованы эмпирические исследования, целью которых было выявить различие в объяснении стоимости организации при использовании показателя добавленной стоимости (EVA) и показателя чистой прибыли на акцию (EPS). Авторами этой работы были Дж. Т. Гарви и Т. Т. Милбурн. Ими были проанализированы 500 компаний, ведущих свою деятельность на американском рынке за период с 1979 по 1998 год, и использованы при этом их финансовая отчетность и данные котировок. В итоге исследователи пришли к следующим заключениям: показатель EVA, в общем, не обладает лучшей объясняющей способностью по сравнению с EPS; наблюдается огромное различие в объясняющей способности этих показателей при анализе выбранных компаний по отраслям; существенность и адекватность EVA прямо пропорциональна уровню внедрения этого показателя в систему управления организацией. [3]

Год спустя, в 2001 году группа исследователей, в числе которых были Дж. Стерн, Дж. Шили, И. Росс, провела ряд наблюдений по индексу Stern Stewart Performance 1000, анализируя при этом американский рынок с 1986 по 1995 год. В ходе такого исследования авторы пришли к следующему выводу: между MVA и EVA существует более сильная статистическая зависимость, чем между MVA и показателями ROE, EPS: корреляция между MVA и EVA в три раза лучше, чем корреляция между MVA и EPS и в два раза лучше, чем корреляция между MVA и ROE. [6]

В 2004 году команда аналитиков во главе с Г. Фельтамом изучили американский рынок за период с 1995 по 1999 год. В своем исследовании они ставили цель сравнить бухгалтерские показатели, EVA, показатель остаточного дохода в объяснении стоимости организации. Проведя 2608 наблюдений и проанализировав при этом индекс Stern Stewart Performance 1000, а также по базам данных Compustat и Center of Research and Security Prices database, они сделали следующее заключение: EVA значительно лучше других показателей объясняет стоимость. [2]

В том же 2004 году эта же команда исследователей провела исследование канадского рынка с 1991 по 1998 год на основании 386 наблюдений, используя при этом индекс Stern Stewart & Co Canadian Performance и базу данных Compustat. Заметим, что цель этой работы не изменилась. В своем анализе они пришли к следующему выводу: показатель остаточного дохода лучше объясняет стоимость, однако различие с EVA незначительно.

Год спустя, в 2005 году провел исследование рынка Восточной Африки Дж. Вет, поставив перед собой аналогичную цель. Надо заметить, что его исследование было построено, прежде всего, на анализе деятельности промышленных компаний за период с 1995 по 2004 год, при этом он опирался на 89 наблюдений, сделанных по данным McGregor's VFA. Результатом его работы стали следующие заключения: EVA слабо коррелирует с рыночной компаний; CF значительно лучше EVA объясняет стоимость. [7]

Интересен опыт другой пары исследователей – Ч. Лианга, М. Яо. Они проанализировали рынок другой части света – Азии, а именно Тайваньский рынок, изучив при этом особый и перспективный в последнее время сектор – IT-компании. Этот анализ был проведен за период с 1998 по 2000 год на основании 1827 наблюдений, сделанных из базы данных Taiwan Economic Journal Database. Целью своей работы они видели определение роли финансовых и нефинансовых показателей в объяснении стоимости организации и пришли к следующим результатам: показатель остаточного дохода и EVA незначительно увеличивают способность модели объяснить стоимость; EVA в меньшей степени, чем показатель остаточного дохода улучшает модель. [4]

Первыми авторами, открывающими список исследователей российского рынка в рамках рассматриваемого вопроса, являются А. В. Бухвалов и Д. Л. Волков. В своей работе в 2005 году они проанализировали период с 2002 по 2003 год, проведя при этом 94 наблюдения и используя для этого финансовую отчетность, данные котировок, а также аналитические отчеты по 47 компаниям. Результатом такого исследования стал следующий вывод: показатель экономической прибыли достаточно сильно коррелирует с рыночной компаний (коэффициент корреляции составляет около 60%). [8]

В 2007 году был проанализирован еще один быстроразвивающийся мировой рынок, который в перспективе может составить конкуренцию всем основным, – это индийский рынок. Это исследование было проведено Л. Иралом. В результате были сделаны 6000 наблюдений на основании финансовой отчетности, данных котировок и аналитических отчетов по 1000 нефинансовым компаниям за период с 1999 по 2005 год. На основании этого автор пришел к следующему заключению: показатели экономической прибыли обладают лучшей объясняющей способностью по сравнению с традиционными.

В том же 2007 году команда исследователей во главе с Д. Мадитином также проанализировала деятельность компаний на греческом рынке за период с 1999 по 2005 год. В результате 435 наблюдений, составленных по ответам респондентов и данных с Greek Capital Market, они пришли к следующим выводам: оба типа переменных значимы, но EVA лучше объясняет стоимость, чем показатель EPS; с течением времени объясняющая сила EPS падает, а EVA возрастает. [5]

Вторым крупным исследователем российского рынка стала И. А. Смирнова. В своей работе, опубликованной в 2007 году, она опиралась на 72 наблюдения, используя при этом финансовую отчетность, данные котировок, а также аналитические отчеты по 18 российским компаниям. Её анализ был направлен на период деятельности российских компаний с 2001 по 2005 год. В заключение своей работы она пришла к следующим результатам: показатель бухгалтерской прибыли значительно превосходит по объясняющей способности, у которой значение $R^2 = 15,8\%$, все VBM – показатели, среди которых CVA со значением $R^2 = 4,7\%$, EVA со значением $R^2 = 3,1\%$, показатель остаточной прибыли со значением $R^2 = 2,9\%$.

Кроме того, необходимо представить результаты работы такой пары авторов как В. С. Романов, Е. Б. Кукина. Основной особенностью их анализа стала направленность в выборе объекта исследования. Компании, представленные в их работе, составляют телекоммуникационную отрасль, которая, как известно, является относительно новым (учитывая период исследования с 2002 по 2006 год), а потому и перспективным направлением в развитии российского рынка. Этот анализ был проведен в 2008 году и основывался на 91 наблюдении, исходя из данных финансовой отчетности, данных котировок и аналитических отчетов 11 компаний, и в итоге авторы пришли к следующему результату:

показатели экономической добавленной стоимости не способны хорошо объяснять доходность инвесторов; сделано предположение о том, что лучшая взаимосвязь будет наблюдаться, если рассмотреть отдельные компоненты показателей экономической прибыли, так как инвесторы могут не воспринимать составной показатель, но в то же время будут обращать внимание на отдельные параметры. [10]

Последним рассмотренным в этой статье исследованием будет работа И. В. Ивашковской. Она отличается от остальных тем, что в ней проведен анализ по совокупности рынков тех стран, которые на данный момент составляют крупнейшие развивающиеся экономики мира. Это, так называемые, страны BRIC, которые, исходя из аббревиатуры, могут быть представлены Бразилией, Россией, Индией и Китаем. В последнее время к этой четверке все чаще присоединяют Южную Африку и Германию. Это самое новое из анализируемых нами исследований, так как проведено всего лишь в 2009 году. Период проведенной работы этой пары авторов составляет 6 лет с 2002 по 2007 год. За это время были сделаны 163 наблюдения на основании анализа сайтов исследуемых компаний, а также полученных данных в результате запросов в компанию Stern & Stewart. В отличие от некоторых предыдущих исследований, И. В. Ивашковская пришла к иным выводам, согласно которым: традиционные показатели статистически незначимы; показатели экономической прибыли обладают высокой объясняющей способностью; наиболее высокой объясняющей силой в описании зависимой переменной – рыночной капитализации собственного капитала – обладает экономическая добавленная стоимость, рассчитанная с учетом поправок к инвестированному капиталу. [9]

Итак, в заключении данной статьи, следует отметить, что выводы, представленные в этом обзоре противоречивы, однако можно выделить между ними некоторую следующую закономерность, а именно: стоимость компании, ведущих деятельность на развитых рынках (Америка, Канада), VBM-показатели, а в частности EVA, объясняют лучше, чем традиционные показатели. Ситуация на развивающихся рынках обратная, что объясняется большим использованием традиционных показателей и отсутствием VBM-идеологии в действующих парадигмах анализа и управления в рассмотренных организациях.

Литература:

На иностранном языке:

1. Chen S., Dodd J. Economic Value Added: An Empirical Examination Of A New Corporate Performance Measure // Journal Of Managerial Issues. – 1997. – Vol. IX (3). – с. 318–333.

2. Feltham G.D., Isaac G., Mbagwu C. (2004) Perhaps EVA Does Beat Earnings – Revisiting Previous Evidence // Journal Of Applied Corporate Finance. – 2004. – No. 16. – с. 83 – 88.

3. Garvey Gerald T., Milbourn Todd T. EVA versus Earnings: Does it matter which is more highly correlated with stock returns? // Working papers in economics – Claremont Colleges – 2000. – с. 37.

4. Liang C., Yao M. The Value–Relevance of Financial and Nonfinancial Information–Evidence from Taiwan’s Information Electronics Industry // Review of Quantitative Finance and Accounting. – 2005. – No. 24. – с. 135 – 157.

5. Maditinos. D., Sevic Z., Theriou N., Dimitriadis E. The Use Of Traditional And Modern Value–Based Performance Measures To Evaluate Companies’ Implemented And Future Strategies In The Greek Capital Market: The Case Of EPS And EVA // Journal Of International Research Publications. – 2007. – No. 2. – с. 35 – 50.

6. Ross S. The Economic Theory of Agency: the Principal's Problem// American Economic Review. 1973. Vol. 63. No. 2. P. 134—139.

7. Wet J. EVA Versus Traditional Accounting Measures of Performance as Drivers of Shareholder Value – A Comparative Analysis // Meditari Accountancy Research. – 2005. – No. 13. – с. 1 – 16.

На русском языке:

8. Бухвалов А.В., Волков Д.Л. Исследование зависимости между фундаментальной ценностью и рыночной капитализацией российских компаний // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. Менеджмент. 2005. № 1. С. 26–44.

9. Иваишкова И.В. Управление стоимостью компании: вызовы российскому менеджменту // Российский журнал менеджмента. 2004. № 4, с. 113–132.

10. Романов К.И. Эффективность трансформации компаний открытого типа в компании закрытого типа на развитых рынках капитала: обзор исследований // Журнал Корпоративные Финансы (Journal of Corporate Finance Research). 2008, №2 (6). С. 92–109.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ И СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

*Лебедь П.Р., студентка
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Т.И. Чинаева*

В современных условиях развития экономики России получение высшего образования играет весьма важную роль для конкурентоспособности специалиста на рынке труда. Стремление людей к получению качественного профессионального образования объясняется желанием быть востребованными в профессиональном плане и, как следствие, иметь достойную заработную плату.

При профессиональном определении перед выпускниками школ неизменно встает вопрос о выборе образовательного учреждения для получения высшего образования. Этот выбор осуществляется по разным параметрам и критериям. Достаточно объективную картину сегодняшнего состояния вузовской системы, а также общие тенденции ее развития можно получить на основании анализа статистических данных.

Рассмотрим статус и численность образовательных учреждений высшей школы России. По данным Федеральной службы государственной статистики в 2013 году насчитывалось 969 образовательных организаций, из которых 578 являлись государственными и муниципальными, что составляло 59,65% от общего количества высших учебных заведений. В последние четыре года наблюдается тенденция к снижению количества как государственных и муниципальных образовательных организаций, так и общего числа вузов, что видно на графике (рисунок 1).

На наш взгляд, сокращение числа государственных и муниципальных высших учебных заведений объясняется несколькими причинами, среди которых можно выделить демографическую проблему, а также

действие «Федеральной целевой программы развития образования на 2011–2015 годы», которая направлена на сокращение числа высших учебных заведений.

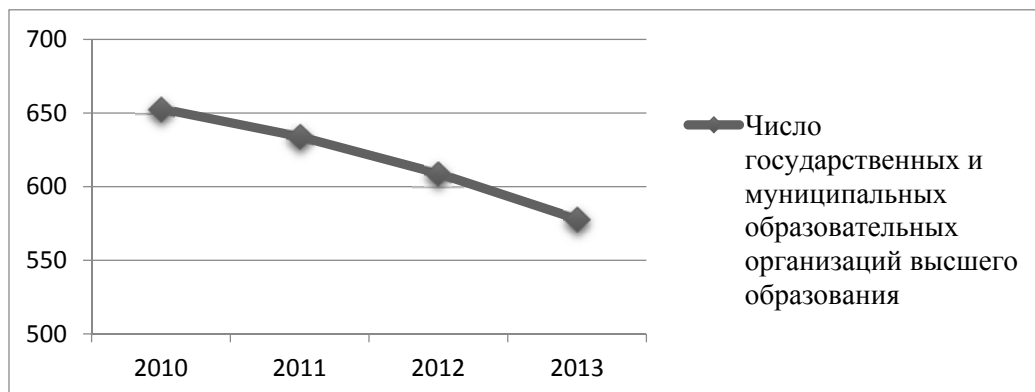


Рисунок 1 – Динамика численности государственных и муниципальных образовательных организаций высшего образования (2005–2013 гг.). Составлено по данным: Российский статистический ежегодник. 2014: Стат.сб./Росстат. М., 2014.

Стоит отметить, что за 2010–2014 года число студентов в организациях высшего образования в абсолютном выражении сократилось во всех регионах нашей страны, что видно на диаграмме (рисунок 2):

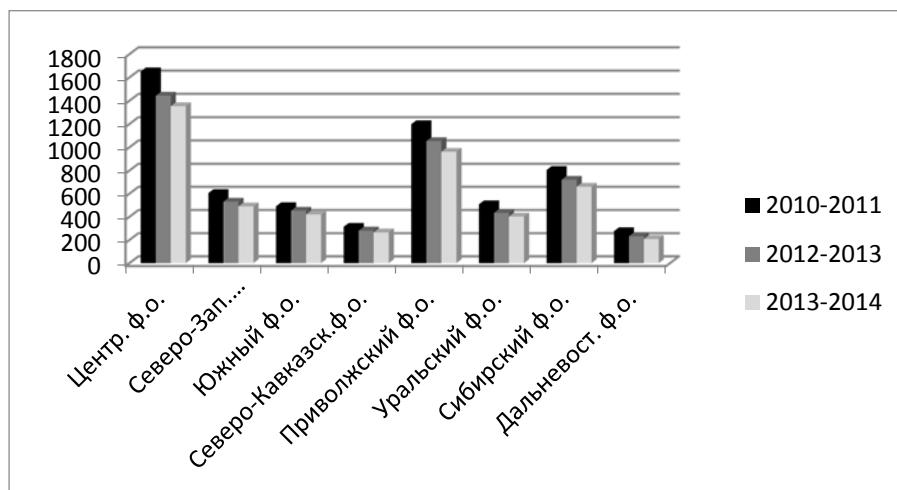


Рисунок 2 – Распределение студентов, обучающихся в государственных и муниципальных высших учебных заведениях, по федеральным округам РФ. Составлено по данным: Российский статистический ежегодник. 2014: Стат.сб./Росстат. М., 2014.

Рассчитаем среднегодовой темп роста студентов, обучающихся в организациях высшего образования, по Российской Федерации в целом:

$$\overline{T}_{рф} = \sqrt[2]{\frac{4762,0}{5848,7}} = 0,902 \text{ или } 90,2$$

Таким образом, численность студентов в учреждениях высшего образования за 2010–2014 годы снижается в среднем на 19,8%.

В эпоху возрастания значения высшего образования необходимо уделить особое внимание численности профессорско-преподавательского состава государственных и муниципальных вузов. Динамика численности профессоров и доцентов имеет тенденцию к росту. Так, в 1990–1991 годах ученое звание профессора в государственных и муниципальных организациях высшего образования имели 12,9 тыс. человек, а звание доцента – 73,1 тыс. человек. В 2013–2014 годах число преподавателей, имеющих ученое звание профессора или доцента, возросло до 29,9 и 100,0 тыс. человек соответственно [14]. За 13 лет прирост числа доцентов и профессоров составил:

$$T_{\text{пр.профессор}} = \frac{Y_{2013-14}}{Y_{1990-91}} \times 100\% - 100\% = 131,78\%$$

$$T_{\text{пр.доцент}} = \frac{Y_{2013-14}}{Y_{1990-91}} \times 100\% - 100\% = 36,80\%$$

Нельзя не уделить внимание взаимосвязи высшего образования России и государственного бюджета. Существует определенное количество бюджетных мест в государственных и муниципальных организациях высшего образования, на которое ежегодно претендуют выпускники школ. Это количество мест меняется в связи с изменениями финансирования. По данным Федеральной службы государственной статистики, в 2013 году эта часть студентов составила 45%. При сравнении аналогичных показателей за 2000, 2005 и 2010 годы (рисунок 3), можно заметить, что в Российской Федерации наблюдается снижение численности студентов государственных и муниципальных вузов, обучающихся за счет различных бюджетов.

На протяжении последних лет существуют различные мнения о том, сократить или увеличить количество этих мест. С одной стороны,

при увеличении количества бюджетных мест в государственных и муниципальных вузах большее число выпускников сможет получить бесплатно высшее образование, но с другой стороны, чрезмерная доступность высшего образования может привести к увеличению количества неконкурентоспособных специалистов.

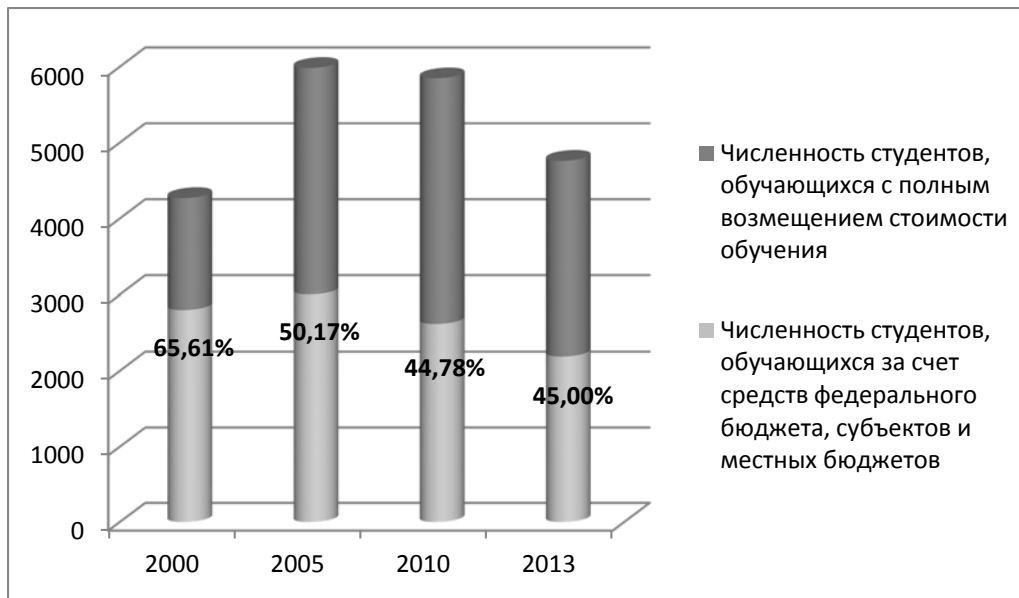


Рисунок 3 – Динамика численности студентов государственных и муниципальных организаций высшего образования по источникам финансирования. Составлено по данным: Российский статистический ежегодник. 2014: Стат.сб./Росстат. М., 2014.

В аспекте изучения взаимосвязи высшего образования и бюджетов разного уровня РФ необходимо рассмотреть зависимость средств государственных и муниципальных учреждений ВПО от численности студентов, обучающихся на платной основе. Для оценки тесноты этих двух переменных представим необходимые данные в виде таблицы, в которую включена численность студентов государственных и муниципальных организаций высшего образования, обучающихся на платной основе, по 10 субъектам федерации, крупнейшим по численности населения, а также данные по средствам государственных и муниципальных вузов за 2012 год.

Таблица 1 – Промежуточные расчеты для вычисления линейного коэффициента корреляции К. Пирсона.

№	x	y	$x - \bar{x}$	$y - \bar{y}$	$(x - \bar{x}) * (y - \bar{y})$	$(x - \bar{x})^2$	$(y - \bar{y})^2$
1	0,37	165851,10	0,25	130719,24	32156,93	0,0605	17087519706,00
2	0,06	13401,90	-0,06	-21730,00	1390,72	0,0041	472192900,00
3	0,09	10829,60	-0,03	-24302,30	826,28	0,0012	590601785,30
4	0,17	75652,70	0,05	40520,80	1863,96	0,0021	1641935233,00
5	0,10	17393,80	-0,02	-17738,10	425,71	0,0006	314640191,60
6	0,09	16095,70	-0,03	-19036,20	647,23	0,0012	362376910,40
7	0,09	11064,40	-0,03	-24067,50	818,30	0,0012	579244556,30
8	0,08	17985,60	-0,04	-17146,30	754,44	0,0019	293995603,70
9	0,09	12650,20	-0,03	-22481,70	764,38	0,0012	505426834,90
10	0,10	10393,60	-0,02	-24738,30	593,72	0,0006	611983486,90
Σ	1,24	351318,60			40241,66	0,0744	22459917208,00

На основе полученных данных вычислим линейный коэффициент корреляции К. Пирсона:

$$r = \frac{\Sigma((x-\bar{x})*(y-\bar{y}))}{\sqrt{\Sigma(x-\bar{x})^2*\Sigma(y-\bar{y})^2}} = \frac{40241,66}{\sqrt{0,0744*22459917208,00}} = 0,98$$

Полученное значение очень близко к +1. Таким образом, зависимость между количеством студентов, обучающихся по договорам с юридическими и физическими лицами с полным возмещением затрат на обучение, и средств государственных и муниципальных высших учебных заведений велика.

Государственные и муниципальные высшие учебные заведения РФ претерпевают не только количественные, но и качественные изменения. В России наблюдается рост числа бакалавров, а после 2010 года наблюдается снижение численности выпускников-специалистов. По нашему мнению, это связано с постепенным сокращением приема на программы специалитета в вузах, практически повсеместным внедрением системы бакалавр – магистр, а также с осознанием многими студентами преимуществ новых образовательных уровней. Кроме того, становление современной магистратуры и аспирантуры в соответствии с принципами Болонского процесса способствует повышению инновационной активности государственных и муниципальных вузов и развитию национальной экономики в целом.

В целом российская высшая школа имеет гуманистическую направленность. Высшее образование, являясь одним из социальных

институтов, отвечает за передачу культурных ценностей и норм. Гуманизация высшего образования предполагает также развитие толерантности у российских студентов. В немалой степени этому способствует тенденция к увеличению доли иностранных студентов от общего числа обучающихся в российских вузах. В 2013–2014 доля иностранных студентов выросла до 3,64% [14].

Итак, государственные и муниципальные организации высшего образования играют ключевую роль в современной экономической системе Российской Федерации. Статистический анализ показателей деятельности вузов констатирует, что система высшего образования подвержена количественным изменениям, которые зависят от экономической ситуации в стране, в частности возможности и целесообразности бюджетного финансирования; демографической ситуации, спроса на рынке труда и других факторов.

Качественная сторона развития российской высшей школы заключается в следовании общемировым тенденциям развития образования, повышении качества преподавания в вузах за счет увеличения численности профессорско-преподавательского состава, повышении конкурентоспособности выпускника высшей школы.

Российское высшее образование находится на стадии выбора приоритетных направлений развития. На наш взгляд, государство должно увеличить эффективность функционирования и конкурентоспособность государственных вузов с помощью различных мер. К таким мерам можно отнести:

- обеспечение согласованных действий по продвижению российского образования на международный рынок;
- активное предоставление образовательных кредитов;
- увеличение числа стажировок за границей и в крупных компаниях;
- поднятие престижа профессии преподавателя вуза в обществе.

Проведенное исследование отражает общие тенденции и перспективы развития образования, а, следовательно, дает возможность понять студенту ориентиры и направления его дальнейшей учебы и профессиональной деятельности.

Литература:

1. Постановление Правительства РФ «О Федеральной целевой программе развития образования на 2011–2015 годы» от 07.02.2011 г. №61 (с изм. и доп.) // Информационно-правовой портал Гарант.ру [электронный ресурс]. Электрон. дан. [М., 2011].
2. *Архангельская Н.* Кто беден в России [текст] / Эксперт. 2004. №16.
3. *Гузакова О.Л.* Влияние факторов внешней среды на деятельность высших учебных заведений Российской Федерации // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2014. №2.
4. *Жуков С.В.* Состояние и тенденции развития российских вузов/Креативная экономика. 2012. №1 (61). Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/15313/>, свободный.
5. Информационно-дискуссионный портал [электронный ресурс]: новости, аналитика, публицистика. Электрон. журн. Режим доступа: <http://newsland.com/news/detail/id/920090/>, свободный.
6. *Ларионова Е.И., Чинаева Т.И.* Тенденции современного рынка труда в области востребованности специалистов с высшим профессиональным образованием/Актуализация статистической методологии в процессе образовательной и научной деятельности вузов/отв. ред. В.Н. Салин. М.: Издательская торговая Компания «Наука-Бизнес-Паритет», 2014.
7. *Максимова Е.А.* Тенденции развития высших учебных заведений в России [текст]// Вектор науки ТГУ. 2013. №1 (23).
8. *Мызрова К.А.* Современные тенденции развития высшего образования // Креативная экономика. 2011. № 9 (57). Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/4179/>, свободный.
9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [электронный ресурс]. Электрон. дан. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078, свободный.
10. Периодическое издание «Ведомости» [электронный ресурс]. Электрон. журн. Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/management/articles/2014/09/16/mgu-rastet-na-glazah>, свободный.

11. Периодическое издание «Известия» [электронный ресурс]. Электрон. журн. Режим доступа: <http://izvestia.ru/news/566794>, свободный.
12. Российский статистический ежегодник. 2014: Стат.сб./Росстат. М., 2014.
13. *Солдатова А.* Образование завтра: 10 поводов для разочарования// Е-executive. Международное сообщество менеджеров. 2014. Электрон. журн. Режим доступа: http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/1941450/index.php?PAGE_NAME=read&FID=74&TID=17780, свободный.
14. Статистика образования в Российской Федерации в цифрах: 2013. Стат.сб./Росстат. М., 2013. 399 с.
15. *Чинаева Т.И.* Высшее профессиональное образование в России – финансовый аспект / Совершенствование методологии статистического анализа социально-экономических явлений и процессов: научные записки / Финансовый университет; под ред. В.Н. Салина. М.: Издательская торговая Компания «Наука-Бизнес-Паритет», 2014. 394с. (Вып. 17).

**ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО
ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ**

*Потапова О.А., студентка
1 курса магистратуры
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н. Ч.В. Керимова*

Аннотация: В статье исследуются проблемы информационно-аналитического обеспечения устойчивого развития экономических субъектов. Рассматриваются факторы, побуждающие компании к внедрению концепции устойчивого развития. Изучаются преимущества, достоинства и недостатки ее раскрытия в отчетности.

Ключевые слова: устойчивое развитие, социальная отчетность компании, корпоративная ответственность.

Abstract: This article explores the challenges of information and analytical support for the sustainable development of economic subjects. The author investigates factors that motivate companies to adopt the concept of sustainable development. The author researches the benefits, advantages and disadvantages of disclosure in the financial statements.

Keywords: sustainable development, social reporting companies, corporate responsibility.

Вопросы устойчивого развития, которые раньше имели второстепенное значение, сегодня находятся в центре внимания компаний. Изначально речь шла просто о соблюдении правовых норм, затем стало популярным говорить об успехе компаний, внедряющих в свою деятельность принципы корпоративной социальной ответственности. Однако в последнее время актуальным становится вопрос повышения эффективности деятельности с помощью использования инноваций, нацеленных на устойчивое развитие.

Недостаточно активное участие государств и транснациональных организаций в заключении эффективных международных соглашений, направленных на сдерживание глобальных экологических угроз, ста-

новится причиной беспокойства компаний. Решение этих проблем перешло на участников рынка, которые зачастую недооценивают ущерб, наносимый окружающей среде разведкой, добычей и переработкой полезных ископаемых. Проводимые на ежегодной основе климатические совещания под эгидой ООН, известные как конференции Сторон Рамочной Конвенции ООН об изменении климата («Committee of the Parties») не приносили ощутимых практических результатов, где бы они ни проходили: в Копенгагене, Канкуне, Дурбане или Дохе, не говоря уже о саммите Рио+20.

Несмотря на то, что устойчивое развитие никогда не занимало центральное место в стратегических приоритетах компаний, оно является неотъемлемой частью их деятельности. Даже если компании не заявляют открыто о проблемах изменения климата, это не значит, что они не подвергаются их негативному влиянию. Аналогичные проблемы, вызванные вырубкой лесов и сокращением биоразнообразия, оказывают влияние на доступность продукции сельского хозяйства. Связь между управлением рисками и обеспечением устойчивости развития становится все очевиднее, что, в свою очередь, увеличивает значимость данных вопросов для планирования деятельности компаний.

Все больше компаний начинают по-новому смотреть на устойчивое развитие с позиции снижения и минимизации рисков. Это обусловлено осознанием весомости влияния экологических, общественных и рыночных изменений на все жизненные аспекты: от цен на товары до доступа к природным ресурсам и скорости распространения epidemий. Названные факторы могут негативно отразиться на непрерывности бизнеса, возможности компании осуществлять свою деятельность и нанести ущерб репутации. Это уже не просто концепция «успеха в бизнесе за счет добрых дел» – конкурентоспособность компании напрямую зависит от решения данных проблем. Комплексный характер вопросов устойчивого развития, особенно в рамках управления рисками, приводит к необходимости их интеграции практически во все функциональные направления деятельности: отдел финансов, производственные подразделения, административно-хозяйственное управление, управление кадрами, закупками и логистикой, взаимоотношения с инвесторами, маркетинг, коммуникации и т. д. Следовательно, расширяется круг заинтересованных лиц, подход становится системным и выходит за рамки одного отдела или подразделения.

Ввиду изменчивости рыночной конъюнктуры инвесторы и биржи усиливают свое давление на компании, чтобы стимулировать их детальную оценку проблем устойчивого развития и раскрытие информации о них, в том числе с помощью интеграции финансовой отчетности и отчетности в области устойчивого развития. Тем не менее, компании не спешат это делать. Сдерживающим фактором является необходимость поиска баланса между соблюдением требований к прозрачности и правовым риском, сопряженным с раскрытием дополнительной информации.

Перейдем к более подробному рассмотрению причин, побуждающих компании внедрять в свою деятельность принципы устойчивого развития. Первая группа целей, которую можно выделить исходя из уже названных факторов, относится к улучшению отношений со стейкхолдерами. Устойчивое развитие остается одним из важнейших вопросов взаимодействия организации с акционерами, сотрудниками и другими заинтересованными сторонами.

Очевидно, что ведение отчетности в области устойчивого развития приобретает все больший масштаб. Данные о результатах работы компании, связанной с охраной окружающей среды, социальной деятельностью и корпоративным управлением (Environmental, Social and Governance, ESG), становятся объектом анализа при осуществлении операций с ценными бумагами. Отчетность в области устойчивого развития публикуют 95% компаний, включенных в список Global 250¹. Организации находятся в постоянном поиске новых возможностей для повышения эффективности, защиты деловой репутации, укрепления доверия акционеров и заинтересованных сторон. В условиях финансового кризиса и усиления интереса к проблемам глобального характера – дефициту природных ресурсов и воды – институциональные инвесторы все чаще пересматривают свой подход к инвестициям. Их внимание все больше привлекают компании, характеризующиеся высокой устойчивостью в области экологии, экономики и социальной ответственности, то есть, компании, которые способны создать ценность в долгосрочном периоде.

¹ GRI Report or Explain: a smart policy approach for non-financial information disclosure [Электронный ресурс]. URL: <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI-non-paper-Report-or-Explain.pdf> (дата обращения 15.11.15).

Важнейшей для любой компании группой стейкхолдеров являются также потребители ее продукции. Компании непрерывно ищут возможность выделиться среди конкурентов, желая сформировать в долгосрочной перспективе стабильные конкурентные преимущества. Они позволяют компании не только сохранить свои позиции, но и достичь необходимого уровня рентабельности и экономического равновесия. Ответственное поведение компании влияет и на восприятие ее продукции потребителями: имидж устойчиво развивающейся компании (в том числе, в области экологии) может быть спроецирован на продукт и тем самым повысить лояльность существующих потребителей, а также увеличить долю рынка за счет новых потребителей. Одно из исследований компании EY показало, что риск социального неприятия входит в десятку основных для международных корпораций и что ведение открытого диалога с потребителями отвечает интересам компаний¹.

Еще одной, не менее важной целевой группой являются сотрудники. Были проведены исследования, показывающие, что у сотрудников в социально-ответственных и устойчиво-развивающихся компаниях выше мотивация и производительность труда². Также таким компаниям проще набирать новых работников и бороться с текучестью кадров. Кроме повышения лояльности сотрудников, информационная открытость компании может быть важным конкурентным преимуществом на рынке труда. Корпоративная ответственность и раскрытие информации способны облегчить найм персонала.

Наконец, деятельность в области повышения устойчивости и в частности, отчетность о проведении соответствующих мероприятий зачастую нацелена на то, чтобы предстать в нужном свете перед лицом общественных организаций.

Кроме целей, относящихся к развитию отношений со стейкхолдерами, можно выделить и финансовые мотивы внедрения устойчивого развития. Проведенный анализ данных более чем 200 независимых исследований взаимосвязи между результатами деятельности в области

¹ The top 10 risks for business: a sector-wide view of the risks facing businesses across the globe // Ernst & Young Business Risk Report, 2010.

² P. Crifo, V. Forget. The Economics of Corporate Social Responsibility: A Survey // École Polytechnique. 2012.

устойчивого развития и финансовыми показателями компаний свидетельствует о том, что организации могут получить выгоду от популяризации своих «добрых дел». По итогам исследования вопросов информационной открытости и отчетности в области устойчивого развития было выявлено, что участники рынка позитивно воспринимают указанную отчетность¹. Финансовое исследование, проведенное в 2012 году, выявило, что серьезные вложения институциональных инвесторов в ответственные компании позволяли обеспечить рост цены акций в среднем на 4,4% в год².

Наряду с институциональными инвесторами, фондовые биржи тоже начинают интересоваться проблемами устойчивого развития и иногда рассматривают их в качестве существенного требования. Так, NASDAQ OMX является одним из инициаторов программы «Биржи за устойчивое развитие» («Sustainable Stock Exchanges»), продвигающей идею подготовки компаниями, зарегистрированными на бирже, отчетности по рискам и возможностям в области охраны окружающей среды, социального развития и корпоративного управления³. А в соответствии с требованиями Йоханнесбургской фондовой биржи более 450 котирующихся на ней компаний обязаны предоставлять интегрированную отчетность, которая отражает взаимосвязь финансовых результатов и вопросов экологии, социальной сферы и управления. Фондовая биржа Сан-Паулу (Бразилия) в 2012 году утвердила политику, основанную на принципе «соблюдай или поясняй», в соответствии с которой зарегистрированные на бирже компании обязуются сообщать о выходе отчета об устойчивом развитии с указанием места опубликования или объяснять причины, по которым такой отчет не был подготовлен и обнародован.

Кроме международных фондовых индексов на основе критериев устойчивого развития, существует множество национальных индексов, например, Morningstar Responsible Investment Index в Японии, Jantzi Social Index в Канаде и др. В России подобные фондовые ин-

¹ Margolis J.D., Elfenbein H. A., Walsh J. P. Does It Pay To Be Good...And Does It Matter? A Meta-Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance // Social Science Research Network. 2009.

² Dimson E., Karakas O. and Li X. Active Ownership // Social Science Research Network. 2012.

³ Sustainable Stock Exchanges Initiative [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sseinitiative.org/> (дата обращения 13.11.2015).

дексы пока что не созданы, но в настоящее время ведется работа фондовой биржи РТС и Московской школы управления Сколково над совместным проектом по созданию и расчету первого в России Индекса устойчивого развития. В него войдут акции российских эмитентов, отобранные на основании анализа публикуемой на постоянной основе социальной отчетности компании. Критерии отбора ценных бумаг для расчета Индекса устойчивого развития уже сформированы – в частности, к ним относятся расходы на благотворительность, уровень раскрытия информации, объем потребления энергии и др¹.

Исследования показывают, что отчетность в области устойчивого развития способна открыть компаниям доступ к новым и более дешевым источникам капитала². Включение в отчетность информации об инициативах в области устойчивого развития организации позволяет компаниям убедить потенциальных инвесторов, что инвестиции в их акционерный капитал конкурентоспособны и сопряжены с меньшим риском. Инвесторы все чаще отдают предпочтение информационно открытым компаниям ввиду большего доверия к руководству организаций со стороны заинтересованных сторон, более реалистичных прогнозов аналитиков и большей точности раскрываемых данных.

Кроме того, раскрытие в отчетности информации по мероприятиям в области устойчивого развития может свидетельствовать о высоком качестве управления компании и способствовать снижению стоимости привлечения акционерного капитала, особенно на рынках с высоким уровнем конкуренции. В отраслях с наиболее жесткой конкуренцией, как правило, проводится больше социальных и экологических программ и возникает больше инициатив в области устойчивого развития. Следовательно, организации используют мероприятия по устойчивому развитию в качестве возможности продемонстрировать свои преимущества по сравнению с конкурентами

Наконец, в последнее время принято рассматривать систему устойчивого развития бизнеса, действующую в компании, как часть

¹ Критерии социально ответственного бизнеса // Фондовая биржа РТС [Электронный ресурс]. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/5/1/51e106a2976ba9b068eb3490c8844975.pdf> (дата обращения: 16.11.2015).

² Cheng B, Ioannou I., Serafeim. Corporate Social Responsibility and Access to Finance // Social Science Research Network. 2011.

системы управления рисками. Компании, выпускающие отчеты в области устойчивого развития, умеют лучше прогнозировать риски и управлять ими.

Очевидно, что отчетность в области устойчивого развития прочно вошла в жизнь компаний. Данные о результатах их работы, связанной с охраной окружающей среды, социальной деятельностью и корпоративным управлением (Environmental, Social and Governance, ESG), становятся объектом анализа при осуществлении операций с ценными бумагами. Организации непрерывно ищут новые возможности для повышения эффективности, защиты деловой репутации, укрепления доверия акционеров и заинтересованных сторон.

Мы рассмотрели, какие обстоятельства мотивируют переход компании на принципы устойчивого развития. Преимущества, которые дает отчетность в области устойчивого развития, выходят за рамки управления финансовыми рисками и возможностями компании. Раскрытие информации в области устойчивого развития становится важным конкурентным преимуществом, помогает укрепить доверие инвесторов и повысить лояльность сотрудников. При оценке качества и эффективности управления в компаниях аналитики часто учитывают раскрытие информации в области устойчивого развития. Подготовка отчетности в данной сфере помогает организациям получить доступ к источникам финансирования.

Литература:

1. Cheng B, Ioannou I., Serafeim. Corporate Social Responsibility and Access to Finance // Social Science Research Network. 2011.

2. Dimson E., Karakas O. and Li X. Active Ownership // Social Science Research Network. 2012.

3. GRI Report or Explain: a smart policy approach for non-financial information disclosure [Электронный ресурс]. URL: <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI-non-paper-Report-or-Explain.pdf> (дата обращения 15.11.15).

4. Margolis J.D., Elfenbein H.A., Walsh J.P. Does It Pay To Be Good...And Does It Matter? A Meta-Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance // Social Science Research Network. 2009.

5. P. Crifo, V. Forget. The Economics of Corporate Social Responsibility: A Survey // École Polytechnique. 2012.

6. Sustainable Stock Exchanges Initiative [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sseinitiative.org/> (дата обращения 13.11.2015).

7. The top 10 risks for business: a sector-wide view of the risks facing businesses across the globe // Ernst & Young Business Risk Report. 2010.

8. Критерии социально ответственного бизнеса // Фондовая биржа РТС [Электронный ресурс]. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/5/1/51e106a2976ba9b068eb3490c8844975.pdf> (дата обращения: 15.05.2015).

ОСОБЕННОСТИ РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ О ФИНАНСОВЫХ ВЛОЖЕНИЯХ В БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

*Тюлюкина Л.С.,
Финансовый университет*

Аннотация: Настоящая статья посвящена изучению вопросов раскрытия информации о финансовых вложениях в бухгалтерской финансовой отчетности. В ходе исследования рассматривается процедура раскрытия информации о финансовых инструментах. Так же проанализированы особенности раскрытия информации согласно РСБУ и МСФО.

Ключевые слова: Финансовые вложения, ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений», МСФО (IFRS) 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации».

Abstract: This article examines the disclosure of information about financial investments in financial accountancy. The study describes the procedure for disclosing information about financial instruments. As the features of the disclosure according to IFRS and RAS.

Keywords: Financial investments, PBU 19/02 «Accounting of financial investments», IFRS 7 «Financial instruments: disclosures».

Раскрытие информации в бухгалтерской отчетности – одна из самых важных частей во всем процессе ведения бухгалтерского учета и составления отчетности. Международные стандарты заявляют, что первоочередная цель бухгалтерского учета – раскрытие информации для внешнего пользователя. Важную часть раскрытию информации уделяют и их российские аналоги.

Вопросы раскрытия информации о финансовых вложениях регламентирует VII часть «Раскрытие информации в бухгалтерской отчетности» ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений». Первоочередное внимание в ней уделяется раздельное представление долгосрочных и краткосрочных вложений в отчетности, с ежегодным переносом той части долгосрочных финансовых активов в противоположную часть, когда обязательство по их оплате достигает срока менее одного года.

Среди прочего к раскрытию в бухгалтерской отчетности подлежат: способы оценки и изменений оценок финансовых вложений при их выбытии; стоимость финансовых вложений, вне зависимости от

того, по текущей рыночной стоимости они оцениваются, или нет; изменение между оценками финансовых вложений по текущей рыночной стоимости за отчетный и предыдущий период; разница между первоначальной и номинальной стоимостью финансового вложения, учитываемого по амортизационной стоимости; финансовые вложения, обремененные обязательством финансового залога; стоимость и виды финансовых вложений переданных другим организациям (за исключением продажи); информация о резерве под обесценение финансового вложения; по долговым ценным бумагам и займам, учитываемым по методу дисконтирования – подробная информация обо всех особенностях данного применяемого метода оценки – стоимости, методе, ставке дисконтирования.

На наш взгляд, указанные требования по раскрытию информации о финансовых вложениях достаточные, чтобы у пользователя отчетности смогло сформироваться полноценное мнение о финансовых вложениях предприятия, об их влиянии на доходы предприятия и его финансовую устойчивость, о создаваемых ими рисках.

Порядок раскрытия информации о финансовых инструментах регламентируется отдельным стандартом МСФО (IFRS) 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации», который стал обязательным к применению с 1 января 2007 года. До этого вопросами раскрытия информации занимался стандарт МСФО (IAS) 32, который носил название «Финансовые инструменты: раскрытие и представление информации».

Главная цель МСФО (IFRS) 7 – определение требований к предприятиям в области раскрытия информации в их финансовой отчетности. Раскрытая информация должна предоставить возможность пользователям оценить: значение финансовых инструментов для финансового положения и результатов деятельности компании, а также размер и природу рисков, связанных с финансовыми инструментами, которые оказывают влияние на компанию в течение отчетного периода или на отчетную дату, а также то, как компания осуществляет управление данными рисками.

Сфера применения МСФО (IFRS) 7 является шире сферы действия стандартов МСФО (IAS) 39 и МСФО (IFRS) 9. Таким образом, его положения распространяются на ряд таких инструментов, как финансовая аренда и некоторые обязательства по предоставлению займов.

Важной характеристикой раскрытия информации является уровень детализации раскрытия информации. Здесь компании приходится самостоятельно решать, исходя из особенностей их состава и структуры финансовых инструментов, насколько подробной должна быть информация, раскрытие которой удовлетворит требованиям стандарта. Также компании должна самостоятельно определить, какие аспекты ей следует раскрыть подробно и по отдельности, а какие аспекты раскрыть обобщенно, в целях раскрытия общей картины о деятельности предприятия.

Раскрываемая в рамках стандартов МСФО информация должна группироваться по классам финансовых инструментов, в зависимости от характеристики свойств инструментов. Следует отметить, что сформированные таким образом классы могут отличаться от классов инструментов, определяемых МСФО (IAS) 39 и МСФО (IFRS) 9. В том случае, если в целях раскрытия информации будут сформированы иного, чем в целях оценки, классы инструментов, предприятию будет необходимо предоставить информацию, для проведения сверки со статьями баланса.

При раскрытии информации о существенных аспектах учетной политики, согласно МСФО (IAS) 1, следует указывать принципы оценки, использованные при составлении финансовой отчетности. Что касается финансовых активов, то к необходимой к раскрытию информации может относиться: характер финансовых активов; критерии классификации данных активов при первоначальном признании; информация о том, как учитываются сделки покупки и продажи на стандартных условиях; информация о том, как определяются чистые доходы и расходы по категориям финансовых инструментов; критерии, используемые компанией для определения объективных признаков обесценения у финансовых инструментов.

В тех случаях, когда компания использует резерв под обесценение балансовой стоимости активов, то может оказаться необходимым к раскрытию следующая информация. Критерии определения компанией того, когда балансовая стоимость определенного финансового актива уменьшается непосредственно, а когда в данных целях используется резерв под обесценение. А также критерии списания сумм, отнесенных на счет резерва против сумм балансовой стоимости обесцениваемых финансовых активов.

В соответствии с МСФО (IFRS) 7, предприятие обязано раскрывать отдельные статьи доходов и расходов по финансовым инструментам. В первую очередь следует раскрывать информацию по доходам и расходам финансовых инструментов в разрезе их классификационных групп. В целях обеспечения пользователям финансовой отчетности информации возможности для сравнения доходов различных компаний, предприятию следует раскрывать информацию, о том, каким образом распределяются в отчете о финансовых результатах доходы и расходы по финансовым инструментам. По финансовым активам, не оцениваемым по справедливой стоимости, обязаны быть раскрыты совокупные процентные доходы и расходы, в том числе и по тем из них, которые были обесценены. Наконец, должна раскрываться сумма от обесценения по каждому классу финансовых активов.

Если предприятием для учета финансовых инструментов применяется МСФО (IFRS) 9, то по такому классу финансовых активов, как инвестиции в долевые инструменты, переоцениваемые по справедливой стоимости через прочий совокупный доход должна дополнительно раскрываться следующая информация: какого рода инвестиции были определены в данной группе, причины применения данного «альтернативного» способа представления, справедливая стоимость единицы учета каждой инвестиции на отчетную дату, дивиденды, признанные в течение отчетного периода. Наконец, должны раскрываться переводы совокупных доходов и расходов, образованных данными инвестициями, в рамках капитала предприятия в течение отчетного периода с объяснением причин данных переводов.

В том случае, когда предприятие предоставляет свои финансовые активы в качестве обеспечения исполнения каких-либо обязательств, оно обязано раскрывать балансовую стоимость данных активов, а также условия осуществляемого обесценения. В обратном случае, когда компания получает финансовый актив в качестве обеспечения залога, а вместе с ним право продать или перезаложить данное обеспечение, раскрытию подлежит: справедливая стоимость полученного, а также уже проданного или перезаложенного обеспечения (с указанием обязательств по его возврату, если оно существует), условия в отношении использования компанией полученного обязательства.

Стандарт МСФО (IFRS) 7 обязывает предприятие раскрывать дополнительную информацию в том случае, когда обесценение финансовых активов осуществляется на отдельном счете – резерв под обесценение финансовых активов. В этом случае компании следует предоставлять расшифровку движения по данному счету за отчетный период по каждому классу финансовых активов.

Отдельные требования применяются для определения справедливой стоимости финансовых инструментов. Требования по раскрытию информации при оценке по справедливой стоимости, как и любая иная информация по ее определению, содержится в стандарте МСФО (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости». Если же данный стандарт предприятием не применяется, то в области раскрытия информации по справедливой стоимости финансовых инструментов вступает в силу стандарт МСФО (IFRS) 7. В соответствии с ним по каждому классу финансовых инструментов обязана быть раскрыта информация о методах определения справедливой стоимости (если методика оценки определения применялась), существенных допущениях, используемых при определении справедливой стоимости каждого класса финансовых инструментов. Стандарт также содержит в себе требования в области раскрытия информации по справедливой стоимости, в основе которых лежит иерархия источников справедливой стоимости. Следует отметить, что данная иерархия отличается от иерархии определения справедливой стоимости, применяемой стандартами МСФО (IAS) 39 и МСФО (IFRS) 9. Ее структура выглядит следующим образом:

1. Котировки на активном рынке по идентичным активам и обязательствам.
2. Исходные данные, за исключением котировок 1-го уровня, являющиеся наблюдаемыми для инструмента, либо напрямую (по ценам), либо косвенно (использование производных от цен).
3. Исходные данные, не основывающиеся на наблюдаемых данных.

Таким образом, при учете финансового инструмента по справедливой стоимости, по каждому классу финансовых инструментов обязательна к раскрытию следующая информация. Уровень иерархии, к которому относится оценка справедливой стоимости. Существенные переводы между различными уровнями иерархии, с описанием причин

их перевода. При оценке справедливой стоимости в рамках 3-ей иерархии, необходима сверка остатков на начало и конец отчетного периода. При оценке по справедливой стоимости в рамках 3-его уровня иерархии, если изменение определенных исходных расчетных величин на возможные альтернативные значения приведет к существенному изменению справедливой стоимости, данный факт подлежит раскрытию, равно как и информация о том, как данный эффект был рассчитан.

Наконец, чтобы дать пользователю представление о потенциальной изменчивости оценок справедливой стоимости, необходимо раскрывать информацию об использовании методик оценки, об их чувствительности к основным оценочным допущениям.

Стандарт МСФО (IFRS) 7 практически не содержит прямых указаний, в отношении того, в каких именно формах отчетности должны быть представлены финансовые инструменты и связанные с ними доходы и расходы.

В составе прибыли или убытка подлежат раскрытию следующие доходы и расходы: сумма дохода от дивидендов, изменения в справедливой стоимости инструментов, изменения в справедливой стоимости, относящиеся к инструментам хеджирования, сумма курсовых разниц.

При применении МСФО (IFRS) 9, минимальными требованиями в отношении включения статей в отчет о совокупном доходе (или отчет о финансовых результатах) включает доходы и расходы, возникающие вследствие прекращения признания финансовых активов, оцениваемых по справедливой стоимости. Если финансовый актив был переклассифицирован, в результате чего он стал оцениваться по справедливой стоимости, доход или расход, возникающий вследствие разницы между предыдущим значением балансовой стоимости и его справедливой стоимостью на дату переклассификации.

Доходы и расходы от выбытия финансовых активов отражаются путем вычета его балансовой стоимости и соответствующих затрат на его реализацию из суммы поступления от выбытия.

Существенные статьи доходов или расходов, возникающие по финансовым инструментам и признаваемые в составе прочего совокупного дохода, должны раскрываться отдельно и включать следующую минимальную информацию об изменениях в справедливой стоимости имеющихся в наличии для продажи финансовых активов, включая: доходы и расходы, признанные в составе прочего совокупного дохода за

отчетный период; сумму, которая была переклассифицирована из капитала в состав прибыли или убытка за отчетный период.

Что касается отражения финансовых инструментов на балансе предприятия, то следует особо отметить правило взаимозачета финансовых активов и обязательств. Стандарт МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» содержит в себе общее правило, исключаящее взаимозачет активов и обязательств, за исключением тех случаев, когда такой взаимозачет разрешен или должен быть осуществлен согласно требованию того или иного стандарта или интерпретации. В области финансовых инструментов данное требование содержит в себе стандарт МСФО (IAS) 32, согласно требованию которого, финансовый актив и финансовое обязательство должны быть зачтены, а в балансе должна отражаться чистая сумма тогда, когда компания в текущий момент имеет юридически действительное право произвести данный взаимозачет и компания имеет намерение осуществить взаимозачет, либо одновременно реализовать актив и погасить обязательство.

Что касается отчета об изменениях в капитале, то согласно МСФО (IAS) 1, то анализ прочего совокупного дохода по статьям должен представляться для каждого компонента капитала.

Подводя итог различным способам раскрытия информации о финансовых вложениях в отчетности, согласно отечественным и международным стандартам, следует подчеркнуть их основные достоинства и недостатки.

На наш взгляд требования в области раскрытия информации согласно российским стандартам являются удобными в применении и дающие необходимую для пользователя информацию о деятельности предприятия. Основной акцент в них делается на своевременное разделение вложений на долгосрочные и краткосрочные. Также в них предусмотрено раскрытие таких деталей, как резерв под обесценение и залог. Их слабой стороной, по отношению к стандартам международным, является их небольшой объем, общее описание вопросов раскрытия информации, без подробного разбора отдельных частных случаев. Также в РСБУ отсутствует указание на то, в какой части отчетности, какую информацию следует раскрывать.

Международный аналог в области раскрытия информации по финансовым инструментам, представленный МСФО (IFRS) 7 содержит в себе значительный объем информации, начиная с выделения целей

раскрытия информации и заканчивая указаниями того, в какой части финансовой отчетности следует раскрывать различную информацию. На наш взгляд, важным является выделение в стандарте тех областей, где требуется применение собственного суждения менеджмента предприятия, применение собственной классификации финансовых инструментов согласно их характеристикам и применение собственной иерархии источников справедливой стоимости. Международный стандарт также требует подробного раскрытия информации о формируемых финансовыми инструментами доходах и расходах. Также в нем оговорен вопрос о том, в каких именно формах отчетности следует раскрывать ту или иную информацию.

На наш взгляд, стандарт МСФО (IFRS) 7 более подробно раскрывает информации о финансовых вложениях, нежели его российский аналог. Однако его применение сопряжено с рядом трудностей – в нем требуется значительная доля собственного суждения, что подразумевает наличие высоких профессиональных навыков у менеджмента предприятия. Другая сложность – применение МСФО (IFRS) 7 осложняется постепенной заменой стандарта в области оценки финансовых инструментов МСФО (IAS) 39 на стандарт МСФО (IFRS) 9, содержащий в себе несколько иные требования, в том числе и в области раскрытия информации. Наконец, раскрытие информации согласно МСФО (IFRS) 7 существенно осложняется введением обязательного к применению с 1 января 2013 стандарта МСФО (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости». Данный стандарт, при его использовании, заменяет практически все положения стандарта МСФО (IFRS) 7 в области раскрытия информации о справедливой стоимости. Таким образом, раскрывая информацию о финансовых вложениях согласно международным стандартам, составителям финансовой отчетности придется руководствоваться нормами большого количества стандартов, что требует значительной классификации. На наш взгляд, российским стандартам, не смотря на их высокое качество и удобность в применении, следует меняться в сторону международных стандартов, как стандартов, представляющих наиболее подробную информацию для внешних пользователей.

Подводя итог, мы приходим к выводу, что, не смотря на большой объем и трудность составления, отчетность, составленная в соответствии с требованиями МСФО, предоставляет больше информации,

нежели отчетность, подготовленная в соответствии с РСБУ. В отчетности, составленной по МСФО, больше различных разбивок и пояснений, что позволяет пользователю легче прослеживать путь от статьи баланса «Прочие финансовые активы» до конкретной единицы учета финансовых активов, с указанием ее базовых характеристик.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 г. «О бухгалтерском учете» N 402-ФЗ (ред. от 02.11.2013).

2. Федеральный закон от 27.07.2010 г. №208-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «О консолидированной финансовой отчетности».

3. Приказ Минфина РФ от 29.07.1998 №34н (ред. от 24.12.2010) «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 27.08.1998 №1598).

4. Приказ Минфина России от 10.12.2002 г. №126н (ред. от 27.04.2012) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет финансовых вложений» ПБУ 19/02».

5. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 №43н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)».

6. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» (ред. от 02.04.2013).

7. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 32 «Финансовые инструменты: представление информации» (ред. от 07.05.2013).

8. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» (ред. от 24.12.2013).

9. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации» (ред. от 07.05.2013).

10. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 9 «Финансовые инструменты».

11. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости» (ред. от 18.07.2012).

12. Финансовый учет: учебник / под ред. В.Г. Гетьмана. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2008.

13. Бухгалтерский учет: учебник. / Под ред. проф. Ю.А. Бабаева. М.: Проспект, 2005.

14. Учет финансовых инструментов в соответствии с МСФО. Издательство: Альпина Паблишер, 2013.

15. Валентина Едророва, Ефим Мизиковский. Учет, оценка доходности и анализ финансовых вложений. Издательство: Магистр, Инфра-М, 2013.

16. МСФО. Точка зрения КПМГ. Практическое руководство по Международным стандартам финансовой отчетности. 2009/2010// Издательство: Альпина Паблишер, 2010.

НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ?

*Арманова Б.М., студент
магистратуры Факультета учета и аудита
Финансового университета
Научный руководитель:
д.э.н., проф. В.Г. Гетьман*

Аннотация: налоговое льготирование выступает эффективным инструментом воздействия государства на предпринимательскую, инвестиционную, трудовую активность, развитие науки, техники и социальной сферы. Злободневность вопроса заключается в выполнении льготами своего предназначения и в предоставлении их тем, кому они, действительно, нужны. Оценивая действующее законодательство о налогах и сборах Российской Федерации, можно утверждать, что система налоговых льгот и преференций соответствует предъявляемым требованиям лишь отчасти. В данной статье рассматривается один из элементов налогообложения – налоговые льготы, а именно эффективность их использования.

Ключевые слова: налоги, налоговые льготы, эффективность.

Abstract: Tax remissions are an effective instrument of state influence on business, investment, labor, science, technology and the social sphere. Provocative question is fulfillment of their purposes and providing them to those who really need. Assessing the current legislation on taxes and duties of the Russian Federation, it can be argued that the system of tax privileges and preferences correspond to requirements only in part. This article discusses one of the elements of taxation – tax relief, namely the efficiency of their use.

Keyword: tax, tax remissions, efficiency.

Одной из основных функций налогов является стимулирующая функция. Ее целевое предназначение – создание предпосылок для активизации предпринимательской деятельности в отдельных видах деятельности экономики, развитие которых признается приоритетными для государства. В свою очередь одним из инструментов такого стимулирования выступают налоговые льготы. В этой связи принципи-

альное значение имеет понимание того, насколько эффективно использование этого инструмента для участников главных налоговых правоотношений – государства и налогоплательщика.

Для государства проблема предоставления налоговых льгот важна с различных точек зрения. основополагающей задачей является оценка социально-экономических последствий предоставления льгот, сущность которой – определение объема выпадающих доходов бюджета, сопоставление его с получаемым экономическим эффектом и при необходимости – целенаправленная и адекватная корректировка налоговой политики страны.

Согласно документу Минфина РФ «Основные направления налоговой политики РФ на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов» в настоящее время налоговые льготы рассматриваются в качестве «налоговых расходов» бюджетной системы РФ, так как уменьшают ресурсы государства, необходимые для решения поставленных перед ним задач. В связи с этим специалисты Минфина России отмечают, что в начале 2013 года в РФ действовало около 290 льгот, которые в совокупности составляли 1,6 трлн руб., то есть в сравнении с 2010 годом их количество выросло почти наполовину. Некоторые экономисты полагают, что из-за применения прямых налоговых льгот государство теряет примерно 5% налоговых сборов¹. На мой взгляд, столь значительное недополучение средств в бюджет, не сопровождающееся адекватным ростом экономических показателей – непозволительная роскошь для национальной экономики. Сложившаяся ситуация вызывает необходимость окончательного выбора между налоговой льготой и прямым финансированием дополнительно полученных сумм той или иной отрасли экономики. Так, проведение налоговых реформ под девизом «лучше низкие ставки налогов с минимальным числом налоговых льгот, чем высокие ставки с множеством исключений» стало за последние 30 лет основным направлением реформирования налоговых систем практически во всех индустриально развитых странах мира. Но в тоже время, по результатам проведенных исследований, можно прийти к выводу, что практически все индустриально развитые страны активно используют налоговые льготы как инструмент стимулирования

¹ <http://rbcdaily.ru/economy/562949989526933> 11/11/2013год

экономики. Однако, есть и страны, отказывающиеся от стимулирования экономики и инновационной деятельности через внедрение налоговых льгот (например, Хорватия и Финляндия). Таким образом, развитие экономики совсем не обязательно зависит от наличия или отсутствия льгот, а скорее от того, насколько и в какой степени каждая отдельно взятая льгота действительно дает положительный эффект¹.

В последние годы во многих странах мира наблюдается тенденция к росту статей, направленных на решение задач в области образования, здравоохранения, жилищной сферы, пенсионного обеспечения, поддержки групп с низкими доходами, а также развитие определенных секторов экономики. Расширение налоговых льгот наблюдается и в России. Вместе с тем, их применение на практике связано с существенными ограничениями и в ряде случаев с неэффективностью.

Прежде всего, налоговые льготы должны быть ясными и понятными для налогоплательщиков и не допускать их неоднозначного толкования. Так, в имеющихся многочисленных теоретических и практических научных исследованиях, посвященных вопросам воздействия налоговых инструментов на развитие экономики, отсутствует однозначное толкование налоговых льгот и преференций. Нет такого разграничения и в законодательстве – статья 11 Налогового кодекса РФ понятия «налоговая преференция» не содержит. И поэтому в силу многообразия и специфики налоговой системы России необходимо выработать единую позицию – является ли преференция отличным от льготы понятием, или она выступает разновидностью налоговых льгот.

Также непроработанность механизмов отдельных видов льгот способствует их неэффективному использованию. Например, в Москве в дополнение к федеральным, установлено более 70 льгот по налогу на прибыль организаций и налогу на добавленную стоимость, однако, в силу многих причин, ими пользуются не более 1–2 % предприятий².

¹ Марков В.В. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Налоговые льготы как способ стимулирования инновационной деятельности: оценка целесообразности и бюджетной результативности // СПбГУ, 2010.

² Савина О.Н. Оценка эффективности налоговых льгот в условиях действующего российского законодательства и направления ее совершенствования/Налоги и налогообложение. 2013. №8(110). С. 79.

Кроме того, наличие множества налоговых льгот и преференций, четко не идентифицированных в качестве таковых, во-первых, усложняет процесс налогового администрирования и построения результативного механизма противодействия неправомерному применению налоговых льгот и злоупотребление нечеткостью законодательства. Во-вторых, требует оценки практической эффективности их предоставления путем сопоставления эффекта от активизации и роста эффективности хозяйственной деятельности налогоплательщика с прямыми потерями дохода бюджета вследствие сокращения поступлений уплачиваемых налогов.

Установление налоговых льгот без учета их целевой направленности и сложившихся диспропорций социально-экономического развития российских регионов также снижает их результативность, в силу того, что значительная часть льгот направлена не на стимулирование, а на оптимизацию встречных финансовых потоков. Между тем каждый регион имеет специфические особенности социально-экономического развития. Так, в регионах с высоким уровнем развития налоговые льготы, прежде всего, могут быть ориентированы на решение социальных задач, и только потом экономических. В депрессивных регионах необходимо первоочередное внимание уделять экономическим задачам. Целью является стимулирование роста налогооблагаемой базы региона и обеспечения в перспективе роста налоговых поступлений в бюджетную систему. Поэтому оценивая эффективность налоговых льгот для депрессивных регионов, приоритетом в принятии решения об их введении или отмене должна выступать экономическая эффективность. По причине тяжелого финансового состояния слаборазвитых регионов, льготы местного значения, должны иметь ярко выраженную социальную направленность и сводиться к решению социальных задач. Здесь наоборот перспективы роста налоговых поступлений в бюджеты незначительны, однако социальный эффект от применения льготы может быть достигнут, а значит льгота будет считаться эффективной.

Анализ проведенных по данному вопросу исследований показал, что для оценки эффективности предоставляемых налоговых льгот в зарубежной практике применяются различные методы, такие как:

- метод управления доходов (*revenue foregone*), показывающий какую сумму недополучает бюджет вследствие использования налогоплательщиками предоставленных льгот;
- метод восстановленных доходов (*revenue gain*), позволяющий оценить сумму прироста доходов бюджета в случае отмены предоставляемой ранее налоговой льготы;
- метод эквивалентных расходов (*outlay equivalence*), характеризующий величину трансфертных выплат из бюджета, которые необходимо будет предоставить налогоплательщику при отмене конкретной налоговой льготы, для того, чтобы не допустить падения его дохода¹.

Стоит отметить, что использование вышеперечисленных различных методов количественной оценки эффективности применения налоговых льгот приводит к количественным различиям (вследствие отсутствия единой методики оценки объекта исследования), так и к качественным различиям, например, в перечне расходов бюджета, которые связаны с разным представлением налоговых льгот и преференций.

Сказанное выше позволяет отметить, что в настоящее время налоговые льготы не обеспечивают в полной мере выполнения своего главного функционального предназначения – стимулировать активность хозяйственной деятельности налогоплательщиков и способствовать повышению эффективности функционирования национальной экономики. Для преодоления сложившейся ситуации необходима полная инвентаризация налоговых льгот и преференций, но для ее проведения следует, прежде всего, определиться с отличительными признаками категории «налоговые льготы», которые установлены законодателем.

Работа по классификации системы налоговых льгот и преференций в части четкого определения понятийного аппарата и оценки их результативности является сложной задачей. Конечная цель ее решения – оценка эффективности налоговой политики государства в отношении введения новых и применения уже существующих налоговых льгот на основе закрепления содержания самой рассматриваемой категории. Решение указанной задачи имеет важное самостоятельное значение для государства с позиции обеспечения стабильной наполняемости доходной части бюджета.

¹ Коломенская Н.А, Лисовская И.А. Налоговые льготы и преференции: нечеткость понятийного аппарата как источник налоговых рисков/Налоги. 2013 г. № 42 (288). С 36.

Обсуждение подходов к пониманию налоговых льгот – актуальная проблема, находящаяся как в области научного познания, так и в области правоприменительной практики. На данном этапе можно сказать, что существующие налоговые льготы и налоговые преференции не являются эффективными инструментами для развития экономики. Поэтому в рамках совершенствования налоговых льгот одним из направлений является установление перечня льгот, эффективность которых в большей степени зависит от последующего использования сэкономленных финансовых ресурсов. С целью обеспечения контроля за расходованием сэкономленных налогоплательщиком финансовых ресурсов в связи с применением налоговых льгот целесообразно обосновать, какие налоговые льготы могут быть заменены другими инструментами государственного экономического регулирования (субсидии, займы, финансирование и тд.). Важно, чтобы исполнительные органы власти периодически проводили анализ эффективности действующих налоговых льгот как на уровне Российской Федерации, так и на уровне субъектов РФ и муниципальных образований.

Необходимо на практике разграничить понятия «налоговые льготы» и «налоговые преференции» путем внесения соответствующих изменений в налоговое законодательство РФ. Закрепление четкого определения рассматриваемой категории в НК РФ позволит создать предпосылки для роста эффективности отечественной налоговой системы.

Результатом предоставления налоговых льгот и пользования ими должен стать рост инвестиционного потенциала хозяйствующих субъектов, обеспечивающих их инновационное развитие и рост доверия к отечественной налоговой системе.

Литература:

1. Основные направления налоговой политики РФ на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов//Минфин РФ, 2013 год.
2. *Марков В.В.* Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Налоговые льготы как способ стимулирования инновационной деятельности: оценка целесообразности и бюджетной результативности их применения. СПбГУ, 2010.

3. *Коломенская Н.А, Лисовская И.А.* Налоговые льготы и преференции: нечеткость понятийного аппарата как источник налоговых рисков/Налоги. 2013. № 42 (288).
4. *Савина О.Н.* Оценка эффективности налоговых льгот в условиях действующего российского законодательства и направления ее совершенствования / Налоги и налогообложение. 2013. №8(110).

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ

*Антонов А.О., студент
магистратуры Факультета учета и аудита
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Е.В. Незашев*

Аннотация: В статье рассмотрены основные элементы и теоретические основы устойчивого развития предприятия с использованием его организационного потенциала. Также в статье рассмотрено влияние потенциала организации на механизм формирования устойчивого развития компании.

Ключевые слова: Устойчивость, устойчивое развитие, механизм устойчивого развития, потенциал предприятия, организационный потенциал, технология.

Abstract: In article are considered basic elements and theoretical bases of a sustainable development of the enterprise with use of its institutional capacity. Also in article influence of capacity of the organization on the mechanism of formation of a sustainable development of the enterprise is considered.

Key words: Stability, sustainable development, mechanism of a sustainable development, capacity of the enterprise, institutional capacity, technology.

Устойчивое развитие организации представляет собой долгосрочную стратегию, с помощью которой хозяйствующий субъект имеет возможность длительно находиться и развиваться на конкурентном рынке.

Деятельность любого предприятия похожа на экономическую модель в состоянии динамики. Процессы, происходящие внутри модели способны по-разному влиять на систему показателей. Они могут, как увеличить, так и уменьшить определенные параметры системы данной модели, что в свою очередь может подорвать устойчивость предприятия в будущем.

Устойчивость организации включает в себя наличие устойчивых и стабильных связей между отдельными элементами, заключенных в систему предприятия. Данную устойчивость можно охарактеризовать следующими показателями:

- оперативность – скорость реакции на изменение внешней среды предприятия;
- централизация – выполнение руководящих функций одним из элементов;
- живучесть – сохранение значений определенных показателей при разрушении части структуры;
- объем – то количество элементов, которое охватывается структурой предприятия [5].

Компания будет считаться устойчивой лишь в том случае, если она работает в таких направлениях как: экономическая устойчивость, производственная устойчивость, управленческая устойчивость, маркетинговая устойчивость, экологическая устойчивость и социальная устойчивость (Рисунок 1).



Рисунок 1. Виды устойчивости предприятия

Для того чтобы развиваться на конкурентном рынке, предприятию необходимо выполнить переход от модели выживания к модели устойчивого долгосрочного развития.

Основополагающими элементами стратегического развития современных конкурирующих на рынке предприятий являются:

- соответствие производимой продукции стандартам качества ИСО 9001:2008 и новейшему стандарту качества ИСО 9001:2015, разработанному в январе 2015 года;

- поддержание высокого уровня прибыльности и рентабельности продаж, а также поиск путей сокращения себестоимости производимой продукции;
- загрузка производственных мощностей предприятия для поддержания как минимум безубыточного объема производства;
- управление предприятием с использованием высококвалифицированных рабочих кадров;
- кадровая устойчивость персонала организации. Представляет собой поиск путей удержания ценных сотрудников производственного и управленческого персонала, сокращение коэффициента текучести кадров и повышение коэффициента постоянства персонала;
- финансовая безопасность [3], включающая расчет коэффициентов ликвидности, финансовой независимости, рентабельности активов и т.д.
- экологическая безопасность, которая предполагает такую организацию процесса производства продукции, при которой выбросы загрязняющих веществ (например CO₂) не будут превышать ассимиляционную способность экосистем, рациональное использование природных ресурсов.
- с позиции социальной устойчивости [3] предприятие должно в первую очередь удовлетворить свой персонал современными рабочими местами и высоким уровнем заработной платы, во-вторых, обеспечить персонал соответствующей социальной защищенностью и, в-третьих, работники данной организации должны быть сильно мотивированны выполнением своих обязанностей быстро и в срок.

При рассмотрении понятия устойчивого развития, нельзя не затронуть сущность организационного потенциала предприятия, которая в свою очередь зависит от потенциалов развития деятельности элементов устойчивого развития, рассмотренных ранее [4].

Потенциалом предприятия в широком смысле называется наличие и максимальная возможность использования предприятием всех доступных и имеющихся в его распоряжении ресурсов.

В более узком смысле под организационным потенциалом понимается такая способность организации, при которой максимально возможно оптимизировано взаимодействие структурных элементов

устойчивого развития по решению управленческих и производственных задач.

Классификация организационного потенциала предприятия представляет собой пять основных блоков:

1. Финансовый.
2. Производственный [7].
3. Трудовой (персонал предприятия).
4. Маркетинговый.
5. Инновационный.

Первый блок состоит из финансового, экономического и инвестиционного потенциала [1] организации. Как известно финансовый и экономический потенциалы предназначены для характеристики финансовой устойчивости организации и способности успешно функционировать на рынке и заниматься коммерческой деятельностью. Что касается инвестиционного потенциала, то он в свою очередь представляет собой уровень инвестиционной привлекательности объекта бизнеса, который формируется как совокупность определенных условий. Данными условиями могут быть наличие спроса на продукцию предприятия, высокое качество продукта или услуги, существенно отличающееся от фирм-конкурентов, экономическая ситуация в стране и отдельно в регионе.

Второй блок состоит из производственного и технологического потенциалов. В некоторых научных источниках технологический потенциал является составной частью производственного потенциала. Г.Б. Клейнер считает, что технологический потенциал организации состоит из трех основных элементов:

- оборудование предприятия;
- технология производства;
- технологическая подготовка производства.

Основой технологического потенциала предприятия является активная часть средств производства [4], которая включает оборудование, измерительную аппаратуру, технологическую оснастку, т.е. то, что может определить и повлиять на производительность труда.

Правильное и эффективное развитие организацией своего технологического потенциала необходимо для улучшения финансовых показателей и повышения отдачи от вложенных в бизнес средств.

В третий блок входят такие потенциалы организации как управленческий, трудовой и интеллектуальный. Основой всех вышеперечисленных потенциалов является совокупность теоретических знаний, практического опыта и индивидуальных способностей каждого работника организации. Интеллектуальный потенциал предприятия в настоящее время все больше и больше становится таким фактором, который может определить размер доходов и спрогнозировать финансовую устойчивость организации в будущем [7].

Четвертый блок состоит из информационного, маркетингового и рыночного потенциалов. Данные потенциалы предназначены для быстрого реагирования предприятия на изменение внешней среды и, в особенности, действий фирм-конкурентов. При рассмотрении понятия маркетингового потенциала выделяют три основных подхода:

1. Ресурсный подход.
2. Функциональный подход.
3. Результативный подход.

Первый (ресурсный) подход ориентирован на ресурсную составляющую организации, т.е. количество принадлежащих организации ресурсов и связей между ними, которые в свою очередь обеспечивают соответствующие преимущества перед конкурентами.

Второй (функциональный) подход позволяет отслеживать степень удовлетворенности потребителей продукцией или услугами предприятия. При этом само предприятие должно использовать все потенциальные возможности сбытовых рынков.

Следующий (результативный) подход точно так же, как и функциональный подход призван отслеживать удовлетворенность потребителей продукцией предприятия, но относительно продукции фирм-конкурентов.

Что касается последнего (инновационного) блока, то, как известно, в последние десять-пятнадцать лет как зарубежные, так и российские предприятия постепенно начали переходить на инновационный характер производства [1]. Связано это с тем, что создание научно-исследовательских лабораторий, экспериментальных производств, специальных отделов, специализирующихся на разработке новых продуктовых или технологических идей, могут действительно сделать из скромных производств компании со сверхприбылями. Инновационный потенциал – средство достижения основных целей

предприятия за счет реализации инновационных проектов и стратегий. В структуре организационного потенциала инновации являются центральным звеном и оказывают наиболее существенное влияние на формирование стратегии устойчивого развития, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе [1].

Устойчивое развитие достигается лишь в том случае, когда взаимосвязанные элементы в пределах организации начинают обеспечивать рост экономической эффективности при наличии раздражающих внешних факторов.

В свою очередь, тот уровень устойчивого развития организации, которого ей удалось достичь на данном этапе функционирования, начинает оптимизировать взаимодействие тех самых элементов, с помощью которых он был когда-то достигнут, т.е. наблюдается обратная связь элементов системы устойчивого развития [6].

Ранее мы рассмотрели, что потенциалом предприятия называется наличие и максимальная возможность использования предприятием всех доступных и имеющихся в его распоряжении ресурсов. Данное определение потенциала дано, как известно, в широком смысле. Что же в таком случае можно сказать о самих ресурсах, которыми владеет и может пользоваться предприятие?

Рассмотрим понятие ресурсного потенциала организации.

Ресурсным потенциалом предприятия называется оценка эффективности использования различных видов ресурсов, которыми обладает организация, в ходе предпринимательской деятельности. [2]

Ресурсный потенциал организации подразделяется на две основные группы:

- технико-технологический потенциал [2, 3];
- кадровый потенциал.

При оценке технико-технологического потенциала можно выделить следующие показатели оценки результатов реализации данного потенциала:

- стоимость ОС предприятия;
- степень износа ОС;
- фондоотдача;
- рентабельность использования ОС;
- удельный вес современных технологий.

При оценке результатов реализации кадрового потенциала можно выделить следующие показатели:

- обеспеченность предприятия высококвалифицированными кадрами;
- коэффициент текучести кадров;
- стоимость кадров предприятия;
- коэффициент оборачиваемости приема-выбытия персонала;
- коэффициент использования трудовых ресурсов [3].

Ранее, при рассмотрении пяти основных блоков, характеризующих потенциал предприятия, мы уже сталкивались с понятием «трудовой потенциал», которое включает в себя совокупность знаний, определенных навыков, накопленного опыта и индивидуальных способностей работника. Отличие трудового потенциала от кадрового заключается в том, что при реализации кадрового потенциала, организация имеет возможность подсчитать точное количество работников, вовлеченных, например, в процесс наладки и подготовки производственных мощностей к производству продукции, в то время как при оценке трудового потенциала, подсчитать точное количество «знаний» не представляется возможным. Исключением здесь является то, что эффект от реализации трудового потенциала организации можно оценить в будущих периодах, это может быть либо доход, либо убыток.

Устойчивое развитие организации постоянно подвергается влиянию внешних и внутренних факторов. В целях повышения экономической эффективности бизнеса, предприятию необходимо постоянно контролировать входящие и исходящие информационные потоки, также необходимо контролировать финансовую, социальную и экологическую безопасность производственной деятельности, обязательно выполнять проверку ресурсного потенциала, а также использовать инновационные технологии для развития производственного и технологического потенциалов.

Литература:

1. *Дамодаран А.* Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов / перевод с англ. 6-е изд. М.: Альпина Паблшерс, 2010.
2. *Карпейчик И.Н.* О сущности и соотношении понятий экономического и производственного потенциалов. Часть 1. Бизнес Информ. 2012. №3.
3. *Ожегов С.И.* Толковый словарь русского языка, изд. 4-е, доп. М.: ИТИ Технологии, 2008.
4. *Салитов Л.Р.* Устойчивое развитие и качество экономического роста. Экономические науки. 2008. №11 (48).
5. Концептуальные подходы обеспечения устойчивого развития предприятия как хозяйствующего субъекта экономики региона [Электронный документ: <http://www.uecs.ru/uecs-37-372012/item/982-2012-01-26-08-56-08>] (дата обращения: 11.02.2015).
6. Конкурентный потенциал предприятия [Электронный документ: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/potencial-predpriyatiya.html>] (дата обращения: 03.05.2015).
7. Оценка производственного потенциала предприятия [Электронный документ: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=513021>] (дата обращения: 07.04.2015).

СТЕЙКХОЛДЕРСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЗНАЧИМОСТИ ОТЧЕТНОСТИ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

*Бацулин К.А., студент магистратуры
Факультета учета и аудита
Финансового университета
Научный руководитель:
д.э.н., проф. В.В. Шадрин*

Аннотация: Статья посвящена вопросам раскрытия информации в области снижения негативного воздействия на окружающую среду, социальной ответственности и корпоративного управления. Особое внимание уделяется преимуществам, которые отчетность в области устойчивого развития дает организациям, а также взаимосвязям нефинансовых показателей с финансовыми.

Abstract: The article is devoted to various aspects of an organization's environmental, social and governance (ESG) reporting. It puts an emphasis on benefits of sustainability reporting, as well as on making connections to financial performance.

Ключевые слова: устойчивое развитие, отчетность об устойчивом развитии, стейкхолдеры

Keywords: sustainable development, sustainability reporting, stakeholders

Проблемы, связанные с загрязнением окружающей среды, изменением климата, нарушением прав человека и экономическими кризисами, способствовали возникновению публичного диалога о роли бизнеса в обществе, необходимости повышения его информационной открытости, устойчивости и социальной ответственности.

Глобальное движение по раскрытию нефинансовой информации возникло в конце 1990-х годов. Ещё двадцать лет назад менее чем 100 компаний добровольно публиковали отчеты об устойчивом развитии, но, по данным Sustainability Disclosure Database, к 2015 году их число увеличилось до 7 500 тысяч по всему миру. Более половины компаний из списка S&P 500 выпускают подобные отчеты. Путь глобальной инициативы к ее нынешней популярности оказался довольно быстрым благодаря распространению принципов ответственного отношения к окружающей среде.

В отчете «Наше общее будущее» устойчивое развитие определяют, как «развитие, отвечающее потребностям сегодняшнего дня и не лишаящее будущие поколения возможности удовлетворять их собственные нужды» [4].

По мере того, как устойчивое развитие получало широкое распространение в качестве основы общественной политики и организационной стратегии, многие организации обратили внимание на проблему практической реализации в рамках этой концепции и отражении своих достижений в нефинансовой отчетности.

Отчетность в области устойчивого развития подразумевает под собой «практику измерения, раскрытия, информации и подотчетности внутренним и внешним заинтересованным сторонам, предметом которых являются результаты деятельности организации по отношению к цели устойчивого развития» [6].

Безусловно, ретроспективная финансовая информация занимает центральное место в подготовке корпоративной отчетности, однако сама по себе она не в состоянии дать полное представление о том, насколько успешно компания осуществляет свою деятельность. Стейкхолдерам необходимо больше информации, чтобы понять, что конкретно руководство компании делает для дальнейшего развития бизнеса и что могут нести с собой изменения в деловой среде – новые возможности или новые преграды. Основная цель процесса отчетности по глобальным стандартам состоит в поддержке диалога с заинтересованными сторонами. Если отчеты не повышают степень информированности заинтересованных лиц и не способствуют ведению диалога, который мог бы оказать влияние на решения и поступки как самой компании, так и этих, то сами по себе отчеты не имеют никакой ценности.

Отчетность об устойчивом развитии раскрывает информацию о деятельности организации в экономической, экологической и социальной областях. Так, наиболее широко используемая основа для подготовки отчетности – система GRI (Global Reporting Initiative) – в заключительной части включает в себя показатели экономической и экологической результативности, результативности в области прав человека, подходов к организации достойного труда, ответственности за продукцию и, наконец, показатели результативности взаимодействия с обществом.

Как правило, в начале отчета должны быть четко обозначены наиболее существенные вопросы, которые должны оставаться в центре внимания компании на протяжении всего отчета. Компания также должна предоставить детальное описание того, как она решает стоящие перед ней проблемы. В отчете должна быть четко обозначена сфера влияния каждого из существенных аспектов. Важно рассказать о том, чем они руководствовались, когда определяли существенные аспекты, а также связанные с ними риски и возможности, в том числе то, каким образом в этом участвовали заинтересованные стороны.

Собственно, получение экономических, социальных и экологических результатов («триединый итог»), которым предшествовали разработка соответствующей стратегии, принятие решений и осуществление действий, и есть устойчивая деятельность компании.

Для того чтобы оценить значимость отчетности об устойчивом развитии для компании и заинтересованных лиц, необходимо понять причины, по которым организации добровольно публикуют нефинансовые показатели. Действительно ли преимущества от большей информационной открытости оправдывают затраты на её обеспечение?

В первую очередь, отчетность является важнейшим средством поддержания взаимоотношений между компанией и её стейкхолдерами: акционерами и инвесторами, работниками организации, покупателями, поставщиками, различными сообществами и государственными органами, местными властями, средствами массовой информации, научным сообществом, – как ключевого элемента успешного бизнеса. Несмотря на то что отчетность в области устойчивого развития – добровольное дело, давление со стороны общественности и государства постоянно растет. По этой причине те организации, которые уже начали или начинают публиковать эту отчетность, не только усиливают собственную правовую защиту, но и, более того, удовлетворяют ожидания внутренних и внешних групп стейкхолдеров. Оказываясь уже на шаг впереди, приносимые выгоды позволяют сделать ещё один шаг в сторону создания, поддержания и улучшения деловых отношений с заинтересованными лицами.

Данные исследования EY и Центра корпоративного гражданства Бостонского колледжа за 2013 год говорят о том, что в разных отраслях

организации получают различные преимущества благодаря подготовке отчетности об устойчивом развитии, однако во всех случаях такие преимущества позволяют улучшить финансовые показатели [8].

Известно, что процесс подготовки данного вида отчетности предполагает сбор, обработку и анализ данных по расходу материалов и ресурсов, а также оценку бизнес-процессов. Этот процесс может помочь компании выявить новые возможности для экономии издержек и увеличения выручки за счет более эффективного использования ресурсов. К инициативам в области экологии с точки зрения экономии можно отнести снижение энергопотребления (энергосбережение), увеличение коэффициента загрузки транспорта, снижение числа деловых встреч или их замена на онлайн-совещания, а с точки зрения увеличения выручки – разработку новых продуктов с минимальным негативным воздействием на окружающую среду.

Если бизнес правильно, в полном объеме и вовремя реализовывает свои планы по подготовке отчетности об устойчивости, то он будет в состоянии увеличить свою производительность и эффективность путем оптимизации технологических и бизнес-процессов. Таким образом, гарантируется экономия средств, что в свою очередь приведет к большей экономической отдаче, и стоимость фирмы увеличится, как того желает главная заинтересованная сторона – акционеры. Следовательно, предприятия могут воспользоваться плодами максимизации прибыли, или, в более общем плане, рассчитывать на высокие финансовые результаты по сравнению с теми конкурентами, которые пока не осознают преимуществ информационной открытости [2].

Подготовка к выпуску отчетности об устойчивом развитии также поможет предприятиям предвидеть потенциально негативное развитие событий до того, как оно станет неприятным сюрпризом, например, спрогнозировать возникновение дефицита ресурсов в будущем и принять меры рационального использования невозобновляемых источников ресурсов уже сейчас. В 2013 году на конференции GRI, посвященной устойчивому развитию, 57% респондентов назвали снижение рисков одной из основных целей стратегии устойчивости организации.

Исследования показывают, что публикация информации по устойчивому развитию вполне может открыть доступ компании к новым и более дешевым источникам финансовых ресурсов. Замечено, что инвесторы всё чаще отдают предпочтение информационно открытым

компаниям, потому что те получают возможность убедить их в том, что вклады в капитал компании конкурентоспособны и связаны с меньшим риском.

Начиная с 2008 года, потребители во всем мире проявляют все меньше доверия к корпорациям [1]. Доверие является ценным активом, и компании должны им дорожить. Риск социального неприятия, по данным ЕУ, входит в десятку основных для международных корпораций. Но именно повышение информационной открытости могло бы дать потребителям и другим группам стейкхолдеров дополнительную уверенность в надежности компании, а компаниям – возможность сохранить так называемую общественную лицензию на работу. На этот счет также высказывался вице-президент по общественным коммуникациям и устойчивости крупнейшей в мире австралийской горнодобывающей корпорации ВНР Billiton. Он отметил, что, несмотря на угрозы для окружающей среды, его компания сохраняет общественную лицензию на осуществление хозяйственной деятельности, но до тех пор, пока она приносит выгоду обществу и поддерживает высокий уровень информационной открытости, что является основным способом формирования доверия общественности.

Подготовка отчетности в области устойчивого развития оказывает сильное влияние не только на внешние заинтересованные стороны компании, но и на лояльность ее сотрудников. Заблаговременное информирование персонала об обязательствах компании в области корпоративной ответственности благоприятно влияет на производительность, в том числе на вовлеченность сотрудников. По мере того как работники становятся более ответственными, участвуют непосредственно в деятельности по обеспечению устойчивости и отслеживают прогресс в этой области, степень их мотивации становится выше, чем в компаниях, которые не заботятся вопросами устойчивости и отчетности широкой публике.

Корпоративная ответственность и прозрачность способны облегчить найм персонала, а на рынке труда завоевать почетное звание «лучший работодатель».

Одно из последних исследований показало наличие положительной корреляции между раскрытием экологической информации и стоимостью компаний [3]. Как отмечают в ЕУ, анализ деятельности ком-

паний в период с 1998 по 2007 год показал, что повышение информационной открытости соотносится с их более высокой ликвидностью и более высоким значением коэффициента Тобина, который равен отношению рыночной стоимости компании к восстановительной стоимости её активов.

Наконец, отчетность об устойчивом развитии может способствовать снижению неопределенности котировок ценных бумаг публичных акционерных обществ [5].

Таким образом, важность отчетности об устойчивом развитии для любой организации объясняется неоспоримыми выгодами, которые она несет как для внутренних, так и для внешних стейкхолдеров. Так, руководство компании получает возможность наладить сбор информации, улучшить контроль над факторами риска и повысить производительность, сэкономить сырье, материалы и денежные средства; персонал – удовлетворение от вовлеченности в работу компании над проблемами устойчивого развития. Акционеры компании, потребители, поставщики и широкая общественность убеждаются в прозрачности и открытости организации, в её готовности вести с ними диалог. Они начинают больше доверять компании.

Организации, которые хотят сообщать публике о своих достижениях в устойчивости развития, должны оценить сравнительно высокие затраты на внедрение системы отчетности и её поддержание и актуализацию. Но эти расходы представляют один из главных барьеров, с которыми предприятия должны принять на себя. Они связаны с заработной платой работников, с покупкой систем измерения, и, наконец, с прямым распространением доклада.

Поскольку большинство компаний стремятся к общим целям максимизации прибыли и благосостояния акционеров, они сталкиваются с проблемой, соответствует ли отчетность по устойчивому развитию этим целям, не противоречит ли им. Иными словами, рыночная ситуация бросает вызов процессу подготовки отчетов об устойчивости, поскольку представление отчетности для внутренних и внешних заинтересованных сторон, которые не заинтересованы в такого рода докладе, будет считаться неприбыльной инвестицией.

Тем не менее, многим компаниям становится понятно, что информационная открытость в области устойчивости дает им целый ряд финансовых и социальных преимуществ, позволяющих с лихвой окупить затраты на её обеспечение.

В таком сложном, опасном и изменчивом мире, как сейчас, отчетность играет жизненно важную роль в переосмыслении такого понятия, как «стоимость». Медленно, но верно появляется новое определение стоимости, которое, в дополнение к финансовому капиталу, включает в себе человеческий, социальный и природный капиталы. В будущем оценка компании будет строиться на паритете всех форм капитала.

Литература:

1. 2013 Edelman Trust Barometer Executive Summary / Edelman Berland, 2013. Режим доступа: <http://www.edelman.com/trust-downloads/executive-summary/>, свободный. Дата обращения: 14.05.2015.

2. Kitzmüller M., Shimshack J. Economic perspective on corporate social responsibility // *Journal of Economic Literature*, 2012, №50 (1). pp. 51-84. Режим доступа: http://econ.tulane.edu/shimshack/post_CSR.pdf, свободный. Дата обращения: 14.05.2015.

3. Plumlee M., Brown D., Marshall R.S. Voluntary Environmental Disclosure Quality and Firm Value: Further Evidence / *Social Science Research Network*, 2010.

Режим доступа:

http://www2.business.umt.edu/seminar/draft_Montana.pdf, свободный.

Дата обращения: 13.05.2015.

4. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future / *Brundtland Commission Report*, 1987. Режим доступа: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>, свободный. Дата обращения: 13.05.2015.

5. Sustainability Reporting: A Guide / *KPMG*, Oct. 2008. Режим доступа:

<https://www.kpmg.com/CN/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/sustainable-guide-0811.pdf>, свободный. Дата обращения: 14.05.2015.

6. Sustainability Reporting Guidelines 3.1 / *Global Reporting Initiative*, 2011. pp. 3–5.

Режим доступа:

<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf>, свободный. Дата обращения: 13.05.2015

7. Szekely F., Dossa Z. A stakeholder-driven approach to measuring sustainability IMD, Switzerland, 2014.

Режим доступа: <http://www.imd.org/research/challenges/TC011-14-stakeholder-driven-approach-top-measuring-sustainability-szekely-dossa.cfm>, свободный. Дата обращения: 14.05.2015.

8. Value of Sustainability Reporting: A Study by EY and Boston College Center for Corporate Citizenship / EY, 2013. Режим доступа: <http://www.ey.com/US/en/Services/Specialty-Services/Climate-Change-and-Sustainability-Services/Value-of-sustainability-reporting>, свободный. Дата обращения: 14.05.2015.

РЕГРЕССИОННЫЙ МЕТОД ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ

*Бессмертных П.Ю., студент магистратуры
Факультета учета и аудита
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Г.В. Сергеева*

Аннотация: Анализ конкурентоспособности – понятие многогранное. В современных реалиях компаниям, которые занимаются торговлей товаров, нужно постоянно соответствовать и даже немного опережать сформировавшиеся тенденции рынка. В данной статье предлагается модель оценки конкурентоспособности ритейл-компании на базе регрессионного подхода. Благодаря данному подходу, можно произвести анализ наиболее сильных сторон компании, произвести анализ как финансовых, так и не финансовых факторов, что дает в полной мере говорить о достоверном подходе к анализу конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, ритейл, регрессия, система показателей, анализ.

Abstract: Competitive Analysis - a multi-faceted concept. In today's reality to companies that are engaged in trade of goods must constantly match, and even a little bit ahead of a trend of the market. This article proposes a model for assessing the competitiveness of retail companies on the basis of the regression approach. Through this approach, it is possible to analyze the strengths of the company, to analyze both financial and non-financial factors, which makes it fully to speak about the reliability of the approach to the analysis of competitiveness.

Key words: competitiveness, retail, regression, system performance analysis.

В российской и зарубежной литературе приводится довольно много различных методов оценки конкурентоспособности компаний. Однако единого подхода к определению не существует, поэтому предприятия ритейл-сферы имеют обыкновение использовать собственные методики для расчета уровня конкурентоспособности. При этом многообразие факторов, подвергающиеся аналитической оценке, а также методов оценки конкурентоспособности существенно различаются. В

связи с этим полученные результаты двумя разными методами не совпадают. В итоге зачастую принимаются совершенно неверные управленческие решения, которые приводят к отрицательным последствиям от их реализации.

Анализ зарубежной и российской литературы привел к выводу, что в бизнесе принято довольно много методов оценки конкурентоспособности. Но общий итог анализа данных методик не оставляет сомнения, что их можно самым используемым остается интегральный анализ показателей конкурентоспособности ритейл-компаний. Но как определить, от какого фактора выручка наиболее или менее зависима? На какие показатели уделить особое внимание? С подобными вопросами сталкиваются управляющие компаний.

На базе проведенного исследования была придумана модель оценки конкурентоспособности регрессионным методом. В качестве наблюдаемого значения возьмем показатель чистой розничной выручки. Данный показатель определяется исключительно компаниями торговой сферы. Формула расчета проста: необходимо вычесть из выручки себестоимость реализованных товаров. Зачастую в целях контроля над ассортиментом, продуктовой линией и посещаемостью магазина данный показатель считается ежемесячно. Однако для анализа в рамках данной статьи интересует именно годовое значение. Чистая розничная выручка представляет собой операционную выручку магазинов, управляемых головной компанией, без учета налога на добавленную стоимость.

Чистая розничная выручка компании X5 за период с 2009 по 2014 года имеет положительную динамику (график 1). Даже несмотря на курсовые разницы в 2014 году у компании наблюдается рост показателя.

Чистая розничная выручка

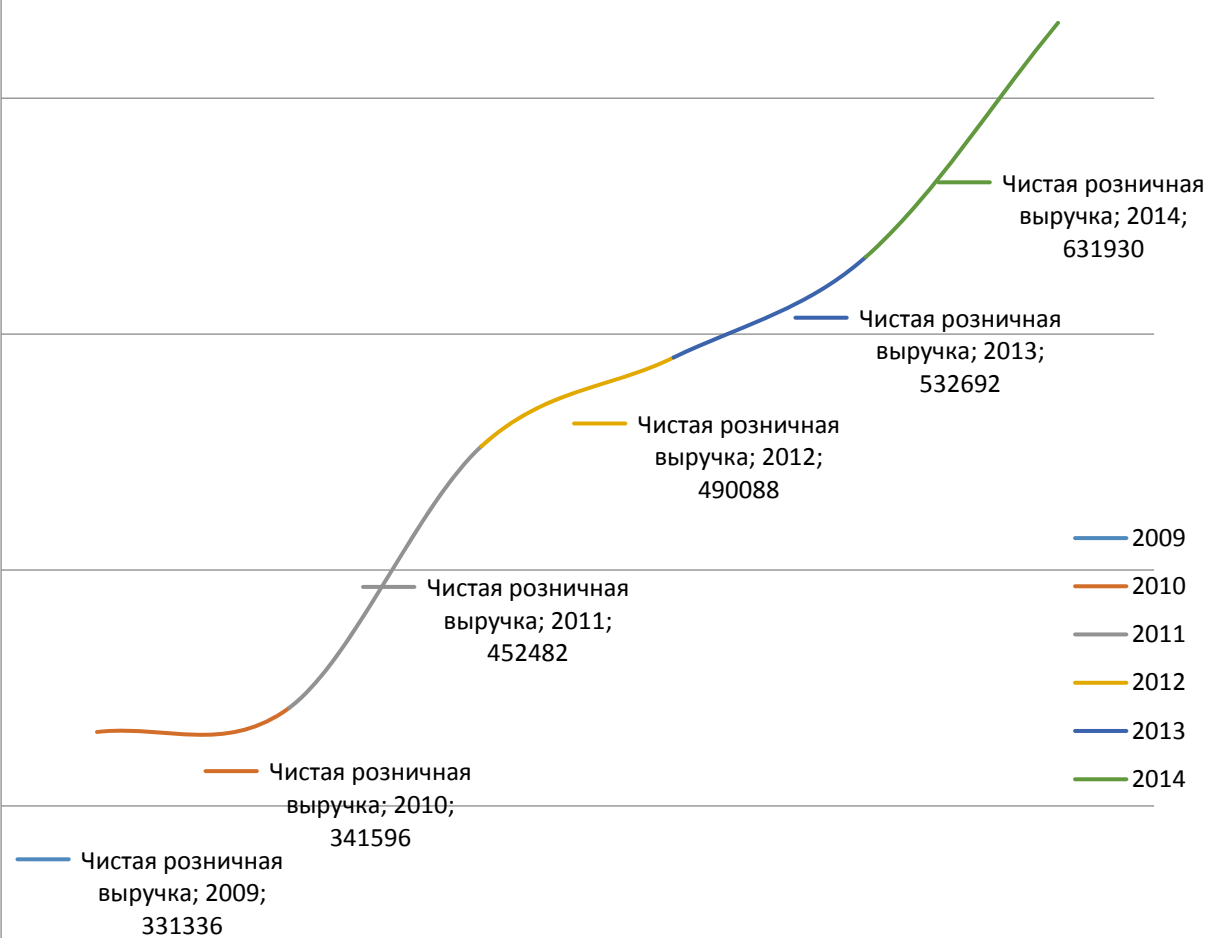


График 1 – Рост чистой розничной выручки за период с 2009–2014 гг. (по данным СПАРК)

Однако себестоимость продукции не имеет положительную тенденцию роста по сравнению с предыдущим показателем (график 2). За 2014 год этот показатель составил почти 500 000 рублей, что почти на 100 тыс. больше по сравнению с предыдущим годом. В данном случае такой скачок объясняется исключительно курсовым скачком. В годовом отчете компании котировка рубля к доллару на дату составления отчетности равнялась 60,0358 руб. за 1 доллар США.

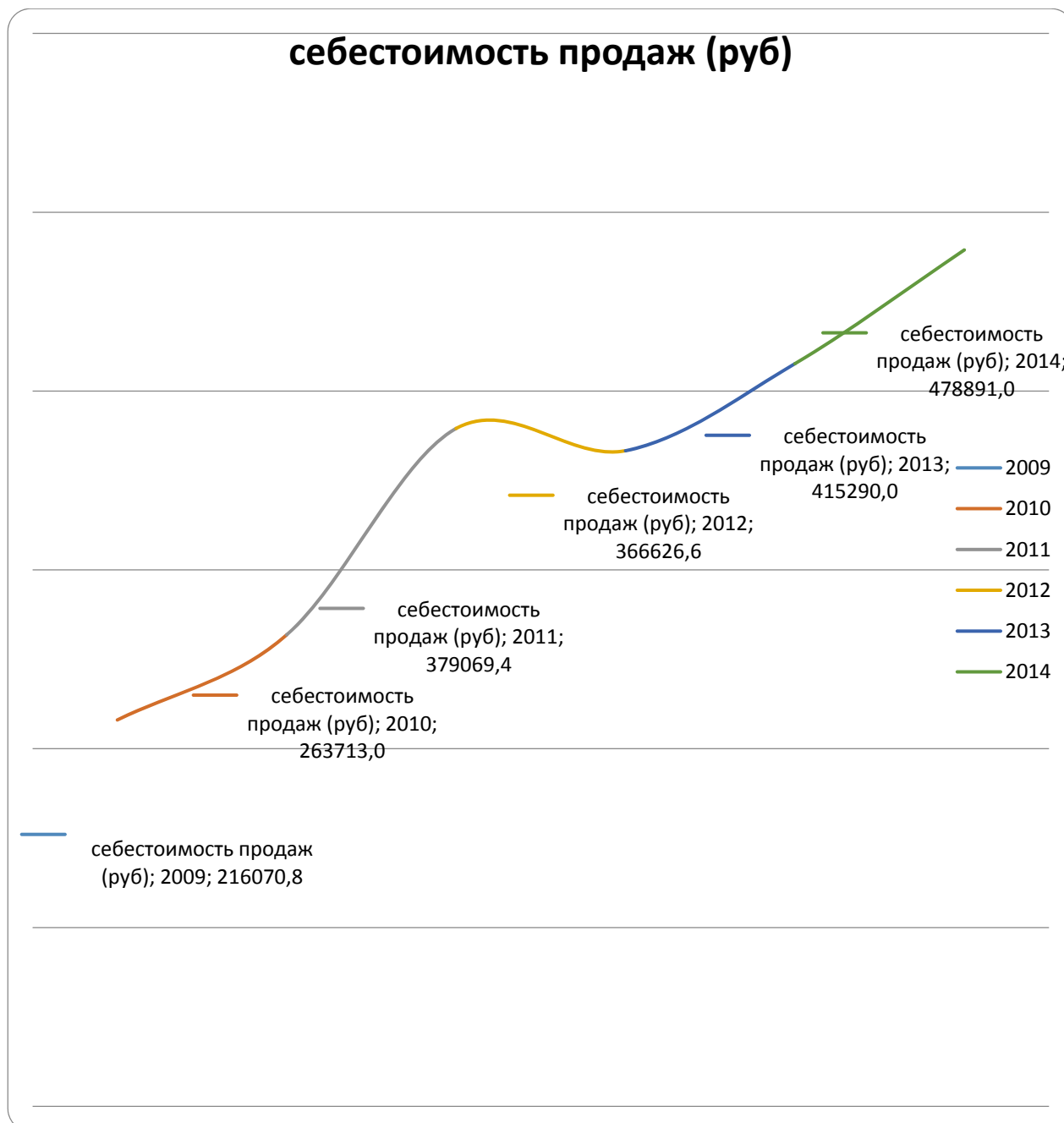


График 2 – Рост себестоимости продаж за период с 2009–2014 гг. (по данным СПАРК)

Особое внимание занимает показатель количество торговых площадей. Большинство компаний содержат в аренде торгуемые площади, однако у компании X5 большинство площадей в собственности, что значительно сокращает затраты на производство и торговлю товарами (график 3).

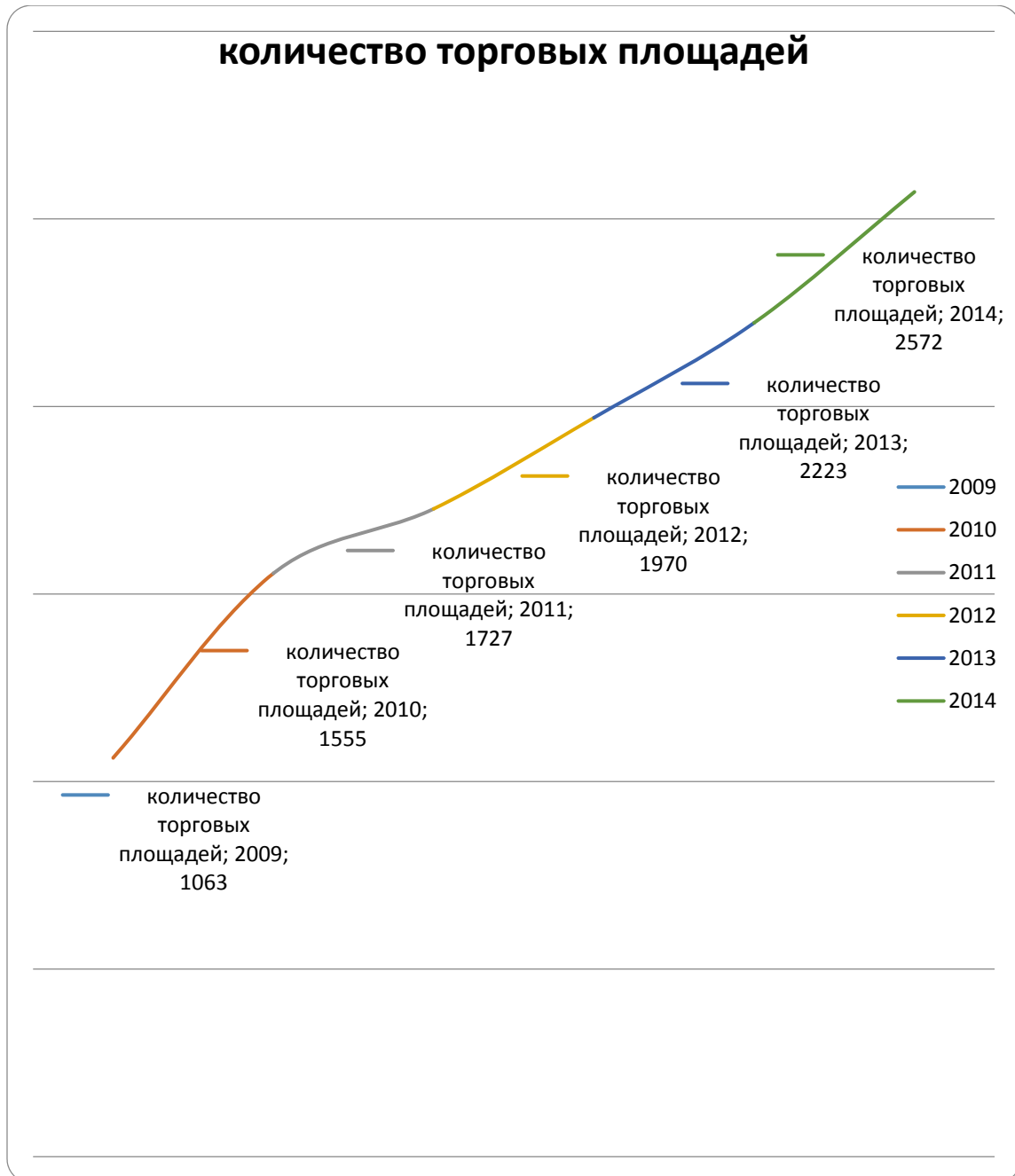


График 3 – Рост количества торговых площадей за период с 2009–2014 гг. (по данным СПАРК)

В зависимости от количества торговых площадей и географического расположения, меняется показатель посещаемости магазина. Согласно информации, полученной путем анализа годовых отчетов, количество посещений увеличивается, благодаря расширению торговых представительств и увеличению конкурентоспособного товара по сравнению с другими игроками розничного рынка (график 4).

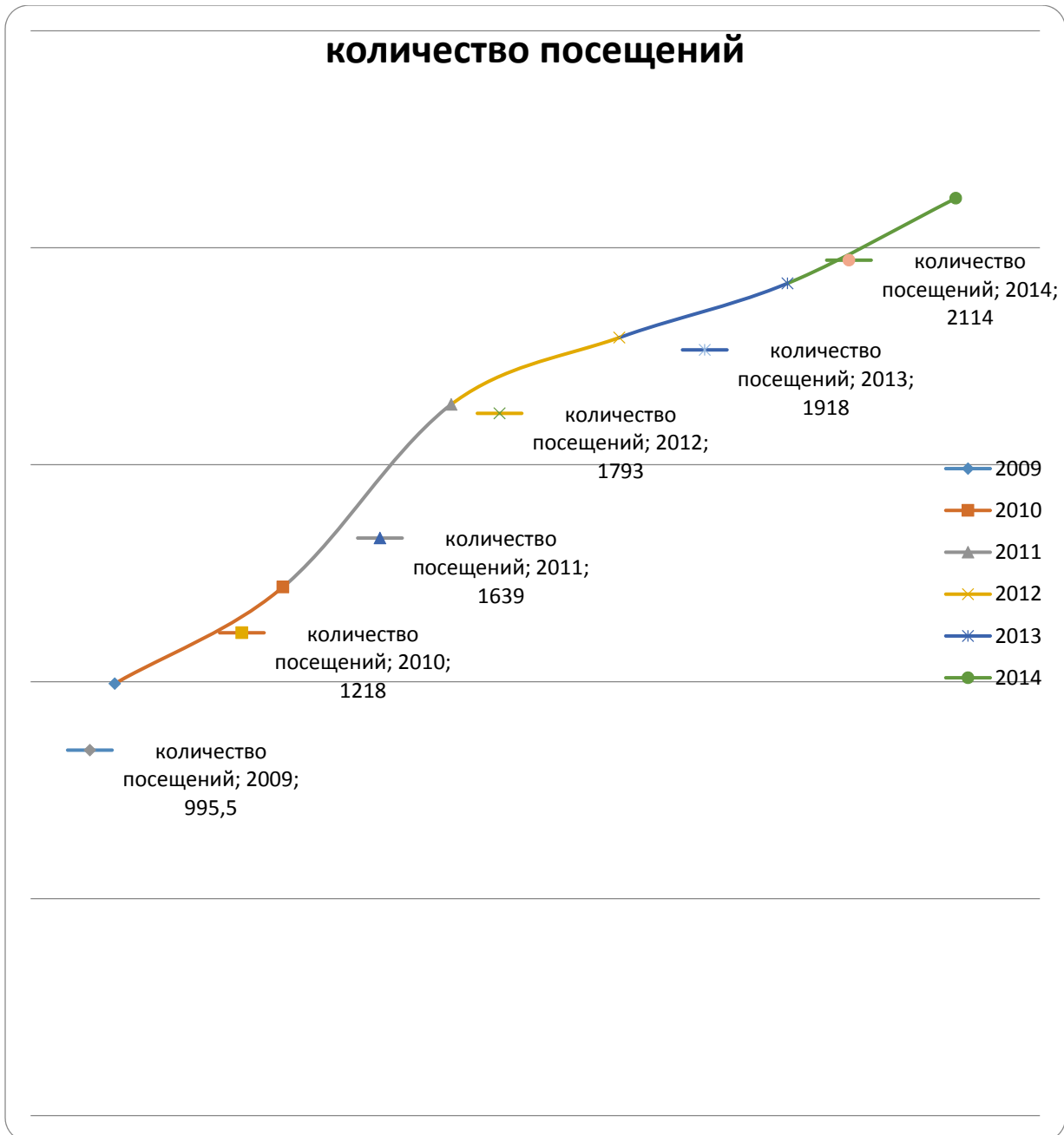


График 4 – Рост чистой количества посещений за период с 2009–2014 гг. (по данным СПАРК)

Затраты компании имеют отрицательный эффект на общий показатель выручки компании. Таким образом, у компании за анализируемый период имеют отрицательную тенденцию роста. Данное увеличение объясняется покупкой новых производственных машин, логистику (в связи с открытиями новых магазинов).

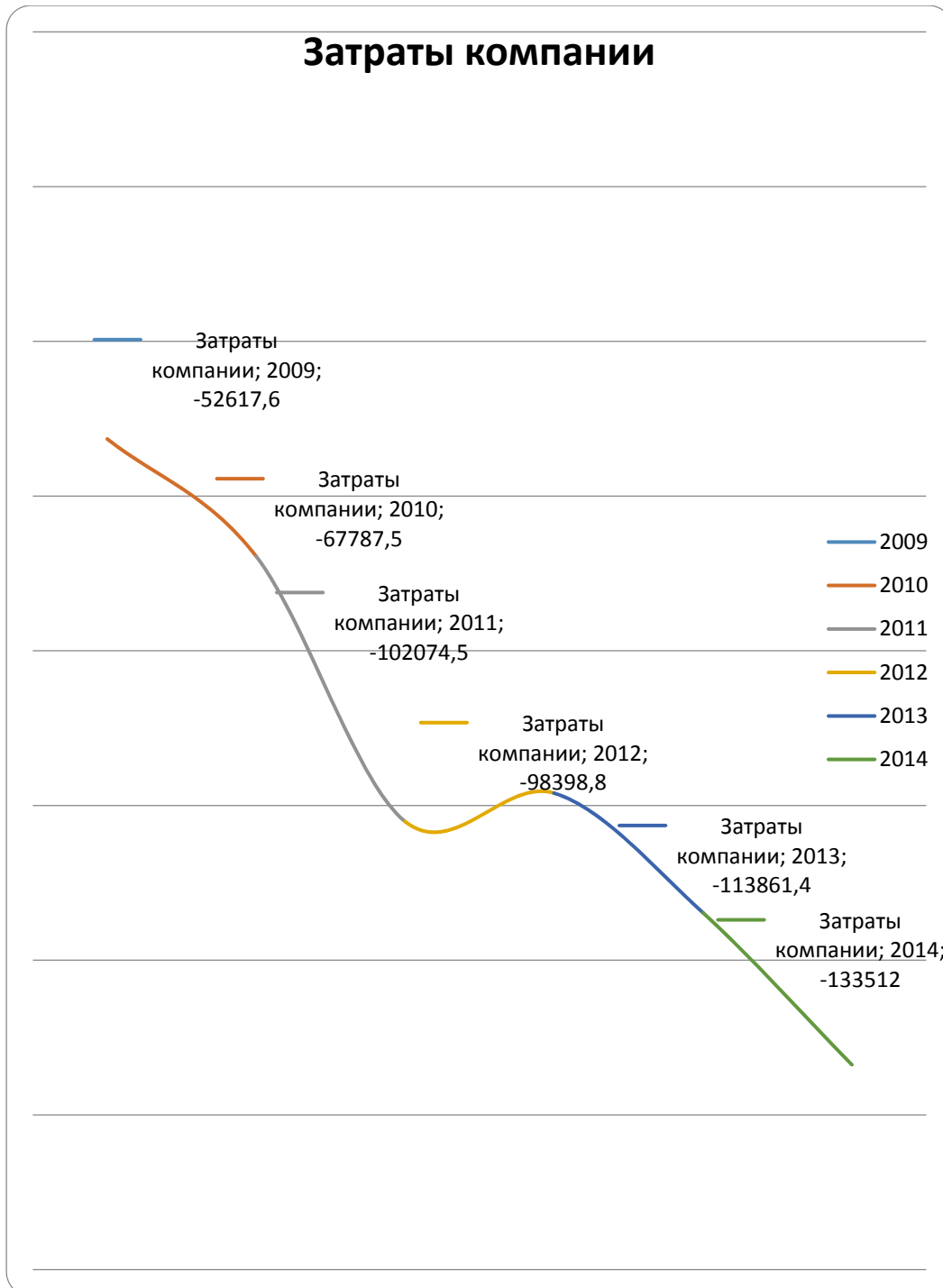


График 5 – Изменение затрат компании за период с 2009–2014 гг. (по данным СПАРК)

Таким образом, в регрессионный ряд были выбраны следующие факторы:

- 1) Y1 – чистая розничная выручка;
- 2) X1 – себестоимость продаж;
- 3) X2 – количество торговых площадей,
- 4) X3 – количество посещений магазина,
- 5) X4 – затраты компании.

Выборка проведена за период 6 лет – с 2009 по 2014.

Для проверки верности выбранных факторов произведем анализ адекватности нашей модели. Анализ на адекватность заключается в проведении следующих тестов:

- 1) оценка значимости модели в целом;
- 2) оценка значимости коэффициентов в модели;
- 3) выполнение условий теоремы Гаусса-Маркова.

1. Оценка значимости модели в целом

Для оценки адекватности модели используем критерий Фишера. Данный тест очень важен в регрессионном анализе и по существу является частным случаем проверки ограничений. Статистика теста равна:

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)} \sim F(k-1, n-k)$$

Согласно данному критерию F_{crit} должно быть меньше полученного регрессионным методом F значения. Итак, получаем, что $F_{crit} = 0,14$. Т.е. $F_{crit} < F_{набл}$, то модель адекватна.

2. Оценка значимости коэффициентов в модели

Следующее условие, которое необходимо проверить – значимость всех факторов. Данный тест выполняется с помощью критерия Стьюдента. Критерий Стьюдента будет иметь следующий вид:

$$T_{крит} = 0,127$$

t0	2,729725769	>	ткрит	0,12706043	Значим
t1	0,948872557	>	ткрит	0,12706043	Значим
t2	3,82758136	>	ткрит	0,12706043	Значим
t3	1,130883602	>	ткрит	0,94887256	Значим
t4	0,262085528	>	ткрит	0,94887256	Значим

Все показатели больше полученное $T_{\text{крит}}$, значит все 4 выбранных фактора важны для модели.

3. Выполнение условий теоремы Гаусса-Маркова

Теорема Гаусса –Маркова рассматривает модель парной регрессии, в которой наблюдения Y связаны с X следующей зависимостью:

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 X_i + \varepsilon_i.$$

На основе n выборочных наблюдений оценивается уравнение регрессии $\hat{Y}_i = \hat{\beta}_1 + \hat{\beta}_2 X_i$.

Теорема Гаусса—Маркова гласит:

Если данные обладают следующими свойствами:

1) ошибки не носят систематического характера, то есть $\mathbf{E}(\varepsilon_i) = 0 \forall i$;

2) дисперсия ошибок одинакова и равна некоторой σ^2 ;

3) ошибки некоррелированы, то есть $\text{Cov}(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = 0 \forall i, j$;

то в этих условиях оценки метода наименьших квадратов эффективны в классе линейных несмещённых оценок.

Первое условие в данной модели выполняется автоматически, т.к. в модели есть константа.

Для второго условия был проведен тест Голдфилда-Кванта, который выявил, что остатки гомоскедастичны, что удовлетворяет условию выше.

Третий тест заключается в адаптации теста Дарбина-Уотсона, который проверяет автокорреляцию полученных остатков. Если автокорреляция остатков присутствует, то модель признается недействительной.

Таким образом, все условия выполняются, модель признается адекватной и применима для анализа. С помощью анализа данных выведем корреляционно-регрессионное уравнение зависимости чистой розничной выручки от описанных выше факторов:

$$Y = a_0 - 1,42 * a_1 + 1,25 * a_2 + 1,62 * a_3 - 1,15 * a_4 + \sigma, \text{ где}$$

A_1 – себестоимость продаж,

A_2 – количество торговых площадей,

A_3 – количество посещений,

A_4 – затраты компании.

Полученные значения позволяют сделать следующие выводы:

- 1) выборка из 4 показателей объясняет 94% наблюдаемого показателя ЧРВ;
- 2) при увеличении на 1 000 руб. себестоимости продаж, ЧРВ уменьшится на 1420 руб;
- 3) При увеличении на 1 квадратный метр торговых площадей, ЧРВ продаж увеличится на 1250 руб;
- 4) При увеличении количества посетителей на 1 человека, ЧРВ увеличится на 1620 руб;
- 5) При увеличении на 1 000 рубль затрат компании, ЧРВ уменьшится на 1150 руб.

Таким образом, с помощью данной модели можно проследить влияние факторов на наблюдаемый показатель. Одно из преимуществ предложенной модели заключается в том, что результаты наглядны и просты для анализа. Однако, регрессионная модель требует провести большое количество тестов, чтобы быть признанной адекватной и рабочей.

Предложенная модель оценки чистой розничной выручки характеризует лишь частный показатель конкурентоспособности, когда необходимо проанализировать и выявить слабые места в формировании выручки компании. Однако комбинация в регрессионной выборке как финансовых, так и нефинансовых показателей, дает подробный анализ деятельности компании.

Литература:

1. *Ефимова О.В.* Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник, 3-е изд., испр. и доп. М.: Издательство «Омега-Л», 2010.
2. *Захарченко В.И.* Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий // *Машиностроитель*. 2011.
3. *Шальминова А.С.* Инновационное бизнес-планирование развития приоритетной отрасли // автореферат дисс. канд. экон. наук. Казань: изд-во КФЭИ, 2010.
4. *Магнус Я.Р., Катышев П.К., Пересецкий А.А.* Эконометрика: учеб. 6 изд. М.: Дело, 2004.

**БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ
В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН В РАМКАХ ЕВРАЗИЙСКОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА**

*Гордова М.А., аспирант кафедры
«Бухгалтерский учет в коммерческих организациях»
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Н.Н. Парасоцкая*

Аннотация: в данной статье рассмотрена тема отражения в бухгалтерском учете Республики Казахстан импортных операций, осуществляемых в рамках Евразийского экономического союза. Особое внимание уделено определению даты оприходования импортного товара в бухгалтерском учете и даты принятия налогоплательщиком на учет импортированных товаров, что вызывает определенные сложности. Рассмотрен порядок формирования себестоимости товара по импортным операциям, а также случаи возникновения курсовых разниц. Приведена корреспонденция счетов по отражению импорта товаров в бухгалтерском учете казахстанских компаний.

Abstract: This article deals with the reflection of import operations, carried out within the framework of the Eurasian Economic Union, in accounting of the Republic of Kazakhstan. Special attention is paid to determination of the date of posting of import goods in the accounting records and the date of acceptance on the accounting of the imported goods by the taxpayer, which causes certain difficulties. It considers the order of formation of cost of goods for import operations, as well as the cases of emergence of exchange differences. It shows the correspondence of accounts for the reflection of the import of goods in the accounting of Kazakh companies.

Ключевые слова: импорт товара; себестоимость товара; курсовая разница; НДС; облагаемый импорт.

Keywords: import of goods; cost of goods; exchange difference; VAT; taxable import.

Импорт товара является довольно сложной процедурой, требующей специальных знаний не только в области бухгалтерского учета, но и в области налогового и таможенного законодательства.

В соответствии с Кодексом Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» под импортом товаров понимается ввоз товаров на таможенную территорию

Таможенного союза, осуществляемый в соответствии с таможенным законодательством Таможенного союза и (или) таможенным законодательством Республики Казахстан, а также ввоз товаров на территорию Республики Казахстан с территории другого государства – члена Таможенного союза [1].

С 1 января 2015 года порядок уплаты косвенных налогов при экспорте и импорте товаров в пределах Евразийского экономического союза, членом которого является Республика Казахстан, регулируется:

- протоколом о порядке взимания косвенных налогов и механизме контроля за их уплатой при экспорте и импорте товаров, выполнении работ, оказании услуг (Приложение № 18 к Договору о Евразийском экономическом союзе);

- протоколом об обмене информацией в электронном виде между налоговыми органами государств-членов Евразийского экономического союза об уплаченных суммах косвенных налогов (г. Санкт-Петербург, 11 декабря 2009 года);

- разделами 8 и 9 Налогового кодекса Республики Казахстан – в случаях, когда документы ЕАЭС содержат ссылки на национальное законодательство стран ЕАЭС, а также когда отдельные нормы налогообложения не урегулированы документами ЕАЭС.

В соответствии с пунктом 6 статьи 72 Договора о Евразийском экономическом союзе косвенные налоги не взимаются при импорте на территорию государства-члена:

- товаров, которые в соответствии с законодательством этого государства-члена не подлежат налогообложению (освобождаются от налогообложения) при ввозе на его территорию;

- товаров, которые ввозятся на территорию государства-члена физическими лицами не в целях предпринимательской деятельности;

- товаров, импорт которых на территорию одного государства-члена с территории другого государства-члена осуществляется в связи с их передачей в пределах одного юридического лица (законодательством государства-члена может быть установлено обязательство по уведомлению налоговых органов о ввозе (вывозе) таких товаров) [2].

Таким образом, международные документы, на основании которых государства-члены Евразийского экономического союза строят свои особенности налогообложения косвенными налогами (НДС, ак-

цизы) в рамках Союза, не отменяют наличие национальных особенностей налогообложения каждого из государств с учетом тех норм, которые действуют на территории этих государств.

При отражении в бухгалтерском учете операций по импорту товаров из государств-членов Евразийского экономического союза необходимо обратить особое внимание на следующие моменты:

- во-первых, своевременная постановка импортируемого товара на балансовый учет предприятия;

- во-вторых, правильное формирование на счетах бухгалтерского учета фактической стоимости импортного товара, являющейся его себестоимостью при дальнейшем использовании.

В соответствии с Протоколом о порядке взимания косвенных налогов и механизме контроля за их уплатой при экспорте и импорте товаров, выполнении работ, оказании услуг под товаром понимаются реализуемые или предназначенные для реализации любое движимое и недвижимое имущество, транспортные средства, все виды энергии [3].

Определение момента перехода права собственности на импортируемый товар и рисков, связанных с этим товаром, является одним из основополагающих моментов бухгалтерского учета. Согласно МСФО компания должна признавать в бухгалтерском учете товары, поступающие по импорту, после того, как все риски перешли от продавца к покупателю, т.е. на дату перехода права собственности на данные активы. Для определения этой даты обычно руководствуются заключенным договором на поставку, в котором указана дата и место перехода рисков. При импорте товаров при составлении договора руководствуются правилами международной торговли INCOTERMS 2010. Инкотермс (англ. Incoterms, International commerce terms) - международные правила в формате словаря, обеспечивающие однозначные толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли. Правила впервые были опубликованы в 1936 году Международной торговой палатой. Позднее поправки и дополнения были сделаны в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000, 2010 годах.

Таким образом, компании для определения даты перехода права собственности необходимо тщательно изучить условия поставки, оговоренные в договоре купли-продажи, согласно которым осуществляется переход права собственности на актив.

При определении фактической стоимости импортного товара, по которой он должен быть отражен в бухгалтерском учете, возникают следующие вопросы:

- как формируется себестоимость товара по импортным операциям;
- как правильно рассчитать курсовую разницу при импорте товара.

В соответствии с МСФО (IAS) 2 «Запасы» «себестоимость запасов должна включать все затраты на приобретение, затраты на переработку и прочие затраты, понесенные для того, чтобы обеспечить текущее местонахождение и состояние запасов» [4]. Затраты на приобретение запасов объединяют в себе цену покупки, затраты на транспортировку, погрузку и разгрузку, а также импортные пошлины и прочие налоги (за исключением тех, которые возмещаются предприятию налоговыми органами впоследствии), прочие затраты, относимые непосредственно на приобретение готовой продукции, материалов и услуг.

Что касается курсовых разниц. В МСФО (IAS) 21 «Влияние изменений обменных курсов валют» определено, что под операцией в иностранной валюте понимается операция, которая выражена в иностранной валюте или предполагает расчет в иностранной валюте, в том числе операции, которые предприятие проводит при:

- приобретении или продаже товаров или услуг, цены на которые установлены в иностранной валюте;
- займе или предоставлении средств, если подлежащие выплате или получению суммы установлены в иностранной валюте;
- ином поступлении или выбытии активов или принятии обязательств, номинированных в иностранной валюте [5].

В соответствии с п. 1 ст. 14 Закона «О Валютном регулировании и валютном контроле» резиденты РК вправе совершать сделки с нерезидентами в национальной или иностранной валюте по соглашению сторон. При этом операция в иностранной валюте при первоначальном признании «учитывается в функциональной валюте с применением к сумме в иностранной валюте текущего обменного курса иностранной валюты на функциональную по состоянию на дату осуществления операции» [5], т.е. дату, на которую в первый раз выполнены критерии признания данной операции в соответствии с МСФО.

На каждую отчетную дату бухгалтеру необходимо:

- пересчитывать монетарные статьи в иностранной валюте, используя курс закрытия;
- немонетарные статьи, учтенные по исторической стоимости в иностранной валюте, пересчитывать, используя обменный курс на дату осуществления операции;
- немонетарные статьи, оцененные по справедливой стоимости в иностранной валюте, пересчитывать, используя обменный курс, действовавший на дату определения справедливой стоимости.

Согласно пункту 28 МСФО (IAS) 21 курсовые разницы возникают при расчетах по монетарным статьям, а также при переводе монетарных статей по курсам, которые отличаются от курсов, по которым они были переведены при первоначальном признании в течение периода или в предыдущей финансовой отчетности. Например, если курс признания операции не соответствует курсу на отчетную дату, возникает курсовая разница, также она может возникнуть при расчете по монетарным статьям, если происходит изменение в обменном курсе в период между датой операции и датой расчетов по ней.

Для монетарной статьи существенной характеристикой выступает право получить (или обязательства предоставить) зафиксированное или определяемое количество валютных единиц (например, кредиторская или дебиторская задолженность). Примеры немонетарных статей: запасы, нематериальные активы, основные средства, суммы авансовых платежей за товары и услуги, расчетные обязательства, расчет по которым производится путем предоставления немонетарного актива.

На основании изложенного, возможны две схемы развития событий при импорте товаров при условии изменения обменных курсов:

- если произведена 100% предоплата за товар (немонетарная статья), то в бухгалтерском учете предприятия-покупателя товар будет отражаться по курсу, по которому будет осуществлен переход права собственности на товар, и курсовой разницы возникать не будет;
- если производится оплата по факту поставки или частичная, то будет возникать курсовая разница между датой отражения задолженности в учете (монетарная статья) и датой ее оплаты.

Курсовые разницы признаются в прибыли или убытках за период, в котором они возникли.

При импорте товара в Республику Казахстан у компаний возникают обязательства по уплате косвенных налогов не позднее 20 числа, месяца следующего за датой принятия на учет импортируемых товаров, а также обязанность представить в налоговый орган по месту нахождения (жительства) декларацию по косвенным налогам по импортированным товарам, в том числе по договорам (контрактам) лизинга, на бумажном носителе и в электронном виде либо электронном в виде не позднее 20 числа месяца, следующего за налоговым периодом, которым является календарный месяц.

Форма налоговой отчетности предоставляется следующая:

- 320.00 – декларация по косвенным налогам по импортированным товарам;
- 328.00 – заявление о ввозе товаров и уплате косвенных налогов.

Для целей НДС необходимо установить дату совершения оборота по реализации, которой в соответствии с пунктом 2 статьи 276-6 Налогового кодекса, является дата принятия на учет налогоплательщиком импортированных товаров, под которой понимается:

- наиболее ранняя из дат признания импортированных товаров в бухгалтерском учете в соответствии с требованиями законодательства РК о бухгалтерском учете и финансовой отчетности и МСФО;
- дата ввоза импортированных товаров на территорию РК.

При наличии обеих дат «датой принятия на учет импортированных товаров признается наиболее поздняя из указанных дат» [1].

Таким образом, для целей бухгалтерского учета, как указано выше, товар признается на дату передачи рисков и выгод покупателю, то есть на дату отгрузки товара со склада поставщика. Дата ввоза оборудования на территорию РК позже наиболее ранней даты признания оборудования в бухгалтерском учете, следовательно, датой совершения оборота по реализации (дата принятия импортированных товаров на учет налогоплательщиком) для целей НДС является дата ввоза товара на территорию РК (как наиболее поздняя дата). Следовательно, при определении размера облагаемого импорта применяется курс, сложившийся на дату ввоза товара на территорию РК.

При исчислении НДС согласно ст. 246 НК РК «облагаемым импортом являются товары, ввозимые или ввезенные на территорию ТС (за исключением освобожденных от НДС в соответствии со статьей 255 НК РК), подлежащие декларированию в соответствии с таможенным законодательством ТС и (или) таможенным законодательством РК» [1].

При этом облагаемый импорт включает в себя таможенную стоимость импортируемых товаров, определяемую в соответствии с таможенным законодательством ТС и (или) таможенным законодательством РК, а также сумму налогов и таможенных платежей, уплачиваемых в бюджет при импорте товаров в РК, за исключением НДС на импорт.

В соответствии с п. 2 ст. 276-8 НК РК, стоимость приобретенных товаров рассчитывается на основе принципа определения цены в целях налогообложения, что означает исчисление стоимости приобретенных товаров на основании цены сделки, которая должна быть уплачена за товары, согласно условиям договора, т.е. если по условиям договора цена сделки формируется из стоимости приобретенных товаров и других расходов, и при этом отдельно указываются стоимость приобретенных товаров и (или) стоимость других расходов, то в размер облагаемого импорта включается исключительно стоимость приобретенных товаров. Исходя из представленной информации, транспортные расходы включаются в размер облагаемого импорта только тогда, когда они включены в цену сделки и при этом не указаны отдельно от стоимости приобретенных товаров в контракте. Таким образом, компании исчисляют и уплачивают НДС в бюджет по ставке 12 %, применяемой к размеру облагаемого импорта.

Рассмотри пример. Компания получает товар в рамках Евразийского экономического союза, условия оплаты – 50 % предоплаты до поставки и 50 % после. Проводки по отражению данной ситуации в бухгалтерском учете представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Корреспонденция счетов по отражению импорта товаров

Содержание операции	Дт	Кт
Перечислен аванс	1610 «Краткосрочные авансы выданные»	1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»
Оприходован товар по себестоимости состоящей из аванса, выданного – 50% по курсу на дату выдачи аванса и суммы задолженности поставщику – 50% по курсу на дату отгрузки товара со склада поставщика	1330 «Товары»	3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам»
Зачтен ранее выданный аванс	3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам»	1610 «Краткосрочные авансы выданные»
На сумму НДС	1420 «НДС», субсчет «НДС по импорту»	1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»
Принят НДС в зачет	3130 «НДС»	1420 «НДС», субсчет «НДС по импорту»
Кредиторская задолженность (50%) – монетарная статья, по которой признаются курсовые разницы: - отрицательная курсовая разница; - положительная курсовая разница.	7430 «Расходы по курсовой разнице»	3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам»
	3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам»	6250 «Доходы от курсовой разницы»
Увеличена стоимость товаров на сумму транспортных расходов (если только ТОО не применяет НСФО, в этом случае транспортные расходы списываются на расходы текущего периода)	1330 «Товары»	3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам»

Литература:

1. Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (Налоговый кодекс) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2015 г.). URL: <http://kgd.gov.kz/ru/content/nalogovuyu-kodeks-rk> (дата обращения: 08.04.2015).

2. Договор о Евразийском экономическом союзе (г. Астана, 29 мая 2014 года) [Электронный ресурс]. Доступ из информационно-правовой системы «ПАРАГРАФ-WWW».

3. Протокол о порядке взимания косвенных налогов и механизме контроля за их уплатой при экспорте и импорте товаров, выполнении работ, оказании услуг (приложение № 18 к Договору о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года) [Электронный ресурс]. Доступ из информационно-правовой системы «ПАРАГРАФ-WWW».

4. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 «Запасы» [Электронный ресурс]. Доступ из информационно-правовой системы «ПАРАГРАФ-WWW».

5. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 21 «Влияние изменений обменных курсов валют» [Электронный ресурс]. Доступ из информационно-правовой системы «ПАРАГРАФ-WWW».

ВОВЛЕЧЕНИЕ СТЕЙКХОЛДЕРОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

*Гугля А.А., студент магистратуры
Факультета учета и аудита
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., доц. М.Н. Ермакова*

Аннотация: Современные экономические условия требуют уделять значительное внимание обеспечению устойчивого развития бизнеса. Для построения стратегии устойчивого развития бизнесу необходимо вовлечь широкий круг стейкхолдеров.

Abstract: Modern economic conditions require to pay significant attention to sustainable development. In order to create and implement a sustainable development strategy business engage a wide range of stakeholders.

Ключевые слова: устойчивое развитие, теория стейкхолдеров, стейкхолдерский подход, заинтересованные стороны, стейкхолдерская стоимость, стейкхолдерская ценность, вовлечение стейкхолдеров.

Keywords: sustainable development, stakeholder theory, stakeholder approach, stakeholders, stakeholder value, stakeholder engagement.

Проблема обеспечения устойчивого развития бизнеса является одной из наиболее обсуждаемых современными теоретиками и практиками управления. Современное информационное общество предъявляет совсем иные требования к бизнесу, бизнес, в свою очередь, должен принимать их во внимание с целью самосохранения. Более того, требования, которым должен соответствовать бизнес меняются все быстрее с ускорением динамики изменения экономической конъюнктуры. В настоящей статье автором предлагается использование стейкхолдерского подхода, а именно вовлечение заинтересованных сторон, для обеспечения устойчивого развития бизнеса.

Устойчивому развитию бизнеса посвящается значительное число статей и монографий как отечественных, так и зарубежных авторов. Достижение устойчивого развития актуально также является предметом для обсуждения международных профессиональных организаций

и ассоциаций (GRI, ACCA, WBCSD, UNCTAD и др.), что является свидетельством озабоченности бизнеса вопросами устойчивого развития.

В большинстве случаев под устойчивым развитием понимается непрерывное экономическое развитие без ущерба для природных ресурсов и окружающей среды. Но такое определение устойчивого развития не делает ясной связь между понятием «устойчивости», целями бизнеса и необходимости обеспечения такого развития. Для производимого в настоящей статье анализа в рамках стейкхолдерского подхода автор использует более универсальное определение, которое является логичным основанием для обоснования потребности любого бизнеса в учете интересов стейкхолдеров с целью достижения устойчивого развития.

Устойчивость – это возможность долгосрочного продолжения деятельности. Все, что может продолжаться неопределённо долго, устойчиво. Все, что не может продолжаться неопределенно долго, неустойчиво (*Center for Sustainability, 2004*). Устойчивый бизнес – это бизнес, способный выжить в долгосрочной перспективе [1, с. 64]. При этом, под *бизнесом* понимается система экономических отношений участников, использующих материальные и нематериальные ресурсы (капитал) для непрерывного производства востребованных благ и создания добавочной стоимости [2, с. 57]. Бизнес как система, таким образом, не имеет привязки к организационно-правовой форме существования, границы его существования определяются *бизнес-моделью*, представляющей собой, по определению Международного совета по интегрированной отчетности (IIRC), ориентированную на создание стоимости в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективах систему входов, действий по приросту стоимости и выходов.

Ключевыми участниками такой системы отношений являются, прежде всего, учредители бизнеса, собственники, то есть те, кто инвестировал собственный капитал с целью извлечения прибыли. Таким образом, бизнес для них представляет собой средство для достижения цели в виде процента на вложенный капитал. Для дальнейшего анализа необходимо сделать допущение, что собственник (учредитель бизнеса) заинтересован в непрерывности деятельности бизнеса, его устойчивом развитии, с тем, чтобы стоимость его капитала возрастала на протяжении длительного периода времени, в противном случае анализ теряет

всякий смысл, поскольку заинтересованность собственника в продолжении бизнеса является необходимым (но не достаточным) условием устойчивого развития. Достаточным же условием для устойчивого развития бизнеса является удовлетворение требований широкого круга заинтересованных сторон.

Заинтересованные стороны (лица), или стейкхолдеры – любые лица, которые могут влиять на деятельность организации или сами могут оказаться под ее влиянием. В состав стейкхолдеров, таким образом, попадают собственники бизнеса, наемный персонал, деловые партнеры, инвесторы, конкуренты, органы власти, местные сообщества, средства массовой информации, прочие общественные организации. В каждом конкретном случае список стейкхолдеров может быть расширен и конкретизирован.

Так или иначе, любой стейкхолдер имеет свои требования к бизнесу. По определению, бизнес оказывает влияние на деятельность заинтересованного лица (или наоборот), по этой причине стейкхолдер желает перехода бизнеса в такое состояние, которое позволяет этому стейкхолдеру получить максимальную, с его субъективной точки зрения, выгоду. Такое состояние определяется некоторыми параметрами, которые и представляют собой требования стейкхолдера. Очевидно, что требования стейкхолдеров могут противоречить друг другу. Так, например, наемный персонал, скорее всего, желает увеличения денежного вознаграждения, что противоречит возможному желанию собственника получить более высокую прибыль. Тем не менее, по мнению Эдварда Фримана «ключевой идеей капитализма является создание предпринимателем или менеджером стоимости (ценности), принимая во внимание общность интересов стейкхолдеров. Да, время от времени их интересы находятся в конфликте друг с другом, но в долгосрочном периоде они должны быть обращены в одном направлении» [4, с. 153-190].

Таким образом, отслеживание, анализ и приоритизация требований стейкхолдеров является важнейшим компонентом обеспечения устойчивого развития бизнеса. До тех пор, пока стейкхолдер удовлетворен состоянием бизнеса, он не создает риска в отношении устойчивого развития. При этом, для анализа реакции стейкхолдера на воздействие бизнеса необходим конкретный инструмент. Таким инструментом может служить стейкхолдерская стоимость (ценность).

Сам по себе стейкхолдерский подход изначально был нацелен на создание как можно большей ценности для стейкхолдеров [5; 6]. Несмотря на это, а также наличие значительной теоретической базы, сформированной в рамках развития теории стейкхолдеров, понятие стейкхолдерской стоимости до сих пор не было однозначно сформулировано. Тем не менее, в результате научных дискуссий удалось обнаружить ряд концептуальных основ, в результате обобщения которых можно заключить, что *стейкхолдерская стоимость (ценность) представляет собой субъективную оценку стейкхолдером (или группой стейкхолдеров) ценности, полученной в результате одного или нескольких действий бизнеса* [7].

Основываясь на данном определении и руководствуясь идеями, положенными в основу стейкхолдерского подхода, можно сформулировать ряд ключевых положений стейкхолдерской стоимости.

Во-первых, стейкхолдерская стоимость представляет собой маржинальную величину, представляющую собой изменение субъективного восприятия воздействия бизнеса конкретным стейкхолдером. Это изменение отсчитывается от базового состояния, желаемого стейкхолдером в виде идеального для него состояния бизнеса. При этом, базовое состояние задается каждым стейкхолдером субъективно, и основано на его представлении об ожидаемых выгодах.

Во-вторых, стейкхолдерская стоимость не измеряется каким-либо монетарным или иным измерителем, а формируется в результате агрегирования изменения субъективных отношений (выведенных в результате ранжирования привлекательности различных состояний бизнеса) стейкхолдера к изменениям бизнеса. В этом смысле стейкхолдерская стоимость является качественным показателем.

В-третьих, хотя в литературе, посвященной теории стейкхолдеров и стейкхолдерскому подходу, стейкхолдеры объединяются в функционально однородные группы, по факту такие группы далеко не всегда представляют собой психологически однородные организованные группы. Объединение стейкхолдеров в группы необходимо для удобства анализа, в то время как внутри группы восприятия, оценки и суждения формируются всегда на индивидуальном уровне, то есть формирование стейкхолдерской стоимости происходит на уровне конкретного индивида.

Понятие стейкхолдерской стоимости ни в коем случае не противопоставляет ее традиционному пониманию стоимости бизнеса, изменение которой является широко признанной метрикой эффективности бизнеса. Фундаментально, в стремлении максимизировать стоимость бизнеса уже заложена максимизация стейкхолдерской стоимости. Измерение стоимости бизнеса требует применения значительных допущений. Так, в частности, при оценке стоимости бизнеса необходима полная информация. В отличие от многих других финансовых показателей стоимость бизнеса – всегда долгосрочный показатель, в стоимости учитываются долгосрочные перспективы деятельности компании [3, с. 176]. Данное утверждение предполагает способность компании устойчиво развиваться на протяжении длительного периода времени. Устойчивость развития, как было показано выше, невозможна без удовлетворения требований широкого круга стейкхолдеров. Неудовлетворенные действиями бизнеса стейкхолдеры, то есть стейкхолдеры, ценность которых разрушается, получают основание для противодействия бизнесу, тем самым создавая риски его устойчивому развитию.

Таким образом, стейкхолдерская стоимость является более широким понятием, включающем в себя в том числе и стоимость бизнеса как стоимость для определенного круга стейкхолдеров, собственников бизнеса. Но, при использовании понятия стейкхолдерской стоимости, требование долгосрочного устойчивого развития переводится из разряда допущений стоимостного подхода в управлении бизнесом в разряд одного из важнейших объектов изучения в подходе стейкхолдерском.

Стабильное создание стейкхолдерской стоимости является обязательным условием долгосрочного устойчивого развития бизнеса. По этой причине, учет требований стейкхолдеров должен быть обязательным пунктом эффективной стратегии развития бизнеса. Для реализации такой стратегии необходимо сформировать программу взаимодействия со стейкхолдерами, которая бы включала бы в себя конкретные шаги, необходимые для анализа заинтересованных сторон, начиная с идентификации таковых и заканчивая вынесением рекомендации относительно порядка взаимодействия.

Формирование такой программы взаимодействия или «вовлечения» стейкхолдеров (далее понятия «взаимодействие» и «вовлечение» в отношении стейкхолдеров используются как равнозначные) имеет

своей целью недопущение разрушения стейкхолдерской ценности, способного создавать риски для устойчивого развития.

Для определения стейкхолдерской ценности, в соответствии с приведенным выше определением, необходимы два параметра:

- целевое идеальное состояние бизнеса с точки зрения стейкхолдера (разное для каждого стейкхолдера);
- текущее восприятие состояния бизнеса стейкхолдером (также разное для каждого стейкхолдера).

Разница между двумя этими состояниями и представляет собой стейкхолдерскую ценность, которая может быть, как отрицательной, так и положительной. Вовлечение стейкхолдеров в такой системе должно быть направлено на минимизацию негативного разрыва (разрушения ценности) и максимизацию позитивного (создание ценности). Это возможно с помощью управления целевым идеальным состоянием бизнеса или текущим восприятием состояния бизнеса стейкхолдером. В обоих случаях со стейкхолдером необходимо наладить взаимодействие, организовать коммуникацию, вовлечь его в бизнес.

Достижение устойчивости бизнеса через вовлечение стейкхолдеров возможно на операционном и стратегическом уровнях, в рамках текущего или специфического взаимодействия.

Взаимодействие на стратегическом уровне предполагает участие ключевых стейкхолдеров в формировании и улучшении стратегии компании, в то время как на операционном уровне вовлечение производится для идентификации и решения операционных проблем. Не выявленная и не решенная вовремя операционная проблема также способна создать существенный риск для устойчивого развития. Текущее вовлечение стейкхолдеров носит регулярный характер и производится с целью определить их удовлетворенность, убедиться в отсутствии разрушения (как фактического, так и потенциального) их стейкхолдерской ценности в рамках текущей деятельности компании. Специфическое же вовлечение обусловлено наличием проектов у бизнеса, реализация которых существенно влияет на бизнес-модель, и необходимо с целью сбора требований относительно ожидаемых стейкхолдерами выходов таких проектов.

Для анализа самого процесса вовлечения стейкхолдеров возьмем за основу стандарт AccountAbility AA1000. Вовлечение стейкхолдеров

представляет собой бизнес-процесс, который можно разделить на четыре основных последовательных подпроцесса:

- планирование;
- подготовка;
- реализация;
- анализ результатов и улучшение.

Необходимыми входами для процесса *планирования* являются: цель вовлечения и границы (периметр) взаимодействия. На этапе планирования формируются профили и составляются карты стейкхолдеров, определяются уровни и методы взаимодействия, устанавливаются границы раскрытия информации между участниками процесса (а также между участниками процесса и широкой общественностью). Выходом процесса планирования является предварительная документированная версия плана взаимодействия.

На этапе *подготовки* производится мобилизация необходимых ресурсов (в том числе формируется бюджет) для реализации процесса взаимодействия; обеспечивается возможность вовлечения каждого отобранного стейкхолдера (в зависимости от знаний, осведомленности, опыта, навыков, ресурсов каждой заинтересованной стороны); идентифицируются риски, сопряженные с вовлечением стейкхолдеров (например, конфликты между стейкхолдерами, нежелание сотрудничества, формирование негативных ожиданий и т.д.), а также разрабатываются мероприятия по минимизации этих рисков. Ключевыми выходами процесса подготовки являются: окончательная версия плана взаимодействия со стейкхолдерами и необходимые ресурсы.

В ходе процесса непосредственной *реализации* вовлечения стейкхолдеров осуществляются следующие подпроцессы: необходимые стейкхолдеры приглашаются к взаимодействию, им предоставляется для этого необходимая информация (необходимые ресурсы), происходит непосредственно вовлечение (интервью, мозговой штурм, собрание, опрос, анкетирование и пр.), основные результаты документируются, делаются предварительные выводы, формируется предварительный план действий, происходит его обсуждение и согласование центрами ответственности.

В рамках последнего подпроцесса, *анализа результатов и улучшения*, происходит мониторинг последствий взаимодействия, оценка ре-

зультатов; внедряются улучшение и обучение на основе взаимодействия; анализируется вклад вовлечения заинтересованных сторон в успешность бизнеса; формируется публичный отчет с агрегированной информацией о взаимодействии со стейкхолдерами для того, чтобы показать какие выгоды это приносит всем стейкхолдерам.

Таким образом, для всего бизнес-процесса «Вовлечение стейкхолдеров» входами являются цель и границы взаимодействия, а выходом – аналитический отчет о взаимодействии. Грамотное составление и использование отчета, а также прочих, менее формализованных, выходов бизнес-процесса вовлечения способно предостеречь бизнес от создания рисков для устойчивого развития, а также снизить уже существующие.

Конкретизация и разработка более детальной методики вовлечения стейкхолдеров, а также применение такой методики на примере реальных бизнес-кейсов является логическим развитием описанных в настоящей статье концептуальных основ. Применение стейкхолдерского подхода может стать универсальным инструментом обеспечения устойчивого развития бизнеса, что соответствует интересам главного стейкхолдера бизнеса – собственника.

Литература:

1. Актуальные проблемы развития бизнес-анализа в условиях ориентации на инновационный путь развития: монография / под ред. В.И. Бариленко. М.: Финансовый университет, 2012.
2. Булыга Р.П., Мельник М.В. Аудит бизнеса. Практика и проблемы развития: монография. М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2013.
3. Оценка бизнеса: учебник / под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. 2-е изд., М.: Финансы и статистика, 2007.
4. Freeman R.E. Ending the so-called 'Friedman-Freeman' debate. *Business Ethics Quarterly*, 18, 2, 2008.
5. Freeman R.E. *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman, 1984.
6. Freeman R.E., Harrison J.S., Wicks A.C. *Managing for stakeholders: Survival, reputation & success*. New Haven: Yale University Press, 2007.
7. Lankoski L., Smith N. Craig, Van Wassenhove Luk. *Stakeholder Judgements of Value: Advancing Stakeholder Theory through Prospect Theory*, INSEAD, 2011.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

*Ларионова К.Ф., аспирант кафедры
«Управленческий учет»
Финансового университета
Научный руководитель:
д.э.н., профессор М.А. Вахрушина*

Аннотация: статья посвящена вопросам концептуального понятия «бизнес-модели» и её компонентам. Обозначена необходимость анализа бизнес-модели компании для целей принятия управленческих решений, в связи с чем, бизнес-модель выделена как объект управленческого учета, призванный помочь в оценке ключевых факторов, влияющих на успех компании. В качестве примера проведен экспресс-анализ бизнес-моделей компаний гражданской авиационной промышленности, осуществляющих производство региональных самолетов.

Abstract: The article is dedicated to the conceptual notion of «business model» and its components. It underlines the need to analyze the business model of the company for the management purposes of decision-making, and therefore, the business model is selected as an object of management accounting designed to help in the assessment of key factors influencing the success of the company. As an example, we conducted a rapid analysis of business models of civil aviation industry companies, engaged in the production of regional aircraft.

Ключевые слова: управленческий учет, бизнес-модель, устойчивое развитие, международные принципы управленческого учета, гражданская авиационная промышленность.

Key words: management accounting, business-model, sustainable development, global management accounting principles, the civil aviation industry.

С того момента, как приблизительно 50 лет назад впервые появился в публикациях термин «бизнес-модель», он становится центральным понятием в современной отечественной и зарубежной литературе по стратегическому управлению компаниями, функционирующими в различных отраслях, а с 1 января 2015 г. официально фигурирует в МСФО 9 «Финансовые инструменты» (IFRS 9 Financial instruments).

Многообразие определений компонентов, классификаций, методов оценки бизнес-моделей проникло в научные исследования, упоминается журналистами и употребляется бизнесменами, в то время как единого общепризнанного определения и единой методологии нет. Что вполне закономерно, ведь каждая компания уникальна, поэтому взгляды на бизнес-модель как совпадают, так и серьёзно различаются.

Однако все существующие подходы к определению бизнес-модели можно свести к акцентам на неразрывной связи и синергии следующих составных частей данного собирательного понятия:

1. **Бизнес-модель – это взгляд на компанию изнутри.** То есть, как компания получает деньги, создавая ценность для потребителей, которая повышает затраты компании.

2. **Бизнес-модель – это взгляд на компанию со стороны внешней среды.** То есть, как бизнес создает добавленную стоимость, обеспечивая свое развитие.

Приоритезация и детализация акцентов зависит от целей исследования бизнес-модели.

Существует также множество подходов к определению базовых элементов, входящих в состав бизнес-модели. **По нашему мнению, из последних работ, наиболее удачным по визуализации и содержанию является канва бизнес-модели,** предложенная *А. Остервальдером* и *И. Пинье*. Используя данный шаблон, каждый менеджер сможет построить бизнес-модель своей компании (рис. 1).



Рисунок 1 – Канва бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пинье

Области правой части канвы бизнес-модели отвечают за систему создания ценности и взаимоотношения с клиентом, а левая часть характеризует эффективность работы организации [3].

Следует отметить что, несмотря на то, что сам термин «бизнес-модель» является новым, сама сущность его – это естественный и неотъемлемый результат деятельности любого экономического субъекта. Бизнес-модель есть у каждой компании, и она существует с момента начала её функционирования. Компания самостоятельно устанавливает, какие конкретные виды бизнес-моделей ей необходимо использовать, а также может модифицировать эти модели, изменять их или комбинировать.

Таким образом, бизнес-модель позволяет создать упрощенное целостное представление о бизнесе и отразить его наиболее существенные характеристики [5]. Иными словами, можно заключить, что бизнес-модель дает ответ на вопрос: что есть ваш бизнес? Построив бизнес-модель применительно к вашей компании, вы получаете основу для анализа и перестройки бизнеса с тем, чтобы он стал более гибким, устойчивым и открытым для использования новых возможностей [5].

Особенно остро вопросы анализа существующей бизнес-модели компании и возможностей её совершенствования встают в условиях кризиса и постоянно изменяющихся условий экономики. Поэтому компании рассматривают **бизнес-модель как важный фактор устойчивости**, а её анализ позволяет сделать заключение об эффективности или неэффективности функционирования действующей бизнес-модели.

Чтобы быть полезной для принятия управленческих решений, бизнес-модель должна обладать следующими значимыми характеристиками:

1. Измеримостью: бизнес-модель должна поддаваться точному описанию с помощью формальных элементов и показателей.

2. Прозрачностью: бизнес-модель должна быть понятна широкому кругу исследователей и практиков и воспроизводима.

3. Обобщенностью: бизнес-модель не может быть применена только к одному предприятию, другие фирмы также должны иметь возможность «скопировать» ее, адаптировав к особенностям собственного бизнеса [2].

В тоже время составление и глубокий анализ бизнес-модели собственной компании, или бэнчмаркинг бизнес-модели конкурента должен осуществляться на основе надежной, полной, понятной, сопоставимой и прозрачной информации – различных внешних и внутренних, финансовых и нефинансовых данных. Следуя этой логике, можно сделать вывод, что бизнес-модель должна быть объектом управленческого учета – системы, которая охватывает все компоненты бизнеса, представляя информацию, необходимую для управления. Подтверждение этому можно найти в Международных принципах управленческого учета, где подчеркивается, что система управленческого учета должна лежать в основе каждой бизнес-модели [6]. А также в работах профессора, принявшего активное участие в разработке вышеуказанных принципов, М.А. Вахрушиной: «Современный специалист в области управленческого учета должен обеспечивать руководство компании данными о состоянии бизнес-модели, уметь распознавать и оценивать возникающие риски, определять виды деятельности, которыми организация может заняться в будущем. Решение указанных задач предполагает анализ информации и выявление путей создания ценности бизнеса, оценку перспектив, фокусирование внимания на рисках, расходах и затратах, а также на стоимостном потенциале этих перспектив. При этом в современных системах управленческого учета должен соблюдаться баланс между:

- данными о прошлом, настоящем и будущем компании;
- внутренними и внешними данными;
- финансовыми и нефинансовыми данными» [1].

Зачастую бизнес-модель приравнивают к стратегии компании, однако, это некорректно. Стратегия – это модель действий для достижения сложной цели всей деятельности компании тогда, как бизнес-модель – это способ достижения данной цели, этап стратегического планирования, и изменение стратегии компании влечет за собой изменение бизнес-модели.

Однако став предметом анализа в рамках теории стратегического управления, концепция бизнес-модели компании все активнее используется для объяснения различий в результатах деятельности фирм, работающих в одной отрасли. Глобализация рыночной экономики ставит её участников в практически равные условия, проблема, однако, за-

ключается в том, что одни компании имеют большой успех у потребителей, генерируют достаточную норму прибыли и повышают стоимость своего бизнеса, другие же не выдерживают конъюнктуру и начинают процедуру банкротства.

В этом контексте можно заключить, что **повышение конкурентоспособности компании напрямую зависит от бизнес-модели**. Иначе как объяснить в свое время производственное «чудо» компании Toyota, небывалый успех Google или IKEA?

Что касается отечественной практики – в России развитие управленческого учета идет медленно, а понятия «бизнес-модель и её анализ» являются почти эфемерными. Отсутствие национальных стандартов управленческого учета затрудняет на практике применение методов учета, анализа и управления финансовыми результатами, избранных организациями, и, как следствие, приводит к снижению эффективности их применения.

Для того чтобы наглядно оценить насколько важно понимать вид и структуру бизнес-модели собственной компании, – рассмотрим пример экспресс-анализа компаний, функционирующих в одной отрасли, выпускающих схожий по характеристикам продукт и результаты их деятельности. В качестве опытных «образцов» были выбраны компании гражданской авиапромышленности, осуществляющие производство региональных самолетов: отечественная компания «Гражданские самолеты Сухого» и лидеры зарубежных компаний: канадский «Bombardier» и бразильский «Embraer». Данный сегмент рынка является полем сражения всех ведущих авиастроительных корпораций, а, следовательно, для него характерна особенно острая конкуренция.

Отметим, что региональный самолёт – это небольшой самолёт, рассчитанный на 30-100 пассажиров, осуществляющий перелеты обычно в пределах 2000-3000 км, поэтому для сравнения взяты компании с релевантными характеристиками, функционирующие в странах с приблизительно одинаковым уровнем развития экономики, и исключены такие «монстры» как Boeing и Airbus (таблица 1).

Самолеты Sukhoi SuperJet 100 (SSJ 100) с одной стороны, имеют большую производительность, чем самолеты Embraer и Bombardier, с другой стороны, являются более эффективными с точки зрения операционных затрат компании/перевозчика. Ввиду оптимального соотношения дальности и коммерческой нагрузки, самолеты SSJ 100 могут с увеличением дальности предложить авиакомпаниям, по сравнению с

конкурентами, перевозить большее количество пассажиров, что ведет к повышению экономического эффекта, выраженного в величине чистой прибыли, полученной с каждого пассажира на каждом конкретном рейсе, что в конечном итоге ведет к повышению общей прибыли эксплуатанта за весь период эксплуатации самолета. При этом диапазон эффективных дальностей у самолетов семейства SSJ 100 шире, чем у конкурентов, что позволяет осуществлять экономически эффективную различной протяженности эксплуатацию на маршрутах.

Однако именно канадский аэрокосмический конгломерат Bombardier и бразильская компания Embraer контролируют примерно по трети рынка региональных самолетов как по числу поставленных и заказанных машин, так и по сумме заключенных контрактов. Причем в последние годы Embraer по обоим показателям была на несколько процентов впереди канадской компании.

Очевидно, что обладая техническими преимуществами самолет SSJ100 тем не менее является убыточным проектом по сравнению с собратьями с американского континента. Товарооборот «Embraer» равен 20 товарооборотам «Гражданских самолетов Сухого». Это означает, что при прочих равных условиях, бизнес-модели Embraer и Bombardier совершеннее, нежели бизнес-модель «Гражданских самолетов Сухого».

В подобной ситуации схематическое описание бизнеса в виде бизнес-модели и сравнение его с более удачными примерами помогло бы оценить ключевые факторы успеха или неуспеха компании. Выявление центральных компонентов бизнес-модели помогло бы определить дилеммы общей политики компании и предвосхитить возникновение крупных проблем. До всестороннего и глубокого анализа собственной бизнес-модели компании, каждый предприниматель должен задать себе основные вопросы:

1. Как компания зарабатывает деньги?
2. Кто является целевыми клиентами компании?
3. Как компания выстраивает свои взаимодействия с клиентами?
4. Как и с какими поставщиками работает компания?
5. Как и с помощью каких активов компания создает ценность?
6. Какова структура расходов компании?
7. Как выстроены финансовые потоки между компанией, её партнерами, поставщиками и клиентами?

Это образ, концепция, цель, но еще не российская реальность.

Таблица 1 – Сравнительная таблица кампаний гражданской авиационной промышленности, осуществляющих производство региональных самолетов

I






II



III



Проект	Embraer ERJ	Bombardier CRJ	Sukhoi SuperJet 100
Страна	 Бразилия	 Канада	 Россия
Первый полет, год	2004	2008	2008
Стоимость единицы (каталог), млн USD	42,8-47,8	39,7-49,5	35,4-36,2
Пассажироместимость, чел	98	100	103
Дальность при максимальной загрузке, км	3334	1683	3045
Максимальный взлетный вес, т	49	39	46
Комфортабельность (ширина кресла/ширина прохода между креслами), м	0,46/0,40	0,44/0,50	0,46/0,51
Часовой расход топлива, т	1,78	1,8	1,75
Количество поставленных самолетов	1090	1760	58
Стратегия (с сайта собственника)	«Укрепить лидерские позиции в своем сегменте, расширить клиентские базы, работать по улучшению E-Jet и стремиться к совершенству»	«Инвестирование в ведущие мобильные решения Основательная локализация на ключевых рынках Достижение безупречного выполнения»	«Компания Гражданские самолеты Сухого ориентирована на создание продукта, конкурентоспособного на мировом рынке»
Основные клиенты (по странам)	США, Бразилия, Бельгия, Индия, Греция, Мексика, Великобритания, Польша, Португалия, Филиппины, Франция	США, Канада, Уганда, Великобритания, Испания, Китай, Австралия	Россия, Мексика, Казахстан, Таиланд
Капитализация на рынке, млн USD	6 370	3 810	н/д
Чистая прибыль, млн USD	330	-1 590	- 88

Литература:

1. *Вахрушина М.А.* Парадигма бухгалтерского учета и отчетности в условиях глобальной экономики: проблемы России и пути их решения // *Международный бухгалтерский учет.* 2014. 25 (319).
2. *Гараев З.Ф., Рогова Е.М.* Реальные опционы как инструмент принятия эффективных стратегических решений // *Экономика и управление.* 2011. № 1.
3. *Остервальдер А., Пинье И.* Построение бизнес-моделей. М.: Альпина Паблишер, 2012.
4. *Сооляттэ А.Ю.* Бизнес-модель – ключ к развитию бизнеса на основе инноваций // *Менеджмент инноваций.* 2010. 01 (09).
5. *Харитонов Г.Г.* и др. Использование бизнес-моделей при управлении компанией в условиях кризиса // *Транспортное дело России,* №9, 2009 г.
6. Global principles of management accounting. Published by Chartered Institute of Management Accountants. Электронный ресурс. URL: <http://www.cgma.org/Resources/Reports/DownloadableDocuments/global-management-accounting-principles.pdf> (дата обращения: 12.05.2015).

**ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА ОСНОВЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ
БАЗЫ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ВО ВЬЕТНАМЕ**

*Нгуен Тхи Вьет Ле, аспирант кафедры аудита
Ростовского государственного
экономического университета «РИНХ»*

Аннотация: в настоящее время проблема устойчивого развития приобретает первостепенное значение экономики страны. В статье рассматривается концепция устойчивого развития организации и ее применении во Вьетнаме и увязывается с развитием нормативной базы внутреннего аудита. Выявлены основные проблемы развития внутреннего аудита во Вьетнаме, которые необходимо решать в перспективе для обеспечения устойчивого развития организаций.

Annotation: The article discusses the concept of sustainable development of the companies in Vietnam and link with the development of the regulatory framework of the internal audit. The author has emphasised basic problems on development of internal auditing in Vietnam, which need to be solved in the long term to achieve sustainable development in the company.

Ключевые слова: устойчивое развитие, внутренний аудит, организация, корпоративная социальная ответственность, информационное обеспечение, стандарт, Вьетнам.

Keywords: sustainable development, internal audit, organization, Corporate social responsibility, information support, standard, Vietnam

Проблема обеспечения устойчивого развития организации в настоящее время становится особенно актуальной для всей экономической политики и задает контуры всех стратегических решений. Обеспечение устойчивого развития входит в состав важнейших функций, как отдельного предприятия, так и государство в целом.

Концепция устойчивого развития формировалась начиная с 1970-х годов в ходе постепенного осознания обществом природоохранных, экономических и социальных проблем, оказывающих влияние на состояние природной среды и сам термин «устойчивое развитие» получил широкое распространение с 1987 года, когда был раскрыт в докладе Всемирной комиссии ООН по окружающей среде и развитию «Наше общее будущее». Устойчивое развитие организаций

включает в себя три составляющих, которые должны рассматриваться в комплексе и сбалансированно: экономическую, социальную и экологическую. Использование концепции устойчивого развития как базы для формирования стратегии хозяйствующих субъектов содействует:

- приросту потенциала предприятия;
- повышению качества жизни лиц и организаций, имеющих отношение к рассматриваемому предприятию в длительной перспективе;
- принятию во внимание высокой динамики факторов внешней среды;
- оригинальности принимаемых управленческих решений;
- непрерывности развития данного типа развития [п.2].

Устойчивое развитие деятельности коммерческой организации требует соблюдать концепцию «корпоративной социальной ответственности» (КСО), которая в целом понимается как этическое поведение организаций по отношению к человеческому обществу.

Во всем мире количество организаций, публикующих нефинансовые отчеты, называемые также отчетами в области устойчивого развития, отчетами о КСО, социальными отчетами неуклонно растет. Они не только рассматриваются как маркетинговый продукт, а используются для того, чтобы продемонстрировать прозрачность компании в отношении проводимой политики и достигнутого прогресса в области КСО, а также повысить эффективность управления бизнес-процессами [п.1].

Во Вьетнаме, концепция корпоративной социальной ответственности начала становиться популярной с 2007 года, после вступления Вьетнама к ВТО и нормализации экономических отношений с США. В условиях глобализации, Вьетнамские организации вынуждены соблюдать общие принципы делового мира, в котором широкое распространение получила концепция КСО. Во Вьетнаме вопросы регулирования и определения социальной ответственности еще не определены нормативно действующим законодательством. Государство уже выпустило закон об окружающей среде, но его действие недостаточно результативно. В 2008 году возникла проблема с компанией Vedan Вьетнаме, осуществлявшей сброс сточных вод на реку ТхиVaі в течение многих десятилетий. По данным Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды, ежемесячно, Vedan осуществлял сброс в реку десятков тысяч тонн жидких отходов, твердых, ядовитых хими-

ческих веществ. Основной причиной этого явилось не выполнение социальных обязательств административными органами и низкая социальная ответственность предприятия. После обнаружения данных фактов, компания Vedan была ликвидирована [п.7].

В настоящее время во Вьетнаме только начинают рассматривать взаимосвязь между корпоративной социальной ответственностью и успешным развитием предприятий. В 2014 году возникли проблемы в компании Кока-Кола Вьетнам в связи с уклонением от уплаты налогов в течение 10 лет посредством представления недостоверной отчетности. В связи с этим, государство потеряло больше тысячи миллиардов Вьетнамских донг. В декабре 2014 году Всемирный фонд дикой природы и совет по устойчивому развитию предприятия Вьетнама обсудил стратегии предприятий в целях укрепления устойчивого развития и выполнении социальной ответственности во Вьетнаме. Несмотря на то, что 63 % предприятий не в полной мере понимали процесс представления социального отчета, но осознали роль устойчивого развития организации в условиях глобализации выросла [п.6].

Служба внутреннего аудита может успешно содействовать внедрению передовых практик КСО и проводить проверки социальной отчетности, способна оказать помощь в создании и внедрении системы управления КСО. Данная служба может проводить аудит социальной отчетности по просьбе руководства, давать рекомендации по устранению недостатков управления, взаимодействовать при проведении социального аудита с внешними аудиторами.

Таблица 1 – Оценка устойчивого развития организаций [п.4]:

Ответственность	Область аудита
Экономическая	Стратегическая концепция развития организации
	Внутренние бизнес-процессы
	Взаимоотношения с потребителям
Экологическая	Охрана окружающей среды
Социальная	Охрана труда и промышленная безопасность
	Социальная ответственность в отношении персонала
	Развитие местных сообществ
	Благотворительность и волонтерство

Таким образом, во Вьетнаме совершенствование внутреннего аудита является актуальным для обеспечения устойчивого развития организации и общества.

Внутренний аудит во Вьетнаме применяется наряду с внешним. Становление внутреннего контроля и аудита во Вьетнаме имеет свои особенности, которые неразрывно связаны с его экономическим развитием. До наступления финансового кризиса 2008 г активным образом развивалась система финансового контроля на государственном уровне, однако должного внимания развитию систем внутреннего контроля на уровне организаций не уделялось [п. 5]. Подразделения внутреннего аудита в основном были созданы в крупных государственных предприятиях с целью соблюдения действующего законодательства.

В настоящее время, формирование внутреннего аудита в хозяйствующих субъектах, безусловно, связано с развитием фондового рынка Вьетнама. Компания должна совершенствовать деятельность служб внутреннего аудита с целью удовлетворения требований инвесторов, собственников. Следует отметить, что вопрос, связанный с развитием и совершенствованием систем внутреннего контроля в коммерческих организациях, чрезвычайно актуален для Вьетнама.

Развитие методик внутреннего аудита особенно актуально для компаний, имеющих иностранные инвестиции и способствует получению высоких доходов и прибылей материнской компанией за рубежом. Материнские компании, на фондовых рынках в США и других основных фондовых рынках по всему миру обязаны соблюдать правила, закрепленные в Законе Сарбейнса-Оксли в США, то есть иметь надлежащую систему внутреннего контроля и службу внутреннего аудита. Таким образом, дочерние компании во Вьетнаме тоже соблюдают эти правила.

В других организационно-правовых формах хозяйствующих субъектов, внутренний аудит применяется в случае, когда компания внедрила системы управления качеством или окружающей среды (ISO). Если компания получила сертификаты ISO, необходимо проводить внутренний аудит, по крайней мере, один раз в год на соответствие стандартам ISO. Однако внутренняя оценка ограничивается процедурами в рамках соответствия со стандартами ISO и не улучшает значительно систему внутреннего контроля.

В настоящее время основой законодательной базы, регламентирующей деятельность внутреннего аудита, считается Закон предприятия № 60/2005-QH11 (Национальное Собрание от 21 ноября 2005) и новый

Закон предприятия №68 /2014/QН13 (Национальное Собрание от 26 ноября 2014), который вступит в силу с 01 июля 2015 года. Одна из концепций, нашедших отражение в данном законе связана с положениями внутреннего аудита, предполагающими создание совета внутреннего контроля, избираемого акционерами. Деятельность совета не является постоянной осуществляемой. В данный момент вопросы, связанные с внутренним аудитом, не регулируются вьетнамским законодательством, за исключением отдельных положений, касающихся финансово-кредитных организаций и государственных организаций. Существует 2 группы нормативных актов, регулирующих вопросы деятельности внутреннего аудита во Вьетнаме (таблица 2).

Таблица 2 – Нормативно-правовая база, регламентирующая организацию и функционирование внутреннего аудита в государственных организациях и в кредитно-финансовых организациях

Дата	Документ	Название
Нормативно-правовая база, регламентирующая организацию и функционирование внутреннего аудита в государственных корпорациях		
28.10.1997	Решение №832/ТС/QD-CDКТ	Регулирование внутреннего аудита для государственных предприятий.
16.04.1998	Постановление №52/1998/ТТ-ВТС	Руководящие указания по организации и функционирования внутреннего аудита (направляя решение №832/ТС/QD-CDКТ от 28 октября 1997 года)
22.12.1998	Постановление №171/1998/ТТ-ВТС от Минфина	Руководство проведения внутреннего аудита (направляя решение №832/ТС/QD-CDКТ от 28 октября 1997 года)
Нормативно-правовая база, регламентирующая организацию и функционирование внутреннего аудита в кредитно-финансовых организациях		
03.01.1998	Решение №03/1998/QD-NHNN3	Принципы внутреннего аудита, применимые к кредитным учреждениям
01.04.2012	Решение №271/2002/QĐ-NHNN	Использование финансовой информации для внутреннего аудита Государственного банка Вьетнама

Первым документом, в котором упоминается понятие внутреннего аудита является Указ №59 от 03.10.1996 года. Указ утвердил, что ежегодная финансовая отчетность организации должна проверяться независимым или внутренним аудитом. На этом основании, решение №832 от 28.10.1997 является первым нормативным актом, регламентирующим организацию и функционирование внутреннего аудита, одобренным и применяемым к государственным предприятиям, и крупным предприятиям, в котором определены процедуры проведения внутреннего аудита. Следующие постановления выпущены с целью развития основных положений данного нормативного акта.

В 1998 году, губернатор Государственного банка Вьетнама издал постановление от 03.01.1998, в котором рассматриваются вопросы организации отдела внутреннего аудита в кредитной организации, такие как: построение организационной структуры, права и обязанности внутреннего аудитора, аспекты, связанные с заработной платой и вознаграждением.

Решение №832 определяет, что все государственные предприятия должны организовать Департамент внутреннего аудита. Соответственно, Департамент внутреннего аудита сообщает генеральному менеджеру результаты проведенной работы. Это снижает независимость отдела внутреннего аудита, так как действия топ-менеджмента, реализующего политику в цели, стратегии, бизнес-планы, бюджеты и проекты, принимающего решения, влияющие на каждого сотрудника и организацию в целом, подлежат оценке внутренним аудитом. Между тем, согласно общепринятой мировой практике, Департамент внутреннего аудита обязан непосредственно предоставить отчет совету директоров. Тем не менее, после вступления в силу, правила не соответствуют экономической ситуации, поэтому Указ №171/1998/ТТ-ВТС был издан в 22.12.1998, определивший, что предприятия могут создать отдел внутреннего аудита по своей инициативе.

Кроме того, существуют отдельные нормативные акты, регулирующие деятельность внешних аудиторов, которые должны учитываться внутренними аудиторами, в частности, Вьетнамский стандарт аудиторской деятельности (VSA) №610 «Использование работывнутренних аудиторов» Постановлением Минфина от 06.12.2012 №214/2012.

На практике, несмотря на то, что внутренний аудит является необходимой частью системы корпоративного управления предприятия, в настоящей момент не существует никаких правил или закона, которые бы обязывали создавать службу внутреннего аудита. Как правило,

менеджмент организации рассматривает внутренний аудит как часть учетно-финансового отдела. В настоящее время во Вьетнаме деятельность служб внутреннего контроля в большей степени нацелена на выявление нарушений действующего законодательства и искажений отчетности нежели на предоставление гарантий и консультаций, а тем более проведение социального аудита.

В современных условиях во Вьетнаме, существует целый ряд проблем в развитии внутреннего аудита, которые необходимо решать посредством его совершенствования и приближения к мировому уровню, включая его повышение его компетентности в области социального аудита.

Первой проблемой является недостаточная независимость и объективность внутреннего аудита. Это связано с тем, что внутренний аудит во Вьетнаме в настоящее время слаб. Роль внутреннего аудита во Вьетнаме возрастает, однако зачастую внутренний аудит отождествляют с внутренним контролем. Большинство компаний, участвующих на биржевом рынке, создает систему контроля, но не создает отдела внутреннего аудита, а в компаниях имеющих такой отдел, как правило, он слаб в методическом плане. Требуется развитие методического обеспечения проведения социального аудита в таких хозяйствующих субъектах. Если кредитные организации создают службу внутреннего аудита, то остальные компании недооценивают важную роль внутреннего аудита. Это относится и к компаниям, имеющим большой годовой доход. Например, Vinamilk или FPT создала отдел внутреннего аудита только 1–2 года назад и его деятельность не в полной мере соответствует международной практике.

Вторая проблема связана с отсутствием системы нормативного регулирования внутреннего аудита. В развитых странах, внутренний аудит является профессиональной деятельностью, требующей соответствующей профессиональной квалификации. Во Вьетнаме на сегодняшний день не созданы национальные стандарты в области внутреннего аудита, а также не существует профессиональной ассоциации, объединяющей внутренних аудиторов, ревизоров, сотрудников контрольно-ревизионных подразделений, других специалистов в области внутреннего контроля Вьетнамских компаний и организаций.

Третья проблема связана с нехваткой квалификационного персонала в области внутреннего аудита. В конце 2013 году, во Вьетнаме начали проводить обучение и экзамен по сертификации в области внутреннего аудита, осуществляемого ПА. В настоящее время, во

Вьетнаме менее 10 человек прошли сертификацию ПА, а это не может обеспечить потребность вьетнамских компаний, что значительно снижает эффективность и результативность внутреннего аудита. По мнению специалистов Минфина, во Вьетнаме, деятельность внутреннего аудита существует недостаток в опытных и квалифицированных работниках в области внутреннего аудита.

Отметим также что, **основная проблема** внутреннего аудита во Вьетнаме – проблема оценки качества внутреннего аудита. Актуальный вопрос, который стоит перед руководством организаций – это разработка подходов к созданию системы контроля качества и его проведению. Организации с недавно организованными службами внутреннего аудита на самом деле не имеют достаточно опыта проведения внутреннего аудита.

Еще **одна проблема** является предубеждением о деятельности внутреннего аудита и недооценкой его роли как инструмента повышения эффективности деятельности организации. В следствии чего, внутренний аудит имеет меньше шансов на эффективное становление и развитие в организации.

Таким образом, система нормативной базы внутреннего является одним из важных инструментов для развития информационно-аналитического обеспечения устойчивого развития организаций не только для страны Вьетнама, а всех стран. Внутренний аудит во Вьетнаме находится на стадии своего становления и должен учитывать концепцию устойчивого развития, провозглашенную ООН в целях обеспечения экономической стабильности, экологической безопасности, социальной ответственности. По нашему мнению, в перспективе, во Вьетнаме будут постепенно решаться выявленные нами проблемы посредством повышения независимости служб внутреннего аудита, регламентацией их деятельности, создания профессионального объединения и системы подготовки внутренних аудиторов, повышения качества внутреннего аудита, активным использованием приемов социального аудита. Решение данных проблем позволит сделать деятельность внутренних аудиторов значимой для обеспечения достижения двух стратегий организаций: экономическое развитие и несение социальной ответственности.

Литература:

1. *Аннаева А.А.* Роль внутреннего аудита в обеспечении устойчивого развития// [Электронные ресурсы]. Режим доступа: <http://www.beintrend.ru/2011-08-07-09-03-28>

(Дата обращения: 10.02.2015).

2. *Богатая И.Н.* Исследование экономической сущности социального аудита и его место в системе аудиторско-консалтинговых услуг / И.Н. Богатая, А.Н. Кизилев //Международный бухгалтерский учет. 2015. № 3(345).

3. *Шаламова О.В.* Сущность и обеспечение устойчивого развития предприятия// О.В. Шаламова, А.П. Тяпухин / Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. № 30(130). 2008.

4. Реализация концепции устойчивого развития на практику организации. [Электронные ресурсы]. Режим доступа: http://www.xn--h1afedfmvf.xn--plai/content/files/library/webinar_ura_ad.pdf

(Дата обращения: 15.04.2015).

5. Внутренний аудит во Вьетнаме – необходимость к изменению/ Исследование науки аудита. №79. 5/2014 [Электронные ресурсы]. Режим доступа: <http://www.sav.gov.vn/3316-1-ndt/-kiem-toan-noi-bo-viet-nam-su-thay-doi-can-thiet.sav> (Дата обращения: 11.10.2014).

6. Социальная ответственность или экономическое развитие? [Электронные ресурсы].

Режим доступа :

http://awsassets.panda.org/downloads/tcbc___phat_trien_ben_vung___nang_tam_uu_the_kinh_doanh_docx.pdf (Дата обращения: 27.03.2015).

7.

http://vi.wikipedia.org/wiki/Vụ_Vedan_xả_chất_thả_ra_sông_Thị_Vải (Дата обращения: 17.03.2015).

ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ПОВЫСИТЬ ИНФОРМАТИВНОСТЬ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

*Родина М.С., аспирант кафедры
«Бухгалтерский учет»
Финансового университета
Научный руководитель:
д.э.н., проф. Л.В. Сотникова*

Аннотация: в условиях развития современной экономики компании должны стремиться к повышению информативности своей финансовой отчетности. Помимо информации, получаемой из бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах, пользователи финансовой отчетности анализируют финансовое состояние компании на основании отчета о движении денежных средств. Именно он позволяет сделать выводы о состоянии платежеспособности и ликвидности компании на отчетную дату. Повышение информативности и полезности отчета о движении денежных средств для пользователей индивидуальной и консолидированной отчетности на сегодняшний день приобретает особое значение в условиях высокой конкуренции на рынке капитала и инвестиций.

In terms of modern economy development organizations should tend to increase information value of its financial statements. In addition to information, received from Statement of financial position and Statement of Profit or loss, financial statements users analyze company's financial position on the basis of statement of cash flows. This report allows to conclude on creditworthiness and liquidity of the company as of reporting date. Increase of cash flows statement information value and usefulness for users both individual and consolidated financial statements receives special importance in terms of high competition in capital and investment market.

Ключевые слова: отчет о движении денежных средств (ОДДС), повышение информативности отчетности, денежные средства, денежные потоки.

Key words: Statement of cash flows (Cash-flows statement), increase of information value of financial statements, cash (and cash equivalents), cash flows.

В условиях рыночной экономики деятельность коммерческих организаций наибольшим образом зависит от экономической информации, ее полноты и достоверности. В этой связи бухгалтерская (финансовая) отчетность является самым значимым источником информации, предоставляемой хозяйствующим субъектом как внешним, так и внутренним пользователям. Именно финансовая отчетность является отражением деятельности коммерческой организации.

Развитие мировой экономики последних лет демонстрируют подверженность к возникновению финансовых кризисов (кризис 2008–2009 гг.). На Всемирном конгрессе бухгалтеров, прошедшем в 2010 г. в Малайзии, целым рядом экспертов отдельно подчеркивалась ответственность бухгалтеров за произошедшее, говорилось о необходимости вернуть доверие к отчетам, стабилизировать ситуацию и содействовать преодолению кризиса. По мнению многих экономистов, последний финансовый кризис был именно кризисом финансовой отчетности, что привело к утрате доверия инвесторов к раскрываемой в ней информации. В связи с чем, одной из основных задач бухгалтерской отчетности является постоянное повышение информативности содержащихся в ней данных.

Одновременно с этим, реформирование бухгалтерского учета и отчетности в отечественной практике, его гармонизация и приведение в соответствие с международными стандартами ведет к повышению требований, предъявляемых к информации, раскрываемой в отчетности для формирования правильных выводов, принятия оправданных и эффективных решений заинтересованными пользователями.

Согласно ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» отчетность «должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении». На данный момент бухгалтерская отчетность организации состоит из бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках (в настоящее время – отчет о финансовых результатах), приложений к ним и пояснительной записки. Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках раскрывают информацию в виде отдельных отчетных форм (отчет о движении денежных средств, отчет об изменениях капитала и др.). Отчет о движении денежных средств, таким образом, имеет статус пояснений к основным формам отчетности (бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах). Согласно ПБУ 23/2011 «Отчет о движении денежных средств» этот отчет представляет собой

обобщение данных о денежных средствах, а также высоколиквидных финансовых вложениях, которые могут быть легко обращены в заранее известную сумму денежных средств и которые подвержены незначительному риску изменения стоимости.

Преимущества отчета о движении денежных средств с точки зрения пользователей финансовой отчетности невозможно переоценить. Этот отчет оказался ближе всех к достижению современной цели, стоящей перед финансовой отчетностью, а именно оценке ликвидности компании. Некоторые специалисты полагают, что прибыльная компания всегда ликвидна, и если в отчете о финансовых результатах систематически отражается положительный финансовый результат, то такая компания всегда и ликвидна.

Однако следует различать понятия прибыльности и ликвидности компании, под которой мы будем понимать возможность предприятия покрывать свои платежные обязательства за счет собственных средств. В отличие от бухгалтерского баланса, где показана информация о денежных средствах организации на отчетную дату, и отчета о финансовых результатах, в котором отражен конечный финансовый результат деятельности компании за отчетный период, отчет о движении денежных средств позволяет оценить возможность компании создавать денежные потоки, и определить, в результате какой деятельности (текущей, инвестиционной или финансовой) компания получает денежные средства и на что она их направляет.

Ведущие российские экономисты отмечают значимость отчета о движении денежных средств (далее – ОДДС). Именно формирование информации о способности организации привлекать и использовать денежные средства является основной функцией отчета о движении денежных средств¹. И именно составление ОДДС направлено на повышение полезности и информативности данных, раскрываемых в бухгалтерской отчетности. Все специалисты отмечают тот факт, что актуальность данного вида отчета приобретает все большее значение в условиях конвергенции российских стандартов бухгалтерского учета (далее – РСБУ) и международных стандартов финансовой отчетности (далее – МСФО). Понимают это и в государственном органе регулирования бухгалтерского учета в России – Министерством финансов России утвержден отдельный стандарт бухгалтерского учета – ПБУ 23/2011 «Отчет о движении денежных средств» (приказ Минфина №11н от 02.02.2011).

¹Ларионов А.Д., Карзаева Н.Н., Нечитайло А.И. Бухгалтерская финансовая отчетность: учеб. пособие / М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008.

ОДДС направлен на представление информации, позволяющей оценить показатели генерирования денежных потоков и их объемов, а также понять:

- изменения в чистых активах организации;
- финансовую структуру организации, в том числе ликвидность и платежеспособность;
- способность регулировать плотность денежных потоков в условиях постоянно меняющихся внешних и внутренних факторов¹.

С точки зрения Вакуленко Т.Г. и Фоминой Л.Ф. анализ, планирование и контроль денежных потоков наряду с прогнозом результатов деятельности предприятия важны для поддержания платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия². Данная информация может быть получена пользователями финансовой отчетности только из ОДДС.

Международный финансовый кризис, бурно начавшийся осенью 2008 года, затронул Российскую экономику. Многие компании оказались неплатежеспособными ввиду недостаточности планирования, учета и анализа потоков денежных средств. Несмотря на то, что острая часть кризиса миновала, констатировать факт полного выхода мировой экономики в целом, и российской экономики, в частности, из кризиса не представляется возможным и на сегодняшний день. Сложно даже прогнозировать время выхода из кризиса на ближайшие годы. Поэтому финансовая устойчивость и платежеспособность хозяйствующих субъектов, а также источники информации об этих показателях и механизмы ее оценки, имеют ведущее значение для экономического развития России.

В системе показателей, используемых для оценки эффективности деятельности предприятия и его финансового состояния, традиционно ведущее место отводится прибыли. Вместе с тем, часто предприятие, прибыльное по данным бухгалтерского учета, реально не может выполнить своих обязательств по платежам из-за отсутствия денежных средств в нужное время и в необходимом количестве, а убыточное предприятие, наоборот, может оставаться платежеспособным. Прибыль или убыток, отраженные в отчетности за определенный период времени, и денежные средства, реально полученные предприятием за

¹ Финансовый учет: учебник/под ред. В.Г. Гетьмана. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2006.

² Вакуленко Т.Г., Фомина Л.Ф. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений. СПб.: ИД Герда, 2001.

этот же временной период, это не одно и то же, и даже не пропорционально зависимы друг от друга.

ОДДС – один из основных источников информации для анализа движения денежных средств. Наряду с ним существенную информационную нагрузку для проведения анализа движения денежных средств предприятия несут отчет о прибылях и убытках и бухгалтерский баланс. Однако необходимо учитывать, что из-за особенностей (принципов, требований, допущений, правил и т.п.) ведения бухгалтерского учета и составления отчетности, использование этих документов для проведения анализа приводит к некоторому искажению реальной картины движения денежных средств. Для целей настоящей статьи будем также отличать понятия «денежные средства» и «денежные потоки». Понятие «денежные средства» является статичным, и представляющим собой остаток этих самых денежных средств на определенную дату. Денежные средства отражаются в бухгалтерском балансе. Понятие «денежные потоки» – это понятие отражающие динамику движения денежных средств, направления и даже кругооборот движения денежных средств. В ОДДС отражаются именно денежные потоки. Рассмотрим более подробно понятие денежных потоков.

В определении потоков денежных средств взгляды экономистов можно условно разделить на два основных подхода. По мнению Р. Коха, Ж. Ришар, Б. Коласа, Э.Л. Крылова и др. денежный поток определяется как разница между поступлением и выбытием денежных средств, т.е. как показатель статистический на определенную (отчетную) дату. Другая группа экономистов (В.В. Бочаров, И.А. Бланк, Р. Мертон, Ж. Перар, Э. Дж. Долан, Дж. К. Ван Хорн и др.) рассматривает денежные потоки как показатель динамический, т.е. приток и отток денежных средств за определенный период времени.

Неоднократно специалистами предпринимались попытки классификации денежных потоков. При этом выделялись следующие аспекты их классификации¹.

- 1) по масштабам обслуживания хозяйственного процесса;
- 2) по видам хозяйственной деятельности;
- 3) по направленности их движения позволяет выделить;
- 4) по методу исчисления их объема;
- 5) по уровню достаточности их объема

Даже при положительном значении суммы чистого денежного

¹ Данная классификация приведена согласно учебному пособию: Анализ финансовой отчетности: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 080105 «Финансы и кредит» / Н.Н. Илышева, С.И. Крылов. М.: Юнити-ДАНА, 2007.

потока он может характеризоваться как дефицитный, если эта сумма не обеспечивает плановую потребность в расходовании денежных средств по всем предусмотренным направлениям хозяйственной деятельности предприятия. Отрицательное же значение суммы чистого денежного потока автоматически делает этот поток дефицитным.

Таким образом, общий денежный поток предприятия – это все денежные поступления и выплаты, связанные с операционной, инвестиционной и финансовой деятельностью. В целях обеспечения эффективного целенаправленного управления денежными потоками они требуют определенной классификации по видам деятельности.

Согласно ПБУ 23/2011 под текущей деятельностью подразумеваются операции, связанные с осуществлением обычной деятельности организации, приносящей выручку, под инвестиционной деятельностью – операции, связанные с приобретением, созданием или выбытием внеоборотных активов организации, под финансовой деятельностью – операции, связанные с привлечением организацией финансирования на долговой или долевого основе, приводящих к изменению величины и структуры капитала и заемных средств организации.

В международной практике форма отчетности о движении денежных средств стала применяться с середины 1970-х годов. Так, создание подобной формы отчетности было предложено П. Мейсоном в 1973 г., в дальнейшем более полное обоснование было дано В. Томсом. На данный момент в МСФО этот отчет регулируется стандартом IAS 7.

В российской же практике данная форма отчета появилась сравнительно недавно – начиная с 1996 г. в соответствии с требованиями Федерального закона «О Бухгалтерском учете» №129-ФЗ от 21.11.1996.

Существуют два способа составления Отчета о движении денежных средств:

- прямой,
- косвенный.

Под прямым методом подразумевается «суммирование всех поступлений и вычитание из полученной суммы всех выплат, произведенных организацией в разрезе видов деятельности. Косвенный метод предполагает получение необходимых показателей потоков денежных

средств в увязке с показателем нераспределенной прибыли, отраженной в отчете о прибылях и убытках»¹. При формировании отчета о движении денежных средств по текущей (и только по ней, так как отчеты о движении денежных средств по инвестиционной и финансовой деятельности формируются исключительно прямым методом) показатель нераспределенной прибыли корректируется на балансовые статьи, не предполагающие движения денежных средств.

Международная практика, а именно МСФО (IAS) 7 предусматривает при составлении отчета о движении денежных средств в части операционной деятельности использование как прямого, так и косвенного метода. Российские стандарты учета разрешают только применение прямого метода. Информация о движении денежных средств в разрезе инвестиционной и финансовой деятельности можно представлять только прямым методом как в международной, так и в российской практике.

В России формирование финансовой отчетности о движении денежных средств находится на стадии развития и в основном при ее составлении доминирует формальный подход, что значительно снижает ее роль в процессе качественного информационного обеспечения оценки денежных потоков.

Проблемам определения понятия денежных потоков, их классификации и управления ими посвящены работы многих экономистов. Вопросы же информативности отчета о движении денежных средств, с моей точки зрения, исследованы крайне недостаточно.

Хотя российские экономисты работают над этой проблемой, развивая ее в различных направлениях.

Несмотря на кажущееся избыточным число научных исследований на тему ОДДС, следует отметить, что фактически результаты ни одного из перечисленных исследований не воплощены на практику работы российских компаний, так как не нашли отражения в нормативных документах, регулирующих бухгалтерский учет в России.

В то же время единых подходов к повышению информативности и полезности отчета о движении денежных средств для пользователей индивидуальной и консолидированной отчетности на сегодняшний день на законодательном уровне не установлено, поэтому дальнейшая разработка этих методов представляется мне актуальной. Мало того, она приобретает особое значение в условиях высокой конкуренции на

¹Ларионов А.Д., Карзаева Н.Н., Нечитайло А.И. Бухгалтерская финансовая отчетность: учеб. пособие. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008.

рынке капитала и инвестиций, необходимости их привлечения.

Показатели денежных средств в бухгалтерском балансе не содержат информации о структуре их поступления и выбытия, что делает проблематичной оценку фактического финансового положения организации. ОДДС в свою очередь является расшифровкой к строке 1250 «Денежные средства и денежные эквиваленты» бухгалтерского баланса. Согласно п. IV ст. 22 ПБУ 23/11 «Организация раскрывает состав денежных средств и денежных эквивалентов и представляет увязку сумм, представленных в отчете о движении денежных средств, с соответствующими статьями бухгалтерского баланса». В соответствии с ПБУ 23/2011, устанавливающим правила составления ОДДС коммерческими организациями (за исключением кредитных), в нем отражаются не только данные о ДС, но и информация о денежных эквивалентах (высоколиквидных финансовых вложениях, которые могут быть легко обращены в заранее известную сумму денежных средств и которые подвержены незначительному риску изменения стоимости¹). Аналогичное требование касается и бухгалтерского баланса, в котором прежде называвшаяся строка «Денежные средства» была переименована в «Денежные средства и денежные эквиваленты».

Таким образом, строка 1250 Бухгалтерского баланса «Денежные средства и денежные эквиваленты» на отчетную дату (графа 3) и на 31 декабря предыдущего года (графа 4) должна быть равна данным в ОДДС по строкам «Остаток денежных средств и денежных эквивалентов на конец отчетного периода» (строка 4500) и «Остаток денежных средств и денежных эквивалентов на начало отчетного периода» (строка 4450) соответственно. Таким образом, ОДДС может служить эффективным средством проверки достоверности данных о денежных средствах, приведенных в бухгалтерском балансе, средством раскрытия информации о денежных средствах, содержащихся в балансе, в случае, если эти данные равны или дано объяснение расхождений между формами. В то же время согласно п. 3 Приказа 66н организации самостоятельно определяют детализацию показателей по статьям отчетов, входящих в состав бухгалтерской отчетности (детализация должна быть закреплена в учетной политике для целей БУ), это касается и Отчета о движении денежных средств.

¹Приказ Минфина РФ от 02.02.2011 №11н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011) Электронный ресурс // Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (30.10.2014).

Несмотря на данное требование сумма денежных средств, отраженных в бухгалтерском балансе не всегда соответствует показателю остатка денежных средств на конец периода в ОДДС.

Рассмотрев отчетность ряда компаний, на основании которой можно продемонстрировать данное несоответствие, мы пришли к выводу, что не всегда данные о денежных средствах в балансе равны аналогичным данным в ОДДС. Несмотря на это, в пояснениях к бухгалтерскому балансу и ОДДС организации не указывают на причины данных расхождений. Чаще всего можно увидеть только расшифровку состава денежных средств, включенных в ОДДС.

Данные расхождения и отсутствие пояснений со стороны организаций, публикующих отчетность, усложняют сопоставимость форм отчетности, снижают информативность финансовых отчетов для заинтересованных пользователей и доверие к ним со стороны пользователей отчетности.

И хотя времена проверки правильности формирования ОДДС, когда достаточно было сверить вступительные и исходящие остатки ДС, указанные в этом отчете с аналогичными показателями в Бухгалтерском балансе, уже прошли, компании по-прежнему не соблюдают равенство одного и того же показателя в разных отчетах.

Таким образом, мы пришли к выводу, что ОДДС является неотъемлемой и необходимой составляющей финансовой отчетности организации. Без этого отчета невозможно оценить реальную платежеспособность компании, именно поэтому бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках необходимо рассматривать во взаимосвязи с ОДДС.

Литература:

1. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)» Электронный ресурс // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

2. Приказ Минфина РФ от 02.02.2011 N 11н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011)» Электронный ресурс // Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (30.10.2014).

3. Вакуленко Т.Г., Фомина Л.Ф. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений. СПб.: ИД Герда, 2001.

4. Финансовый учет: учебник/под ред. проф. В.Г. Гетьмана. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2006.
5. *Ильшева Н.Н., Крылов С.И.* Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 080105 «Финансы и кредит». М.: Юнити-ДАНА, 2007.
6. *Ларионов А.Д., Карзаева Н.Н., Нечитайло А.И.* Бухгалтерская финансовая отчетность: учеб. пособие / под ред. А.Д. Ларионова. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008.
7. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учеб. пособие/ под ред. Я.В. Соколова. М.: Магистр, 2009.
8. Press release “World Congress of Accountants: Accountants in the Next Decade” Электронный ресурс. // IFAC. Режим доступа: <https://www.ifac.org/news-events/2010-11/world-congress-accountants-accountants-next-decade>.

АНАЛИЗ КРАТКОСРОЧНОЙ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

*Кумыков А.Е., студент магистратуры
Факультета учета и аудита
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., доц. В.Н. Тафинцева*

Аннотация: работа посвящена анализу финансовой устойчивости компании. Рассматриваются различные определения данного понятия, а также факторы, влияющие на устойчивость. Предлагается модель рейтинговой оценки финансовой устойчивости в краткосрочном периоде.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, рейтинг, факторы финансовой устойчивости, финансовые показатели, факторы риска.

Annotation: This article analyzes the company's financial stability. We consider various definition of this term, as well as factors affecting the stability. We propose a model for rating estimation of financial stability in the short term.

Key words: financial stability, rating estimation, factors of financial stability, financial performance, risk factors.

Обеспечение устойчивого роста и развития экономики – одна из основных целей любого государства. Достижение этой цели на макро уровне неразрывно связано с устойчивостью его составляющих. Отсюда появляется необходимость обеспечения устойчивого роста и развития отдельных отраслей и в частности компаний. Для этого, а также для обеспечения стабильных результатов деятельности компаний, достижения, поставленных собственниками и обществом целей у организации должен иметься чётко разработанный стратегический план действий. Но его реальность и выполнимость прямо зависит от финансовой устойчивости компании, как в краткосрочном периоде, так и в долгосрочном.

Эффективность деятельности любого экономического субъекта достаточно сильно зависит от его финансового состояния, для оценки которого и необходимо проводить комплексный анализ финансовой устойчивости компании. Даже если организация имеет высокий доход и отличную рентабельность, при неправильном менеджменте существует риск потери финансовой устойчивости и, как следствие, может

возникнуть ситуация, при которой организация становится жертвой враждебного поглощения. Но даже если до этого не дойдет, собственники организации могут потерять контроль над её деятельностью из-за высокой зависимости компании от внешних источников финансирования – в этом случае кредиторы будут оказывать определённое влияние на принятие управленческих решений.

Таким образом для современной организации финансовая устойчивость является одной из самых важных характеристик её деятельности и финансово-экономического благополучия. Она, как агрегирующий показатель, включает в себя результаты текущего, инвестиционного и финансового развития компании, тем самым помогает инвестору получить необходимую информацию, и что немаловажно, отображает возможности компании ответить по своим долгам и обязательствам.

Проблема финансовой устойчивости организаций, анализ, оценка и управление ею, её теоретические и практические аспекты, рассматривались различными авторами с разной степенью полноты.

Стоит заметить, что существует множество определений различных авторов о сущности и содержании финансовой устойчивости. Некоторые из них представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Систематизация определений финансовой устойчивости

Автор	Определение
Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Кузнецова Н.В	Финансовая устойчивость компании – это такое состояние счетов организации, которое гарантирует его постоянную платежеспособность
Гиляровская Л.Т.	Финансовая устойчивость – целеполагающее свойство финансового анализа, а поиск целеполагающих возможностей, средств и способов ее укрепления представляет глубокий экономический смысл и определяет характер его проведения и содержания
Савицкая Г.В.	Финансовая устойчивость компании – способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся в внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска

Окончание таблицы

Автор	Определение
Герасимова Е.Б.	Устойчивость финансовой системы – способность сохранять движение по намеченной траектории (поддерживать намеченный режим функционирования), несмотря на воздействующие на неё внутренние и внешние факторы
Анущенко В.Ю	Финансовая устойчивость – стабильное превышение доходов над расходами, обеспечивает свободное маневрирование денежными средствами компании и путем эффективного их использования способствует бесперебойному процессу производства и реализации продукции; формируется в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности и является главным компонентом общей устойчивости компании
Ефимова О.В.	Общее правило обеспечения финансовой устойчивости: долгосрочные активы должны быть сформированы за счет долгосрочных источников – собственных и заемных. Если предприятие не располагает заемными средствами, привлекаемыми на длительной основе, основные средства и прочие внеоборотные активы должны формироваться за счет собственного капитала

Обобщая всё вышесказанное, на наш взгляд, устойчивым финансовое состояние организации можно признать в случае, если неблагоприятные изменения внешней или внутренней среды не влияют, либо слабо влияют на способность компании нормально функционировать, своевременно и полностью выполнять свои обязательства перед поставщиками, персоналом, банками, бюджетом и внебюджетными фондами и при этом осуществлять свои краткосрочные планы и стратегические программы. При этом также можно говорить об устойчивости, если даже при существенном влиянии неблагоприятных факторов, компания способна быстро адаптироваться для поддержания стабильности.

Далее есть смысл рассмотреть факторы, оказывающие влияние на финансовую устойчивость компаний. Безусловно их существует огромное множество, при этом всю совокупность можно разделить на две категории: внутренние и внешние¹.

Основными внутренними факторами, влияющими на финансовую

¹ Гаврилова А.Н. Финансы организаций (предприятий): учебник / А.Н. Гаврилова, А.А. Попов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: «КРОНУС», 2007.

устойчивость организации, можно назвать:

- отрасль, в которой осуществляет свою деятельность организация;
- состав и структура выпускаемой продукции (услуг), её доля на рынке;
- структура расходов производства, их динамика, сравнение с денежными доходами организации;
- состояние имущества и финансовых средств компании, включая величину запасов и резервов, их структура и состав.
- темпы роста собственного капитала, ликвидность и платежеспособность;
- финансовый рычаг в структуре активов и капитала;
- платежный ресурс и накопленный долг.

В качестве внешних может выступать множество факторов: экономические условия хозяйственной деятельности, платежеспособный спрос потребителей, уровень развития технологий, экономическая, налоговая и финансово-кредитная политика правительства страны, а также принимаемые правительством нормативно – правовые акты, решения и постановления по регулированию деятельности организаций, система ценностей в обществе и многое другое. Эти факторы оказывают непосредственное и достаточно мощное влияние на процессы, происходящие внутри организации¹.

Кроме вышеперечисленных, выделим ещё несколько существенных внешних факторов:

- потенциал организации в деловом сотрудничестве, деловая репутация;
- зависимость компании от внешних кредиторов, инвесторов и заёмщиков;
- наличие сомнительных дебиторов с низкой платежеспособностью;
- эффективность хозяйственных, инвестиционных и финансовых операций и др.

Учитывая огромное множество релевантных факторов возникает вопрос о возможности учесть их в той или иной методике анализа.

В современной практике не существует конкретной, нормативно закреплённой методики анализа и оценки финансовой устойчивости (за исключением проведения арбитражным управляющим финансо-

¹ Глазунов М.И. Оценка финансовой устойчивости коммерческой организации на основе данных бухгалтерского баланса // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 21.

вого анализа, для которого Правительством РФ установлены специальные правила). Субъекты анализа (менеджеры, финансисты, собственники, внешние пользователи), в зависимости от преследуемых целей, сами для себя решают на основе каких критериев анализировать финансовое состояние компании. И как можно догадаться, подходов к анализу финансовой устойчивости существует множество. Выделим несколько наиболее популярных:

1) Оценка финансовой устойчивости организации с помощью абсолютных и относительных показателей. Метод оценки финансовой устойчивости компании при помощи анализа абсолютных показателей основывается на расчете значений, которые с точки зрения данного метода дают наиболее полную характеристику финансовой устойчивости организации. Абсолютными показателями финансовой устойчивости являются показатели, характеризующие то, насколько оборотные активы обеспечены источниками их формирования

Анализ финансовых коэффициентов – это один из наиболее распространенных в современности методов аналитической обработки данных получаемых из бухгалтерской отчетности. Большинство существующих методов анализа показателей отчетности так или иначе связаны с различными уровнями и динамикой соответствующих финансовых коэффициентов, и кроме того используют элементы коэффициентного метода

2) Также для обобщенной оценки уровня финансовой устойчивости, в зависимости от цели анализа, можно также использовать интегральный критерий финансовой устойчивости, который формируется из некоторого набора частных критериев.

3) Кроме того, существует балансовая модель оценки финансовой устойчивости организации.

4) Для оценки уровня финансовой устойчивости компаний также можно использовать метод экспертной оценки финансовой устойчивости. Его суть заключается в том, что эксперты выбирают некоторый набор частных критериев, характеризующих различные аспекты финансовой устойчивости.

5) Наряду с вышеупомянутыми методами, применяется ещё и факторный анализ финансовой устойчивости – подразумевает построение модели, состоящей из цепочки показателей, по которым можно судить о финансово-экономическом состоянии организации.

Таким образом, становится очевидным, что процесс анализа фи-

нансовой устойчивости компании слабо регламентирован и нет универсальной методики выявления финансовой устойчивости компании. Существующие подходы к оценке элементов устойчивости компании по отдельности ограничены в применении имеющимися данными и узким кругом решаемых задач.

Ввиду этого явно имеется необходимость создания некоторого интегрального метода, охватывающего различные стороны финансовой устойчивости. В качестве решения данной проблемы может выступать создание рейтинга, учитывающего как финансовые, так и некоторые нефинансовые показатели. Преимущество рейтинговой оценки также в том, что имеется возможность проводить сравнение нескольких компаний различных отраслей.

В основе предлагаемой модели рейтинга стоит два блока: Бизнес-показатели и Финансовые показатели. Первый блок показателей - бизнес-риск – оценивает структуру поставщиков и покупателей контрагента, уровень зависимости от них, перспективы отрасли, в которой он осуществляет свою деятельность, а также уровень конкуренции в ней. Помимо оценки внешних факторов, при исследовании бизнес-рисков должны быть также проанализированы управленческие факторы бизнеса компании – её менеджмент и фактических бенефициаров. В случае если контрагент входит в группу компаний, необходима оценка зависимости деятельности контрагента от деятельности группы, выявить функции каждой компании группы, определить их роль и место в бизнес-модели. В ходе оценки кредитного риска контрагента, входящего в группу компаний, рекомендуется анализ консолидированной отчетности группы, основное внимание необходимо уделить распределению денежных потоков и долговой нагрузки¹.

Следует отметить, что факторы бизнес-риска оцениваются зачастую экспертно, так как нет возможности провести их количественную оценку, поэтому необходимо максимально объективно давать оценку бизнес-рисуку контрагента, опираясь на личный опыт и аргументированную экспертную позицию. Также источниками информации для анализа уровня бизнес-риска контрагента могут служить актуальные отраслевые обзоры, обзоры рейтинговых агентств и других средств массовой информации.

Предлагается использовать 19 факторов, необходимых для включения в рейтинговую модель оценки. 7 из 19 факторов характеризуют

¹ Коэффициенты деловой активности, www.finanalisis.ru

бизнес-риск, остальные 12 – финансовую составляющую риска. Для использования всей совокупности оцениваемых параметров, необходимо присвоить им веса, в соответствии с которыми будут распределяться баллы для включения в итоговый рейтинг. При этом стоит выделить некоторую сложность обоснованности выбора весов факторов в итоговом балле. Однако данная проблема довольно просто может быть решена путём экспертной оценки важности того или иного показателя с учётом отрасли рассматриваемой компании.

Показатели, включенные в рейтинговую модель оценки, а также пример распределения соответствующих им весов отражены в таблице ниже.

Таблица 2 – Показатели рейтинговой модели с весами

№	Наименование показателя	Вес, в долях, единицы
Бизнес-показатели		
1	Динамика выручки	0,12
2	<i>Уровень диверсификации контрагентов</i>	
2.1	Зависимость контрагента от покупателей	0,05
2.2	Зависимость контрагента от поставщиков	0,05
3	Влияние в группе	0,02
4	Положение на рынке (Известность. Срок работы)	0,03
5	<i>Доля рынка:</i>	
5.1	Абсолютная	0,02
5.2	Доля относительно ближайшего конкурента	0,03
6	Макроэкономический фактор риска.	0,03
7	Валютный риск.	0,03
Финансовые показатели		
8	Рентабельность продаж	0,06
9	Рентабельность по EBITDA	0,06
10	Коэффициент текущей ликвидности	0,02
11	Коэффициент быстрой ликвидности	0,02
12	Краткосрочная долговая нагрузка	0,06
13	Финансовый леверидж	0,02
14	Коэффициент отношения долга к EBITDA	0,04
15	Коэффициент обслуживания долга	0,05
16	Коэффициент автономии	0,06
17	Доля просроченной дебиторской задолженности	0,05
18	Доля просроченной кредиторской задолженности	0,05
19	Чистый оборотный капитал	0,13
	ИТОГО	1,00

Максимальная оценка, предусмотренная моделью, составляет 100 баллов, таким образом 0,01 единице веса показателя соответствует 1 балл.

Преимуществом данного метода является комплексный подход к анализу, т.е. значение имеет не один или два выбранных показателя, а множество взаимодополняющих факторов, характеризующих деятельность компании с различных сторон.

Таким образом, просчитав все предлагаемые показатели для конкретной компании, на основе полученных данных можно дать балльную оценку текущей финансовой устойчивости компании, а также финансовой устойчивости в краткосрочной перспективе (до 12 мес).

Таким образом в процессе исследования рассмотрено несколько определений финансовой устойчивости, по результатам анализа которых был сделан следующий вывод: устойчивым финансовое состояние организации можно признать в случае, если неблагоприятные изменения внешней или внутренней среды не влияют, либо слабо влияют на способность компании нормально функционировать, своевременно и полностью выполнять свои обязательства перед стейкхолдерами и при этом осуществлять свои краткосрочные планы и стратегические программы.

Кроме того, в процессе работы рассмотрены основные внешние и внутренние факторы, влияющие на устойчивость. На данный момент существует множество различных методик анализа и оценки финансовой устойчивости, учитывающих различные группы факторов, однако по отдельности они ограничены в применении имеющимися данными и узким кругом решаемых задач. При этом стоит отметить, что сам процесс анализа финансовой устойчивости компании слабо регламентирован, а универсальной методики как таковой не существует. Ввиду наличия необходимости создания некоторого интегрального метода, охватывающего различные стороны текущей финансовой устойчивости, предложено решение данной проблемы путём создания рейтинга, учитывающего 13 финансовых и 6 нефинансовых показателей. Преимущество предлагаемой рейтинговой оценки также в том, что появляется возможность проводить сравнение компаний различных отраслей.

Литература:

Нормативные документы:

1. Федеральный закон от 26.10.2002 №127-ФЗ (ред. от 28.07.2012, с изм. от 29.12.2014) «О несостоятельности (банкротстве)».
 2. Постановление Правительства РФ от 25 июня 2003 г. №367 «Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа».
 3. Временные правила проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства. Постановление от 27 декабря 2004 г. №855.
 4. Оценки стоимости чистых активов акционерных обществ. Приказ №10н, №03-6 от 29 января 2003 года.
 5. Методические рекомендации по проведению экспертизы о наличии (отсутствии) признаков фиктивного или преднамеренного банкротства. Распоряжение от 8 октября 1999 г. №33-р.
- Монографии и периодические издания
6. *Гаврилова А.Н.* Финансы организаций (предприятий): учебник/А.Н. Гаврилова, А.А. Попов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: «КРО-НУС», 2007.
 7. *Глазунов М.И.* Оценка финансовой устойчивости коммерческой организации на основе данных бухгалтерского баланса // Экономический анализ: теория и практика. 2009г. № 21. С. 28–36.
 8. *Грачев А.В.* Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия: учебно-практическое пособие. М.: Издательство «Финпресс», 2002.
 9. *Ефимова О.В.* Финансовый анализ как инструмент принятия управленческих решений. М.: Омега Л, 2013.
 10. *Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П.* Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп. / [Пер. с англ. М. Павловой]. М: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010.
 11. Коэффициенты деловой активности, www.finanalisis.ru

**УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
ПРИ ПЕРЕХОДЕ НА МСФО**

***Берёза А.О., аспирант
кафедры учета, анализа и аудита
МГУ им. М.В. Ломоносова
Научный руководитель
к.э.н., доц. Т.В. Шишкова***

Аннотация: в работе рассматриваются основные проблемы применения МСФО 41 российскими сельскохозяйственными предприятиями в учёте биологических активов по их справедливой стоимости.

Ключевые слова: бухгалтерский учет; международные стандарты; справедливая стоимость; биологические активы; бухгалтерская отчётность.

Abstract: The article deals with the main problems of applying ISA 41 by the Russian agricultural companies in the accounting of biological assets at their fair value.

Key words: accounting; international standards; fair value; biological assets.

В настоящее время глобализация мирового рынка приводит к необходимости конструктивного взаимодействия в рамках международного рынка и формирования общих форм и стандартов ведения учета. Транснациональные корпорации как явление международной интеграции представляют собой предприятия, имеющие подразделения в разных странах мира. Соответственно для понятного и прозрачного бухгалтерского учета на подобных предприятиях требуется наличие общих, международных стандартов. Именно такими стандартами и стали стандарты международной финансовой отчетности. Они призваны обеспечить понимание финансовых процессов, происходящих в различных странах, а также обеспечить понимание и взаимодействие между инвесторами и потенциальными инвестиционными объектами, расположенными в разных национальных системах учета.

Одним из стандартов, который имеет большое значение для Российской Федерации, является МСФО 41 «Сельское хозяйство». Сельское хозяйство является одной из ведущих отраслей нашей страны, составляет продукцию как на внутренний, так и на внешний рынок. Соответственно принятие указанного стандарта и выполнение его положений является значимым и актуальным вопросом сегодняшней экономической действительности.

В современной профессиональной литературе освещены позиции многих ученых по учету биологических активов, в частности Р.А. Алборов, Н.Г. Белов, Ю.Ю. Газизьянова, Е.В. Захарова, А.Н. Кокорев, Е.П. Криничная, А.И. Павлычев, Л.В. Постникова, Л.Ф. Ситдикова, Е.И. Степаненко, Т.А. Сулова, Е.В. Фастова, Л.И. Хоружий, Б.Н. Хосиев, В.Г. Ширококов и др. В своих работах они дают рекомендации и раскрывают методические подходы по ведению учета операций в аграрных предприятиях с биологическими активами, их оценки и отражения соответствующей информации в финансовой отчетности.

Так же в своих трудах ученые освещают вопросы особенностей учета биологических активов, формирования доходов и расходов, определение финансовых результатов на сельскохозяйственных предприятиях, формирования информации в статистической и финансовой отчетности.

Однако остается еще много спорного и неясного. Это обусловлено, во-первых, новизной проблемы, а во-вторых – неоднозначностью взглядов разных ученых на пути практического применения МСФО 41. Высоко оценивая научный вклад названных ученых, следует отметить, что нет единого мнения относительно места биологических активов в составе активов сельскохозяйственных организаций, их оценки, недостаточно разработана классификация биологических активов для целей бухгалтерского учета и экономического анализа. Недостаточно разработанной остается информационная база для определения справедливой стоимости биологических активов при отсутствии активных рынков, отражения и раскрытия информации о биологических активах и сельскохозяйственной продукции в бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций. Эти обстоятельства обусловили значимость научной задачи разработки методических подходов к бухгалтерскому учету биологических активов и сельскохозяйственной продукции.

До сих пор ученые-экономисты не пришли к единому мнению относительно толкования сущности биологических активов как отдельного объекта бухгалтерского учета. Приводимые в отечественной и зарубежной литературе, нормативно-правовых актах определения категории «биологические активы» не полностью раскрывают их экономическую и учетную сущность, не рассматривают их отдельно от основных средств и запасов [1, 2]. Эти неточности порождают спорные вопросы относительно учета отдельных видов сельскохозяйственных растений и животных (пчел, грибов и др.)

По нашему мнению, здесь необходимо внести дополнение в определение биологических активов и вместо слов «животные или растения» использовать слова «животные, растения или грибы». Это также позволит унифицировать применяемые понятия с другими законодательными актами РФ. Например, постановление Правительства РФ от 19.02.1996 № 158 (в ред. от 30.07.2004) «О Красной книге Российской Федерации» устанавливает, что Красная книга ведется на основе сведений о распространении «диких животных и дикорастущих растений и грибов». То есть, законодательство напрямую отделяет грибы от иных биологических сообществ, что нормативно-правовые акты о бухгалтерском учете полностью игнорируют.

Таким образом, предлагается следующее понятие биологических активов:

Биологические активы – это животные (взрослый продуктивный и племенной скот, животные на выращивании и откорме, птица, кролики, звери, пчелы и т.п.), растения (однолетние и многолетние культуры многолетние насаждения, деревья в лесоводстве и т.д.), а также грибы (съедобные либо несъедобные, предполагаемые к дальнейшей переработке), созданные в результате прошлых фактов хозяйственной жизни, которые в процессе биологических преобразований (биологического роста, размножения) и, подверженные количественным и качественным изменениям, могут давать сельскохозяйственную продукцию (прирост живой массы, молоко, шерсть, навоз, яйца, плоды, ягоды и т. п.) и/или дополнительные биологические активы (телята, поросята, ягнята, саженцы, черенки и т. д.), а также каким-либо иным способом приносить экономическую выгоду организации.

Преимущество предложенного выше определения состоит в том, что в нем полностью охвачены все возможные типы биологических объектов, используемых в сельскохозяйственной деятельности, сформулированы требования к активу, который относится к биологическому – создание в результате прошлых биологических процессов (изменений, трансформаций); пригодность к дальнейшей биотрансформации (управляемой и измеряемой).

Данное определение также станет первым шагом на пути обособления биологических активов в отдельную «учетно-экономическую» категорию, поскольку, наконец-то четко будет определён их состав.

Биологические активы, как средства производства, представляют собой выражение общественных отношений по производству и потреблению продукции сельского хозяйства, т.е. по сути представляют собой всеобщие явления, повторяющиеся в соответствии с производственным циклом в сельском хозяйстве. На них сосредотачивается деятельность человека на всех этапах развития общественных отношений. Таким образом, этот термин представляет собой отдельную экономическую категорию, соответствующую всем экономическим формациям и критериям, предъявляемым экономической наукой к терминологической базе. При этом, на наш взгляд, использование экономической категории «биологические активы» к растениям, животным и грибам как к отдельным объектам учета вполне обоснованно, поскольку это объединяет их природные свойства развития и самообновления.

В результате проведенного исследования установлено, что выделение части активов сельского хозяйства в отдельную учетно-экономическую категорию обусловлено рядом объективных и субъективных факторов, которые условно можно объединить в две подгруппы: естественные и экономические (рисунок 1).



Рисунок 1 – Факторы выделения сельскохозяйственных растений и животных в отдельный объект учета

Важное место среди факторов, приведенных на рисунке 1 занимают естественные факторы. Они определяют физические и биологические особенности биологических активов, которые не присущи производственным активам других видов экономической деятельности, а также другим основным средствам и запасам сельскохозяйственных предприятий.

Другим, не менее важным фактором, способствовавшим выделению биологических активов в отдельную учетно-аналитическую категорию и объект учета, является гармонизация национальной системы бухгалтерского учета в соответствии с требованиями международных стандартов бухгалтерского учета и утверждение МСФО 41 «Сельское хозяйство».

По нашему мнению, рассмотрение биологических активов, как и любой экономической категории, без присущих им функций было бы неполным.

На наш взгляд, биологическим активам присущи следующие функции, представленные на рисунке 2.

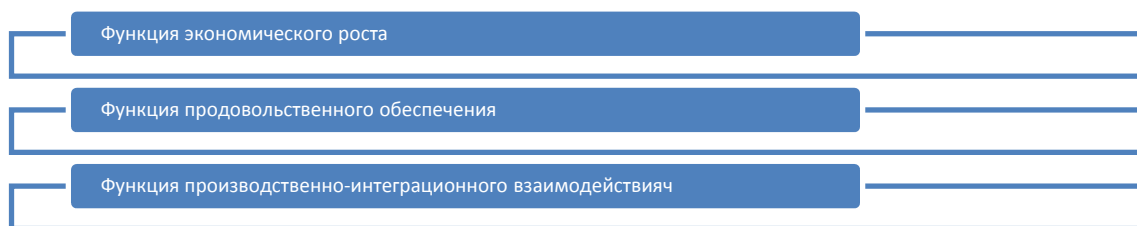


Рисунок 2 – Функции биологических активов

Функция экономического роста.

Следует отметить, что в целом рост объемов биологических активов указывает на огромный потенциал страны в сельскохозяйственном секторе и в экономике, поскольку биологические активы играют большую роль в решении глобальных вопросов материального достатка, повышения уровня жизни, что является основой экономического роста.

Главным условием успешного социально-экономического развития страны является соответствующее ее продовольственное обеспечение. Поэтому, считаем целесообразным выделить следующую функцию биологических активов:

Функция продовольственного обеспечения.

Как важная составная часть государственной политики, продовольственное обеспечение затрагивает разносторонние аспекты жизнедеятельности отдельного человека, села, города, региона и государства в целом. Продовольственная безопасность достигается путем обеспечения физической и экономической доступности продовольствия. Таким образом, продовольственная безопасность предусматривает: физическую доступность, экономическую доступность продовольствия и безопасность питания. Физическая доступность означает возможность получения продовольственных товаров, которые есть в наличии на территории страны в необходимом объеме и ассортименте, и их поступления к потребителю осуществляется бесперебойно.

Функция производственно-интеграционного взаимодействия.

Развитие агропромышленной интеграции представляет собой объективный экономический процесс, связанный с одной стороны, с общественным разделением труда и его специализацией, с другой – необходимостью взаимодействия между специализированными отраслями и видами аграрного и промышленного производства. Сельскохозяйственные организации вступают в это объединительное движение, стремясь снизить риск, связанный с производством, его зависимостью от климатических условий, стихийностью рынка сельскохозяйственной продукции, диктатом перерабатывающих организаций, необходимостью повышения конкурентоспособности производства. Перерабатывающие и обслуживающие организации также стремятся обеспечить себе стабильные доходы благодаря наличию надежной сырьевой базы, лучшему использованию сырья, повышению качества своей продукции, ее удешевлению и завоеванию рынков сбыта. И во всех этих процессах биологическим активам отведена ключевая роль.

Выделение биологических активов в отдельную учетно-экономическую категорию и внедрения новых основ их бухгалтерского учета повлекли необходимость совершенствования всех элементов учетного процесса. Особое внимание при этом следует уделить классификации, которая является основой для открытия счетов синтетического и аналитического учета, выделение объектов учета затрат и калькуляции себестоимости. С целью обеспечения единой основы признания и отражения биологических активов в бухгалтерской отчетности нами были разработаны и обоснованы следующие классификационные признаки: (рисунок 3).

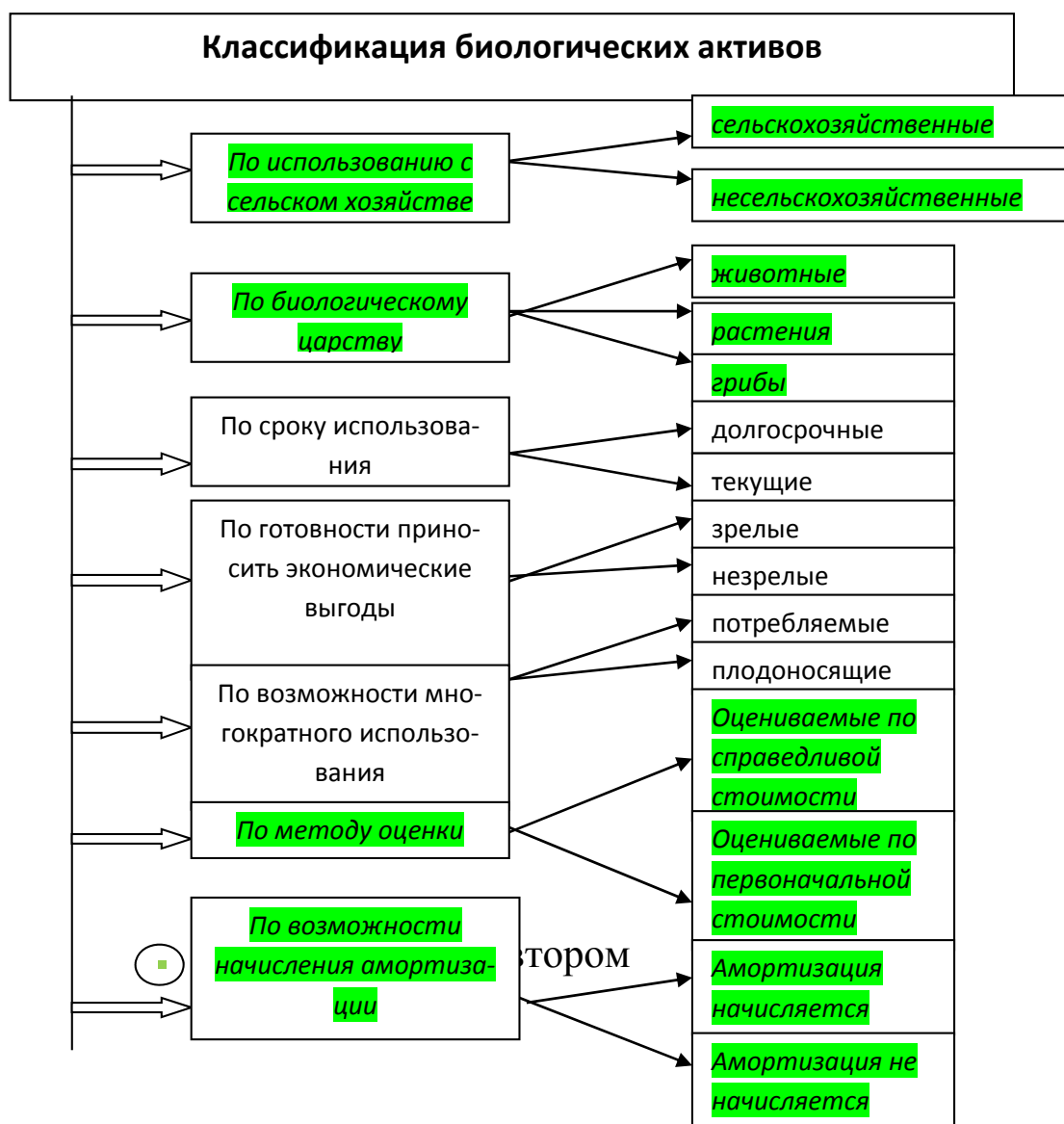


Рисунок 3 – Предлагаемая единая классификация биологических активов

Поскольку существующие классификации как в МСФО 41, так и в российской учетной практике, не позволяют в должной мере детализировать информацию при учете различных видов биологических активов, в работе обоснованы и предлагаются дополнительные классификационные признаки: *по использованию в сельском хозяйстве; по биологическому царству; по методу оценки; по возможности начисления амортизации.*

Приведенная нами классификация биологических активов дает возможность рассмотреть и выделить их свойства. Данная классификация способствует принятию соответствующих решений, поскольку дает возможность определить, что признавать биологическими активами и какие экономические выгоды можно получить от каждого из них.

Дополненная нами классификация позволяет полнее отражать особенности биологических активов в бухгалтерском учете, расширяя его аналитические и синтетические возможности.

Днедрение МСФО 41 «Сельское хозяйство» предопределяет формирование принципиально новых методологических основ учета сельскохозяйственной деятельности, основанных на рыночной стоимости активов, поскольку пунктами 12–13 Стандарта определено, что при первоначальной и последующей оценке биологические активы должны учитываться по справедливой стоимости за вычетом расходов на продажу. Важными проблемами, которые затрудняют практическое внедрение оценки биологических активов по справедливой стоимости является отсутствие практики осуществления повседневной оценки активов по справедливой стоимости не только в сельском хозяйстве, но и в учете других видов экономической деятельности, несовершенство внешнего информационного обеспечения учетно-аналитических служб, сложность методических подходов к определению справедливой стоимости биологических активов, их практическая неадаптированность.

Предлагаемая авторская методика призвана решить этот вопрос. Ее принципиальное отличие – использование Федеральных и Международных стандартов оценки при определении справедливой стоимости биологических активов.

Процесс оценки начинается с общего осмотра объекта оценки, его состояния и выделения особенностей оцениваемой собственности. С целью проведения оценки биологических активов и сельскохозяйственной продукции рекомендуется создание на предприятиях постоянно действующих Комиссий по определению справедливой стоимости биологических активов и сельскохозяйственной продукции. Такие постоянно действующие Комиссии будут преследовать следующие цели:

- 1) организация работы по централизованному сбору, обобщению и хранению информации о справедливой стоимости биологических активов на дату баланса, а также сельскохозяйственной продукции и дополнительных биологических активов на момент их первоначального признания;

- 2) принятие решений об использовании такой оценки на основании применения определенных методов.

Далее анализируются возможные варианты использования объекта с целью нахождения оптимального.

Следующий этап оценки – определение рыночной стоимости – осуществляется с учетом всех факторов, существенно влияющих как на данный сегмент рынка в целом, так и непосредственно на ценность рассматриваемой собственности. При определении стоимости подобных объектов общепринятыми являются три основных подхода:

- затратный подход;
- сравнительный подход;
- доходный подход.

Каждый из перечисленных подходов приводит к получению определенных ценовых характеристик объекта. Дальнейший сравнительный анализ позволяет взвесить достоинства недостатки каждого из используемых подходов и установить окончательную оценку объекта собственности на основании данных того подхода, или подходов, которые расценены как наиболее надежные.

Для отражения операций с биологическими активами на счетах бухгалтерского учета, по мнению автора целесообразным является использование существующего Плана счетов бухгалтерского учета в качестве основы для построения единой системы счетов по стандартам РСБУ и МСФО. Автор предлагает для этого внесение следующих корректировок и пояснений в План счетов бухгалтерского учета (табл. 2). Здесь учтены следующие аспекты учета биологических активов:

- аналитические счета необходимо вести по учитываемым типам биологических активов;
- разница от переоценки справедливой стоимости биологических активов отражается в разделе «Финансовые результаты»;
- краткосрочные биологические активы эксплуатируются менее 12 месяцев и поэтому могут быть включены в раздел производственных запасов;
- счет «животные на выращивании и откорме» заменен счетом «текущие биологические активы», что позволяет учитывать на нем все типы активов (растения, животные, грибы);
- в счетах раздела «основные средства» идет разделение на сельскохозяйственные и несельскохозяйственные долгосрочные биологические активы;
- сельскохозяйственные долгосрочные эксплуатационные активы делятся на уровне субсчетов на производящие и потребляемые; это дает возможность проводить более точный экономический анализ предприятия и анализ экономических выгод будущих периодов.

Это позволит не вносить изменения в план счетов всем предприятиям, а лишь тем, которые имеют на своем балансе биологические активы и производят действия с ними.

Введение в раздел «Финансовые результаты» счета «результаты переоценки биологических активов» позволяет реструктурировать баланс предприятия, уменьшив его внеоборотные активы и увеличив ликвидную часть баланса. Это в значительной степени помогает более объективно оценить финансовое состояние предприятия и улучшить его структурные показатели.

Таблица 3 – План счетов

Наименование счета	Номер счета	Номер и наименование субсчета
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Раздел I. Внеоборотные активы		
Несельскохозяйственные долгосрочные биологические активы	01/1	1. Животные 2. Растения 3. Грибницы
Сельскохозяйственные зрелые долгосрочные биологические активы	01/2	1. Плодоносящие по видам биологических активов 2. Потребляемые по видам биологических активов
Амортизация долгосрочных биологических активов, оцениваемых по себестоимости	06	
Незрелые долгосрочные биологические активы	08	1. Животные 2. Растения 3. Грибницы

Раздел II. Производственные запасы		
Текущие биологические активы	11	Сельскохозяйственные и не-сельскохозяйственные (как зрелые, так и незрелые) биологические активы по видам биологических активов.
Раздел IV. Готовая продукция и товары		
Готовая продукция	43	По видам сельскохозяйственной продукции
Раздел V. Капитал		
Резервный фонд биологических активов	85	По видам биологических активов
Раздел VIII. Финансовые результаты		
Результаты переоценки биологических активов от изменения справедливой стоимости	93	По видам биологических активов

Сведения, представленные в отчетности сельскохозяйственных организаций, создают комплексную и взаимоувязанную картину о деятельности организаций сельского хозяйства, ее масштабах, направлениях, об активах, капитале и обязательствах предприятия. Все эти данные образуют обширную базу для проведения экономического, в том числе финансового, анализа, охватывающего всю деятельность исследуемой организации и ее источники.

Для формирования полной и достоверной информации автор рекомендует представлять форму пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках в виде отчета об изменениях биологических активов (таблица 4).

По мнению автора, в связи с переходом на МФСО на территории Российской Федерации и учитывая предложенные выше изменения в систему учета биологических активов и само понятие «биологические активы», в специализированные формы отчетности необходимо внести следующие изменения.

Показатель	На 31.12.2014	На 31.12.2013	На 31.12.2012
Текущие биологические активы растениеводства			
Зерновые культуры	880	786	693
Озимые зерновые культуры	74	62	57
Озимая пшеница	74	62	57
Яровые ранние культуры	806	724	636
Яровая пшеница	268	273	241
Рожь (ярица)	538	451	395
Итого	880	786	693
Текущие биологические активы животноводства			
Птица	485	248	163
Итого	485	248	163
Долгосрочные биологические активы животноводства			
Продуктивный скот	3632	2015	1605
Коровы всех направлений	2602	1669	1299
Коровы молочного направления	2602	1669	1299
Козы	1030	346	306
Непродуктивный скот	1000	800	635
Свиньи	1000	800	635
Итого	4632	2815	2240

Трифонов А.В. Главный бухгалтер _____
 Руководитель _____ (подпись) (расшифровка подписи)

Соколова Н.А. _____
 (подпись) (расшифровка подписи)
 01 февраля 15
 «--» ----- 20-- г.

Также данный аспект может быть очень важным и весомым при заключении долгосрочных контрактов на поставку продукции. В связи с сезонным и многолетним изменением цены, инфляционными процессами, изменениями в котировках курсов валют, отклонение справедливой стоимости от оговоренной в контракте цене может иметь достаточно весомую величину и требует отражения в бухгалтерском учете.

В-третьих, ввиду значительного сходства форм отчетности

7-АПК и 16-АПК их необходимо объединить для получения единой формы, отражающей движение биологических активов и их учет на предприятии. Учитывая, что специализированные формы отчетности в значительной степени претерпевают изменения своего статуса и логически в ходе дальнейшей адаптации российской системы учета к МСФО перейдут в разряд внутренних форм отчетности, наличие единой формы будет более удобно и для контроля руководителем предприятия, и более понятна для потенциальных либо действующих инвесторов.

Четвертый аспект, который требует регулирования, по мнению автора, это редактирование формы 16-АПК «Баланс продукции». Здесь необходимо ввести таблицу двоичной формы, когда по каждому коду будет сначала указываться количество продукции по соответствующим графам, а затем сумма продукции по этим же графам.

Еще одно необходимо изменение – введение дополнительной формы отчетности по производству грибов в ходе принятия нового определения термина «биологические активы». К форме 9-АПК «Производство и себестоимость продукции растениеводства» и форме 13-АПК «Производство и себестоимость продукции животноводства» необходимо добавить отдельную форму (предположительно №10-АПК) «Производство и себестоимость продукции выращивания грибов».

Внедрение указанных изменений позволит в полной мере адаптировать отчетность российских предприятий к стандартам МСФО, сделать их более понятными и логически верными.

Литература:

1. Бухгалтерский учет биологических активов и сельскохозяйственной продукции в условиях перехода на международные стандарты финансовой отчетности: монография / Л.И. Хоружий, А.Е. Выручаева; М-во сел. хоз-ва Российской Федерации, Российский гос. аграрный ун-т. МСХА им. К.А. Тимирязева. Москва: Изд-во РГАУ-МСХА, 2012.

2. Проект положения по бухгалтерскому учету «Учет биологических активов и сельскохозяйственной продукции» ПБУ .../06 //

Электронный ресурс

<http://www.mcx.ru/documents/document/show/2638.77.htm>

Дата публикации: 11.07.2007.

АНАЛИТИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

*Рогалева А.В., Погосян Э.О., студенты
Кредитно-экономического факультета
Финансового университета
Научный руководитель
к.э.н., доц. Ч.В. Керимова*

Аннотация: в настоящее время успешная рекламная кампания позволяет коммерческой организации продвинуть свой товар на целевой рынок и повлиять на выбор потенциального покупателя. В статье рассматриваются теоретические и практические вопросы анализа и оценки эффективности рекламы. Оценка эффективности рекламы учитывает полный спектр условий и факторов, которые способствуют или препятствуют решению маркетинговых задач.

Ключевые слова: реклама, анализ, оценка, эффективность, результативность.

Absrtact: Nowadays a successful advertising campaign allows commercial organization to promote their product to the target market and influences the choice of a potential buyer. The article discusses the theoretical and practical issues of analyzing and evaluating the effectiveness of advertising. Evaluating the effectiveness of advertising takes into account the full range of conditions and factors that contribute to or hinder solving marketing problems.

Keywords: advertising, analysis, evaluation, advertising, efficiency.

Реклама – вид коммуникационной деятельности, имеющий экономическую основу и сопровождающий человечество на протяжении всей истории его развития.

Реклама зародилась еще в древности одновременно с возникновением торговли. В то время реклама была представлена в виде объявлений в устной или письменной форме, когда продавцы расхваливали продаваемый товар или услугу. Устная форма проявлялась в виде зазывов. Письменная форма представляла собой надписи на папирусной бумаге, воощеных дощечках, придорожных камнях и зданиях. С открытие эры массовых коммуникаций реклама получила особенно широкое распространение.

Реклама постоянно развивается и в настоящее время от нее отделились такие направления как прямой маркетинг, связи с обществен-

ностью, продвижение товаров и услуг, выставочная деятельность, реклама в местах продаж, брендинг и другие. В конце прошлого века вся совокупность коммуникационных направлений, которая связана с информированием и воздействием на потребителя, стала называться системой маркетинговых коммуникаций.

Каждый экономический субъект, осуществляющий рекламную деятельность, стремится получить максимальную отдачу от своих вложений. В этой связи возникает потребность в формировании действенных методов оценки эффективности рекламы, которые позволят заинтересованным пользователям получать своевременную, достоверную, достаточную и качественную информацию о целесообразности проведения тех или иных рекламных мероприятий.

Таким образом, целью исследования явилось изучение методологических основ оценки эффективности рекламной деятельности коммерческой организации.

Для выполнения заданной цели были поставлены следующие задачи:

- исследовать теоретические аспекты анализа рекламной деятельности в коммерческих организациях;
- изучить существующие методики анализа эффективности рекламной политики;
- разработать мероприятия, направленные на повышение эффективности рекламы.

Объектом исследования являются коммерческие организации, осуществляющие коммерческую деятельность.

Предметом выступают теоретические и практические вопросы анализа и оценки эффективности рекламы.

Информационной базой исследования послужили:

- законодательные и нормативные акты Российской Федерации в области регулирования рекламной деятельности коммерческой организации;
- разработки отечественных и зарубежных ученых в области экономического анализа;
- статьи в периодических изданиях и сети Интернет.

Практическая значимость заключается в том, что результаты исследований могут использоваться во всех организациях, использующих рекламу для распространения своей продукции.

В Российской Федерации рекламная деятельность регулируется

нормативно-правовыми актами органов законодательной власти федерального уровня. Федеральный закон Российской Федерации от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» является основной для рекламной деятельности в России. Согласно Федеральному закону «Реклама – информация, которая распространяется любым способом и в любой форме с использованием любых средств, которая адресована неопределенному кругу лиц, и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, а также продвижение товара на рынке».

Федеральный закон «О рекламе» регулирует отношения, которые возникают в процессе производства, размещения и распространения рекламы на рынках, которые продают товары, и предоставляют услуги, помогает ориентироваться в правовом пространстве рекламирования и отличать рекламу от иной информации [1].

На свете существует множество определений рекламы, но каждое имеет ряд основополагающих элементов, определяющих основное содержание рекламы, и позволяет различать рекламное сообщение и рекламную деятельность от других видов деятельности и сообщений. К признакам относятся:

- платность создания и передачи сообщения. Реклама – оплаченная форма коммуникаций, потому что рекламное сообщение создается и предоставляется аудитории на возмездных основаниях, т.е. рекламодатель оплачивает ее с момента разработки до ее размещения на канале рекламной коммуникации. Но в некоторых случаях реклама может размещаться бесплатно. Данная возможность предоставляется в связи с требованием законодательства или благотворительной деятельностью самого канала;
- указан источник финансирования рекламы. Источником рекламной коммуникации выступает человек, который оплачивает ее. Целью оплаты рекламы у рекламодателя является убеждение людей в преимуществе своего предложения;
- рекламное сообщение неперсонифицировано. Рекламная коммуникация – разновидность массовой коммуникации, т.е. безличный обмен информацией. Рекламная информация направлена группе лиц, а не конкретному физическому или юридическому лицу. Данная группа называется целевая аудитория рекламы. Аудитории бывают двух видов: глобальные, которые охватывают население всей страны или региона, и локальные, охватывающие население отдельных городов, регионов или районов;

- презентация рекламируемого предложения не имеет личного характера. Рекламная информация поступает от рекламодателя аудитории рекламы не лично, а через посредников, в частности каналов массовой информации;
- рекламная информация носит убеждающий характер. Рекламное сообщение предназначено для привлечения внимания к объекту рекламирования и содержит элемент убеждения в преимуществах данного предложения в сравнении с аналогом. Рекламой в обычном смысле не выступает реклама, которая не принимает определенные действия, чтобы убедить аудиторию рекламы выбрать тот товар или услугу, которую они представляют.

Реклама включает в себя все выше перечисленные признаки, которые отличают ее от иных видов деятельности.

Реклама преследует две основные цели: первая – создать спрос на товар у потенциальных потребителей, вторая – привлечь оптовых покупателей, которые смогут распродать товар в розницу.

Реклама – средство, которое помогает реализовать продукцию независимо от ее критериев.

Население часто сталкивается с некачественной рекламой, которая вызывает раздражение. Рекламное дело – искусство.

В мире существует множество видов рекламы, к самым важным и объемным по затрачиваемым средствам отраслям рекламы относят:

- реклама по телевидению. Данный вид является самым дорогим и эффективным видом рекламы. Из-за высокой стоимости только 0,1% всех коммерческих организаций могут позволить себе это. Цена зависит от канала, на котором размещена, а также от времени. Стоимость может достигнуть до 100 000 рублей за секунду эфирного времени. Эффективность рекламы прямо пропорциональна количеству телезрителей, которые ее смотрят, и обратно пропорциональна стоимости рекламы (1):

$$E = \frac{\text{Охват аудитории(чел.)}}{\text{Себестоимость рекламы}}, \quad (1)$$

где E – коэффициент пропорциональности.

Характерной чертой телевизионной рекламы является высокая информационная насыщенность роликов, т.к. во время ролика должно быть как можно больше информации. Со стороны эффективности рекламы выгодным является запуск различных рекламных роликов при рекламировании одного и того же товара, но их должно объединять одно и то же звено, для узнаваемости. Таким образом, телевизионная

реклама является эффективным средством. Все передачи, которые показывают по телевидению, направлены на рекламу.

- реклама в периодической прессе. Данный рынок занимает второе место по величине объема продаж, уступая телевизионной рекламе. Реклама в периодической прессе подразделяется на 3 вида:

- * реклама в газете, преимущественно информационной. Покупая газету, потребитель платит за информацию, которая содержится в ней, а также рекламу, выступающую дополнением к информации.

- * реклама в газете, которая предназначена для рекламы. Данный вид газеты предназначен для потребителей, которым необходимы определенные услуги, представленные через рекламу.

- * реклама в бесплатной газете. Потребителями такой газеты являются люди, которые часто ездят в метро. Данный вид рекламы является оптимальным вариантом, как для покупателей, так и для рекламодателей.

Рекламировать товары или услуги через газету выгодно даже мелким компаниям. Стоимость данного вида рекламы сравнительно невысокая от 7 000 до 20 000 рублей. Реклама, которая скрывается в информационной статье, является очень выгодным для рекламодателей. При помещении рекламы на листах вместе с интересными статьями или в программах телевидения очень прибыльно.

- реклама в метро. Данный рынок рекламы небольшой и специфический. Данный вид является очень эффективным, потому что пассажиры метро, добираясь на работу или учебу, читают рекламу. Стоимость рекламы зависит от следующих факторов: объема, периода и формата;
- реклама по радио. Данный вид рекламы сравнительно дешевый. Но, к сожалению, эффективность такой рекламы очень низкая, потому что радио слушают намного меньше населения. Исключением являются музыкальные программы, которые слушают в дороге, на работе, в спортзале. Реклама по радио имеет большую эффективность за пределами Москвы и мегаполисов. Реклама по радио – эффективна в сочетании с другими рекламными мероприятиями;
- реклама в Интернете. В настоящее время набирает обороты реклама в Интернете. Рекламный рынок с каждым годом растет на 5–10% независимо от кризиса и других негативных влияний на

экономику. Популярность рекламы во Всемирной паутине объясняется по двум причинам: во-первых, Интернет проник во все области жизни человека, во-вторых, Сеть позволяет управлять интересами целевой аудитории и отслеживать показатели эффективности проводимой рекламной активности. В Интернете реклама может быть представлена в одной из форм: баннеры, контекстная реклама, форумы и блоги, социальные сети, личные сайты и т.д. Стоимость рекламы в Сетях намного дешевле, чем размещение в традиционных СМИ.

Анализ и оценка эффективности рекламной кампании является необходимостью каждой организации, предлагающей свои услуги на современном рынке. Наличие объективных данных позволит получить необходимую информацию о рациональности рекламной кампании, а также результативности ее отдельных средств, найти условия оптимального воздействия рекламы на потенциальную клиентскую базу. С абсолютной точностью определить эффективность отдельных средств рекламы в большинстве случаев является невозможным, так как это является неотъемлемой частью маркетинговой оценки эффективности затрат на рекламу, а также необходимостью реализации особенного метода в каждом конкретном случае.

Рост затрат на рекламу создает необходимость анализа эффективности их использования. Требуется провести полную комплексную оценку эффективности, взяв за основу систему сбалансированных показателей. Вследствие этого существуют основные методы оценки коммуникационной и экономической эффективности рекламы.

Реклама является главным инструментом коммуникационной политики, значительной ролью которой выступает образование акционерной стоимости организации. Оценка эффективности рекламной компании позволяет ответить на следующие вопросы: правильно ли выбраны целевые рынки, сегменты рынка, правильно ли выбрано направление политики продвижения рекламы, и в конечном итоге, оказала ли рекламная компания какое-либо влияние на объем продаж.

Комплексная оценка эффективности рекламы сочетает в себе два элемента: коммуникационная и экономическая эффективность. Модель комплексной оценки можно представить в виде схемы (рисунок 1).

Коммуникационная эффективность рекламной компании заключается в определении эффективности какого-либо рекламного сообщения, которое направлено на целевую аудиторию и несет необходи-

мую информацию, на основе которой у аудитории складывается конкретное мнение о товаре или предоставляемой услуге организации.

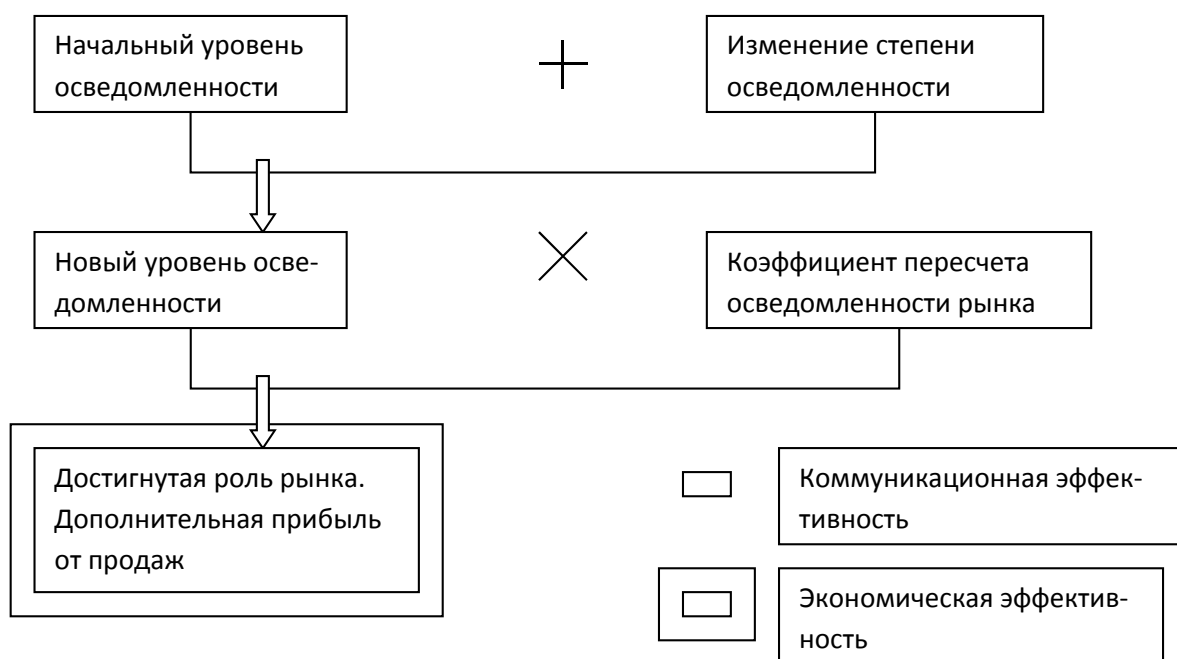


Рисунок 1 – Комплексная оценка эффективности рекламы

Оценка коммуникационной эффективности зарождается на этапе создания рекламы. На сегодняшний день действует множество способов оценки рекламной компании до ее «выхода в свет»: тесты на запоминание, убедительность, фокус-группы, кадровые, внутрирыночные тесты и другие. К примеру, тесты на запоминание заключаются в предположении, что определенная доля информации остается в памяти человека. Существует метод измерения запоминаемости рекламы (М. Пикулевой), который основан на трех базовых показателях: «*спонтанное воспоминание*» – реклама вспоминается при упоминании категории товара (например, категория – «мобильное устройство», товар – «iPhone»); «*воспоминание при предъявлении товара*» – реклама вспоминается после произнесения названия определенного товара или его демонстрации; «*воспоминания после пересказа рекламы*». Сумма этих трех показателей составляет долю целевой аудитории, которая вспомнила рекламное сообщение [6].

После того, как рекламная компания реализовалась, количественно оценить коммуникационную эффективность товара или услуги и его конкурентов можно с помощью параметра «Затраты в терминах TRP, необходимые для прироста знания марки на 1 %». Показа-

тель TRP – сумма рейтингов всех рекламных размещений, определяется с помощью количества необходимых рекламных контактов с целевой аудиторией, с учетом особенностей рекламного носителя, безусловно.

Расчет коммуникационной эффективности осуществляется в два этапа:

- 1) определяется количественная оценка расчетного параметра;
- 2) рассчитывается эффективность рекламы по формуле (2):

$$\mathcal{E}_{\text{ком}} = 1 - \frac{TRP_m \cdot n}{BA_m \cdot \sum_{i=1}^n \frac{TRP_i}{BA_i}}, \quad (2)$$

где $\mathcal{E}_{\text{ком}}$ – относительная коммуникационная эффективность;
 n – количество конкурентов;

TRP_m, TRP_i – количество рейтингов, набранное в результате рекламной кампании собственной продукции и продукции конкурентов;

BA_m, BA_i – знание марки по рекламной компании собственной продукции и продукции конкурентов.

Дать оценку экономической эффективности рекламной кампании гораздо сложнее. Существует ряд методов определения экономической эффективности рекламной кампании:

- метод, основой которого является сравнение продаж до и после реализации рекламы. Данный метод сопоставляет среднегодовой объем продаж до и после осуществления вложений в рекламный проект. Единственная трудность данного метода состоит в том, что изменение уровня продаж не всегда является следствием вложений в рекламную кампанию. Объем продаж может меняться как в лучшую, так и в худшую сторону под действием различных факторов, ими могут выступать качество товара или услуги, упаковка, уровень конкуренции, качество работы продавцов, развитие сегмента рынка, где реализуется товар и прочее;

- метод оценки, предполагающий использование показателя дополнительной валовой прибыли.

Увеличение объема инвестиций в рекламную кампанию обычно приводит к росту ее эффективности. После того, как покупательская осведомленность начинает оказывать влияние на объем продаж, а также прибыль, средства, потраченные на реализацию рекламы, постепенно начинают оправдывать себя. Успех рекламной кампании можно объяснить тем фактом, что объем прибыли и продаж превышает затраты на рекламу.

Организация в лице рекламодателя должна уметь точно определять временные рамки подъема расходов, что позволит выявить и пики эффективности рекламной кампании. Ко всему прочему, рекламодатель обязан вовремя принять меры для обновления рекламной кампании.

Для анализа эффективности рекламной кампании принято использовать следующие методы:

1) Метод, предполагающий сравнение сопоставимых товаров или услуг, но в одном случае была проведена рекламная кампания, а в другом – нет. Данный метод в какой-то степени позволяет отличить эффект рекламы, оказывающий влияние на целевую аудиторию от других факторов, допустим, уровня конкуренции или упаковки.

2) Метод, в котором оценивается срок окупаемости рекламных инвестиций. То есть, рассчитывается срок, в течение которого сумма поступлений превысит сумму расходов на конкретную рекламную кампанию.

3) Метод, определяющий оценку окупаемости расходов организации на рекламу. Данный метод предполагает расчет коэффициента окупаемости рекламных расходов (3):

$$K_{\text{окуп.расх.}} = \frac{AE}{r}, \quad (3)$$

где AE – количественное выражение «рекламного эффекта»,
 r – сумма расходов на рекламу.

Существует трудность в количественном определении «рекламного эффекта». Ведь на изменение объема продаж влияет огромное количество факторов, кроме хорошей и эффективной рекламы. Поэтому, в качестве измерителя данного показателя следует использовать величину рекламной прибыли коммерческой организации (4):

$$ROI_{adv} = \frac{\sum \text{Прибыль рекл.}}{\text{Рекл.затраты}}, \quad (4)$$

где: $\sum \text{Прибыль}_{\text{рекл.}}$ – величина прибыли по рекламной кампании;
Рекл. затраты – сумма рекламных инвестиций.

В качестве доходов по рекламной кампании принято рассматривать величину рекламной выручки, приобретенной вследствие реализации кампании, которая рассчитывается как приращение выручки за определенный период времени, на коэффициент коммуникационной эффективности, значение которого находится в пределах $[0;1]$.

Для того, чтобы определить степень привлечения внимания потенциальных покупателей к наружной рекламе, можно использовать следующий коэффициент (5):

$$K_{\text{ком.}} = \frac{K_o}{K_{\text{п}}} , \quad (5)$$

где: $K_{\text{ком.}}$ – коэффициент коммуникационной эффективности, который определяет степень привлечения внимания прохожих;

K_o – число людей, которые обратили внимание на наружную рекламу в течение определенного периода времени;

$K_{\text{п}}$ – общее число людей, которые проходили мимо наружной рекламы в тот же период времени.

Для определения оценки эффективности размещения рекламы в СМИ используют формулу (6):

$$K_{\text{ком.}} = \frac{K_{\text{к}}}{K_{\text{с}}} , \quad (6)$$

где: $K_{\text{ком.}}$ – коэффициент коммуникационной эффективности, определяющий степень действенности рекламы в средствах массовой информации;

$K_{\text{к}}$ – число людей, купивших рекламируемый товар;

$K_{\text{с}}$ – общее число людей, просматривающих журнал, смотрящих телевизор, слушающих радио во время трансляции рекламы.

Обобщая вышеизложенное, можно отметить, что применение методов анализа и оценки экономической эффективности и коммуникационной результативности рекламных мероприятий позволит обеспечить реалистичность и обоснованность исходной информации и правильную интерпретацию представленных данных, что в свою очередь, будет способствовать принятию оптимальных управленческих решений субъектами рекламного процесса.

Экономические субъекты используют рекламу в качестве основного средства маркетинговых коммуникаций при реализации своих долгосрочных задач и целей.

Реклама – процесс обезличенной передачи различными средствами информацию о товарах, идеях и услугах, которую предлагают рекламодатели. Реклама позволяет информировать потребителей о товаре, спрос на который в стране имеется, а также создать этот спрос на рынках, которые развиваются. Использование рекламы эффективно позволит решать тактические и стратегические задачи фирмы, которые связаны с глобальной миссией компании на рынке.

Для эффективного решения задач, связанных с рекламой, необходимо четкое представление о бизнесе и особенностях товара, определить сильные и слабые стороны компании, обладать информацией о рынке – знать, какие возможности он предлагает, и понимать, какие

проблемы деятельности на этом рынке. Необходимо правильно установить сроки рекламной кампании и подготовить информацию о продукте.

Анализ видов распространения рекламы показал, что телевидение заполнено информацией, а к тому же размещение на нем является одним из дорогих. Радио реклама приносит доход, который почти полностью покрывает расходы на информирование населения. Интернет является эффективным средством для рекламы не во всех сферах производства. Большие затраты идут на создание собственного сайта. Газета выступает наиболее эффективным средством. Ее коэффициент воздействия достаточно высок. Листовки – средство, которое начало использоваться в последнее время. Они имеют высокий коэффициент воздействия, но затраты на них намного больше, чем полученный доход.

Реклама играет важную роль в развитии компании. Анализ эффективности рекламы позволяет говорить об эффективной деятельности организации.

Основной задачей исследования эффективности рекламы является косвенное предсказание ее влияния на коммерческую деятельность фирмы.

Эффективность рекламы зависит от степени знакомства целевой аудитории с информацией о фирме и товарах, а также, что именно известно о них, какой образ сформировался как о фирме, так и товаре, и какое отношение к ним построено.

Основными направлениями изучения эффективности рекламы являются:

- исследование эффективности и популярности отдельных рекламных средств для разных целевых аудиторий. Изучая, степень популярности рекламы по радио, телевидению, Интернету и печатных средств массовой информации;
- изучение эффективности рекламной политики фирмы. Изучается степень осведомленности о фирме и товаре, который она производит, по результатам рекламной деятельности за определенный период времени;
- исследование эффективности рекламных компаний на основе проведения специальных экспериментов. Изучается степень знакомства потребителя с рекламируемым товаром и желанием его приобрести;
- исследование эффективности воздействия рекламы на аудиторию и степень ее влияния на поведение людей.

Данные исследования направлены на повышение эффективности рекламной деятельности, снижение рисков ее проведения, лучшее использование финансовых средств. Рекламные исследования позволяют проанализировать, кто воспринимает рекламное обращение, и насколько оно эффективно.

Исследование эффективности рекламы позволяет анализировать влияние рекламы по следующим показателям: охват целевой аудитории, известность рекламируемой марки, понимание рекламного сообщения, запоминаемость элементов рекламы, притягательная сила рекламного сообщения, отношение к рекламе, и другие.

Методика анализа эффективности рекламы позволяет рассчитать: стоимость охвата аудитории, количество потенциальных клиентов, вероятную прибыль от рекламной компании, индекс привлечения внимания к рекламе, индекс привлекательности и запоминаемости рекламного сообщения.

Исследовать эффективность рекламы можно с помощью опроса представителей рекламной аудитории. В частности – что потребитель знает о фирме, какие преимущества и выгода от покупки товара, откуда узнали о фирме, с каким образом ассоциируется, что они понимают под значением рекламного сообщения, какие достоинства и недостатки есть у рекламы.

Для повышения эффективности рекламной деятельности рекомендуем осуществлять следующие мероприятия:

- подготовить детально разработанный маркетингово-рекламный план осуществить его финансирование;
- ежемесячно выпускать пресс-релизы и проводить их адресную рассылку;
- разработать электронные версии продвижения услуг;
- увеличить расходы, связанные с полиграфической и сувенирной продукцией;
- использовать нетрадиционные формы рекламы.

На наш взгляд, предложенные меры будут способствовать повышению экономической эффективности и коммуникационной результативности рекламных мероприятий, что, в свою очередь, окажет воздействие на маркетинговую и коммерческую деятельность экономических субъектов и позволит им стать более жизнестойкими и конкурентоспособными в современной инновационной экономике.

Литература:

1. Федеральный закон №38-ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 (ред. от 03.02.2015).
2. *Егорова С.Е.* Анализ эффективности рекламных кампаний / С.Е. Егорова // Сибирская финансовая школа. 2010. №5.
3. *Керимова Ч.В.* Методы оценки экономической эффективности рекламы // Инновационное развитие экономики. 2013. № 1(13).
4. *Бариленко В.И., Бердников В.В., Ефимова О.В., Булыга Р.П.* Основы бизнес-анализа. Москва. 2014.
5. *Ефимова О.В.* Построение системы показателей для оценки и мониторинга устойчивого развития хозяйствующих субъектов// Инновационное развитие экономики. 2014. №4 (21).
6. *Пикулева М.В.* Аудитория рекламы: система характеристик и социологические методы измерения: (на материалах исслед. средств массовой информ.): автореф. дис. ... канд. филос. наук; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, социол. фак. М., 2013.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

*Морозова Д.А., студентка
магистерской программы,
группа НБУНК1-1м
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Н.А. Горохова*

Аннотация: значительная роль малого бизнеса заключается в том, что он насыщает рынок новыми товарами и услугами, обеспечивает достаточное количество новых рабочих мест, выпускает особые товары и услуги, удовлетворяет многочисленные нужды крупных предприятий, поэтому в связи с вышеизложенным, тема данной работы актуальна. Ее целью является изучение основ налогообложения малых предприятий, разработка мероприятий по его совершенствованию на примере ООО «Объединённые Энергосистемы» и оценка эффективности предлагаемых результатов.

Absrtact: Small business play an important part in economy, because it saturates the market with new products and services, provides a sufficient number of new jobs, produces particular goods and services, meets the diverse needs of large enterprises, therefore, the theme of this paper is relevant. Its aim is to study the basics of taxation of small enterprises, development of measures on its improvement on the example of LLC «United power systems» and evaluation of the effectiveness of the proposed results.

Ключевые слова: малый бизнес, малые предприятия, режим налогообложения, эффективность налогообложения, упрощенная система налогообложения (УСН), налоговая нагрузка.

Сегодня в рыночной экономике значение малого бизнеса очень велико. Без него рыночная экономика не имеет возможности ни функционировать, ни развиваться. Его развитие и становление – одна из основополагающих проблем экономики.

Малый бизнес в рыночной экономике выступает ведущим сектором, который определяет темпы экономического роста, качество и структуру ВВП, в каждой развитой стране на долю малого бизнеса приходится около 60–70 процентов валового национального продукта.

Среднее время существования малых предприятий около 6 лет. Но, с каждым разом, число новых экономических субъектов превышает количество закрывшихся. Все малые предприятия достаточно быстро реагируют на изменение внешних условий и изменяют вид конечной продукции, осваивая новую. Малые предприятия, в свое время, специализируются на выпуске конечной продукции, которая ориентирована, как правило, на местные рынки сбыта. К таким относятся скоропортящиеся продукты, ювелирные изделия, обувь, одежда и многое другое.

Согласно статистике по состоянию малых хозяйствующих единиц в условиях современной экономики на 1 января 2015, проведенной Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства, легко заметить тенденцию прироста в среднем на 6%, что говорит о положительной динамике рассматриваемых показателей (таблица 1).

Таблица 1 – Количество зарегистрированных малых предприятий по Федеральным округам РФ¹

Федеральные округа	Количество зарегистрированных малых предприятий на 1 января 2015 года в расчете на 100 тыс. чел. населения		
	Единиц	Прирост/сокращение за период 01.01.2014-01.01.2015	В % от среднего по РФ
РФ	166,4	4,8	100,0
Центральный ФО	185,9	1,1	111,7
Северо-Западный ФО	244,6	-18,1	147,0
Южный ФО	131,7	7,8	79,1
Северо-Кавказский ФО	58,7	-6,3	35,3
Приволжский ФО	162,2	3,8	97,5
Уральский ФО	170,7	33,8	102,6
Сибирский ФО	152,2	10,3	91,5
Дальневосточный ФО	171,6	18,4	103,1

¹Составлено автором по данным Национального института системных исследований проблем предпринимательства.

На 1 января 2015 г., по сравнению с 1 января 2014 г., количество малых предприятий, в расчете на 100 тыс. человек, населения выросло в 46 регионах.

Итоги деятельности малых предприятий на 1 января 2015 года в региональном разрезе можно рассматривать как умеренно позитивные. В 46 регионах увеличилось количество зарегистрированных малых предприятий; увеличение среднесписочной численности занятых на малых предприятиях отмечено в 44 регионах, объемов оборота малых предприятий – в 62 регионах; инвестиций в основной капитал на малых предприятиях – в 34 регионах.

К достоинствам малых предприятий можно отнести такие, как независимость, большую симпатию к ним населения, более низкие расходы на управление, возможность более быстрой окупаемости расходов.

С социальной точки зрения, значимость малого бизнеса носит разноплановый характер. В результате развития малого предпринимательства эта значимость проявляется по определенным направлениям, таким как: снижение уровня безработицы; более полное удовлетворение потребностей граждан в услугах и продукции; улучшение качества обслуживания потребителей; более высокая удовлетворенность людей; формирование обширного класса малых собственников, которые в большой степени заинтересованы в стабильности и порядке экономики и общества; снижение социальной напряженности и забастовок в обществе.

Развитие малого бизнеса в любой стране способствует становлению положительных экономических процессов, увеличению политической роли на международной арене, демократизации общества, что, в свое время, приносит этому государству не только экономические, но и политические дивиденды.

В настоящее время для субъектов малых предприятий и индивидуальных предпринимателей Российской Федерации действуют два вида режимов налогообложения:

- 1) общий, установленный для всех налоговых субъектов, в том числе, и для малого бизнеса, под которым понимаются федеральные, региональные, местные налоги и сборы, предусмотренные для налогоплательщиков НК РФ;

- 2) специальные режимы, которые распространяются, прежде всего, на малый бизнес.

Индивидуальные предприниматели и организации, не использующие специальный налоговый режим, подпадают под общий режим налогообложения, установленный НК РФ.

К специальным налоговым режимам относят: Единый налог на вмененный доход (ЕНВД) для отдельных видов деятельности, упрощенную систему налогообложения (УСН), соглашение о разделе продукции (СРП), единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН) и патентную систему налогообложения для ИП. В настоящее время в связи с действующей системой налогообложения, малые экономические субъекты могут выбрать любой специальный режим, исходя из вида деятельности, количества занятых в фирме и др.

Для оценки эффективности налогообложения на предприятиях малого бизнеса, была выбрана организация ООО «Объединение энергосистемы», которая использует в своей деятельности общий режим налогообложения и проанализирована структура уплаченных в 2013 и в 2014 году налогов данной организацией:

Таблица 2 – Структура и размер налогов, уплаченных ООО «Объединенные Энергосистемы» за 2013–2014 гг., млн¹

Налог	Период		Отклонение, млн руб.	Отклонение в %
	2013	2014		
1. НДС	0,144	0,252	0,108	15,00
2. НДФЛ (как налоговый агент)	0,971	1,222	0,252	35,00
3. Налог на прибыль организаций	0,683	0,755	0,072	10,00
4. Государственная пошлина	0,863	0,935	0,072	10,00
5. Налог на имущество организаций	0,363	0,370	0,007	1,00
6. Транспортный налог	0,363	0,367	0,004	0,50
7. Земельный налог	0,424	0,629	0,205	28,50
Всего, млн руб.	3,811	4,530	0,719	100,00

¹ Составлено автором на основе данных с <http://www.oes-company.ru/>

Как видно из таблицы 2, общая сумма налогов, которую предприятие ООО «Объединенные Энергосистемы» уплачивает за год за анализируемый период увеличилась на 0,719 млн руб.

Такое увеличение произошло, в первую очередь, за счет увеличения суммы каждого уплачиваемого предприятием налога. В частности, наибольшее увеличение общей суммы налогов произошло за счет увеличения налогов на выплаты физическим лицам – работникам предприятия: сумма НДФЛ увеличилась с 0,971 млн руб. до 1,222 млн руб. в 2014 г.

На увеличение суммы этих налогов повлияло увеличение количества работников предприятия с 45 человек в 2013 году до 50 человек в 2014 г. Наибольший удельный вес в общей сумме уплачиваемых предприятием ООО «Объединенные Энергосистемы» налогов составляет налог на прибыль организаций, государственная пошлина и НДФЛ. Причем доля таких налогов на протяжении анализируемого периода увеличивалась.

Это говорит о том, что в организации ведется нерациональная налоговая политика. Об этом также говорит и количество налоговых отчетов, которые организация ежемесячно и ежеквартально предоставляет в различные контролирующие органы, а также объем бухгалтерской и финансовой информации, необходимой для подачи большого количества финансовой и статистической отчетности. Соответственно, необходима оптимизация налогообложения.

При оптимизации налогообложения уменьшение налогов осуществляется исключительно в рамках правового поля, абсолютно легально и не имеет ничего общего с теневыми схемами.

К основным способам минимизации налоговых платежей при налоговом планировании относятся следующие:

- 1) Учетная политика для целей налогообложения.

Определение и грамотное применение элементов учетной политики являются неременным условием эффективного налогового планирования;

- 2) Использование льгот по уплате налогов.

Налоговое планирование связано с использованием налоговых льгот, предоставляемых Российским законодательством. Несмотря на снижение количества налоговых льгот в ходе налоговой реформы, их в Налоговом кодексе Российской Федерации достаточно много;

- 3) Использование специальных налоговых режимов для организаций.

Это, прежде всего, применение:

- упрощенной системы налогообложения;
- системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности;
- системы налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог);

4) Выбор формы договора и обоснованность налоговых льгот по каждой сделке.

Необходимо выбирать такую форму договора, которая позволяет минимизировать налоги, а также проверять обоснованность применения налоговых льгот в договоре;

5) Контроль за сроками уплаты налогов.

Нарушение установленных предельных сроков уплаты налогов влечет за собой начисление соответствующей суммы пени.

Среди перечисленных выше методов оптимизации в организации ООО «Объединенные Энергосистемы» наиболее актуальным и востребованным можно считать смену системы налогообложения. Поскольку организации относится к категории предприятий малого и среднего бизнеса (все критерии по доле в уставном капитале, объему выручки и численности работников) соблюдаются. Кроме того, организация является коммерческой организацией и имеет правовое положение – общество с ограниченной ответственностью.

На основе данных расчета налоговой нагрузки была составлена таблица сравнения налоговых режимов для ООО «Объединенные Энергосистемы» (таблица 3).

Таблица 3 – Сравнения систем налогообложения и налоговых нагрузок¹

Показатели		Общий режим налогообложения	УСН (объект налогообложения – «Доходы-Расходы»)
Чистая прибыль, тыс.руб.		9179,7	10001,7
Сумма налогов и страховых платежей (без НДС), тыс. руб.		4620	2 772
Общая сумма налогов и страховых платежей, тыс. руб.		5704	4712
Налоговая нагрузка, %	Методика Минфина	5%	3%
	Методика Крениной М.Н.	33%	27%
	Методика Кировой Е.А.	18%	15%
	Методика Литвина М.И.	23%	19%

¹ Составлено автором

Вследствие сравнения систем налогообложения и уровня налоговых нагрузок можно отметить следующее:

- общепринятой методикой определения уровня налоговой нагрузки является методика Минфина, по расчётам которой налоговая нагрузка при применении УСН снизилась с 5% на 2% и составила – 3%, но мы не будем её принимать за базовую, так как данная методика не учитывает при расчёте НДС. Следовательно, мы будем отталкиваться от методики Крениной М.Н., которая наиболее эффективно определяет уровень нагрузки с учётом всех уплачиваемых налогов ООО «Объединенные Энергосистемы». Таким образом, по данной методике налоговая нагрузка в результате применения УСН с объектом налогообложения «доходы-расходы» снизилась на 6% и составила 27%;

- показатель чистой прибыли увеличился на 822 тыс. руб. и составил 10001,7 тыс. руб.;

- общая сумма налогов уменьшилась и составила 4712 тыс. руб.

Каждая организация заинтересована в увеличении чистой прибыли и уменьшении суммы налогов, уплачиваемой в бюджет государства. Представим полученную чистую прибыль и суммы уплаченных налогов при применении разных режимов налогообложения на рисунке 1.

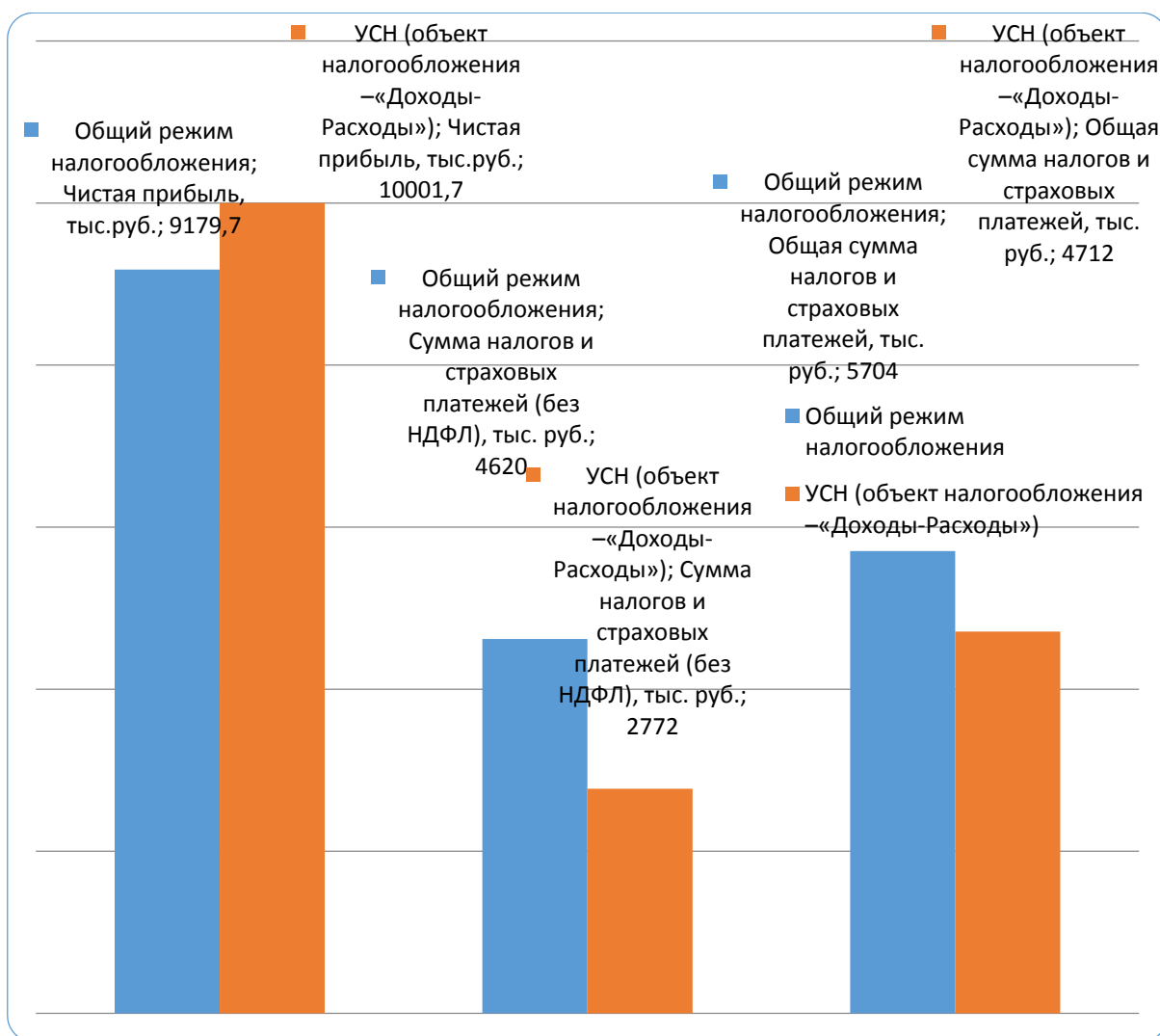


Рисунок 1 – Сравнение финансовых показателей ООО «Объединенные Энергосистемы» при применении разных систем налогообложения¹

Из рисунка 1 видно, что чистая прибыль организации будет больше при применении упрощенной системы налогообложения с объектом налогообложения «доходы». Наименьшая сумма налогов для уплаты в бюджет государства так же будет при применении упрощенной системы.

При использовании четырёх методик расчёта уровня налоговой нагрузки, наиболее правильной для ООО «Объединенные Энергосистемы» является методика Крениной М.Н. Из рисунка 2, очевидно, что налоговая нагрузка наименьшей будет при применении упрощенной системы налогообложения с объектом налогообложения «доходы-расходы» и составит 27% по методике Крениной М.Н.

¹ Составлен автором.

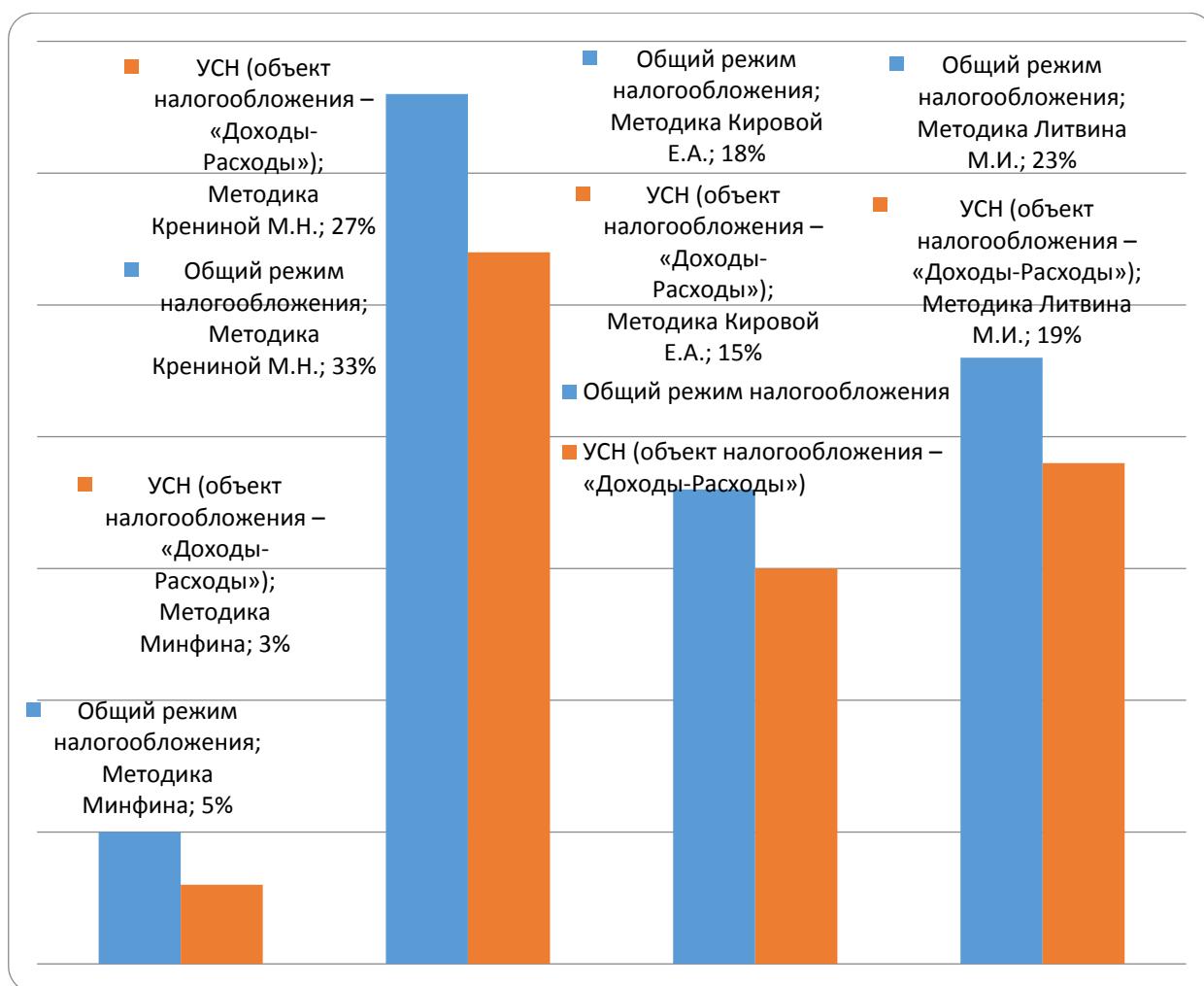


Рисунок 2 – Сравнение режимов налогообложения ООО «Объединенные Энергосистемы»¹

На основании выше изложенного, была проведена оценка эффективности предложенных мероприятий по налоговой оптимизации на примере ООО «Объединенные Энергосистемы». Показатели после оптимизации налогообложения вследствие применения упрощённой системы налогообложения с объектом налогообложения «доходы» и показатели до оптимизации налогообложения в организации за 2013 г. представлены в таблице 5.

¹ Составлено автором

Таблица 5 – Анализ предложенных мероприятий по налоговой оптимизации

ООО «Объединенные энергосистемы»¹

Показатели	До оптимизации н/о, тыс. руб.	После оптимизации н/о, тыс. руб.	Отклонение	
			+/-, тыс. Руб.	%
Чистая прибыль	9179,7	10001,7	+822	108,95
Взносы во внебюджетные фонды	1391	1391	0	100
НДФЛ	682,5	682,5	0	100
Налог на прибыль организаций	2298,9	1497,7	-801,2	65,149

Проведённый анализ динамики показателей предложенных мероприятий по налоговой оптимизации характеризует вследствие перехода на УСН с объектом налогообложения «доходы-расходы» увеличение чистой прибыли организации на 822 тыс. руб. или на 8,95%.

Проведённый анализ динамики поступления налогов и взносов во внебюджетные фонды характеризует уменьшение общей величины платежей в бюджет и во внебюджетные фонды на 801,2 тыс. руб. по сравнению с общей величиной платежей на общей системе налогообложения. Основное влияние на рост платежей в бюджет оказал налог на прибыль организаций, который составил практически половину от всех платежей: 41,92% – после оптимизации и 52,61% – до оптимизации (таблица 5).

Таким образом, можно сделать вывод, что переход ООО «Объединенные Энергосистемы» на УСН с объектом налогообложения «доходы-расходы» будет выгодным, так как в дальнейшем организация планирует приобрести имущество в собственность в целях осуществления предпринимательской деятельности. Все указанные выше вычисления, а также положительные качества мелкого бизнеса являются стимулом для развития рыночной экономики государства, вот почему мы должны оказывать значительную поддержку для его развития.

¹ Составлено автором

Литература:

1. Федеральный закон РФ «О развитии среднего и малого предпринимательства в РФ». № 209-ФЗ от 24.07.2007 // справочно-правовая система «Консультант Плюс» 01.05.2014.
2. Гражданский Кодекс РФ, ФЗ № 51 от 30.11.1994, с последними изменениями от 05.05.2014. // справочно-правовая система «Консультант Плюс». 01.05.2014.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации, части I и II // справочно-правовая система «Консультант Плюс». 05.05.2014.
4. *Абдукаримов И.Г.* Анализ хозяйственной деятельности потребительской кооперации: учебник. М. Экономика, 2009.
5. *Агурбаши Н.Г.* Система государственной поддержки малого предпринимательства в России. М. Анкил, 2011.
6. *Алексеевский В.С.* Введение в российский менеджмент: учебн. пособие. Калуга: Манускрипт, 2009.
7. *Абрамов Н.В.* Первичные документы в розничной торговле // Главбух. Учет в торговле. 2011. №2.
8. *Барсуков И.В.* Учет реализации товаров на предприятиях розничной торговли // Бухгалтерский учет. 2013. №4.
9. *Барышникова А.А.* Кассовый метод: особенности применения в торговле // Главбух. Учет в торговле. 2013. №1.
10. *Барышникова А.А.* Учет торговой наценки в организациях розничной торговли // Главбух. 2013. №19.
11. *Соколов Я.В.* Особенности и задачи учета в торговле // Бухгалтерский. 2012. №11.

БРЕНДИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ОСОБЕННОСТИ И УКРАИНСКИЕ РЕАЛИИ

*Тишецкая А., Жужа А., Барабась Д.
Киевский национальный экономический
университет им. В. Гетьмана*

Аннотация: рассмотрены специфические особенности брендинга в социальных сетях. Охарактеризованы перспективы нового подхода к маркетинговым коммуникациям через социальные медиа. Исследованы результаты продвижения украинских брендов в социальных сетях.

Ключевые слова: брендинг, социальные сети, маркетинг в социальных сетях.

Abstract: The specific features of branding in social networks are considered. The perspectives for a new approach to marketing communications through social media are characterized. The results of promotion Ukrainian brands in social networks are examined.

Key words: branding, social networks, social media marketing.

Today social networks are very popular platform for operating different instruments, as well as marketing tools. The great opportunities exist in virtual life, for instant, using of social networks for fulfilling marketing targets gives a green light and impulse for product development, by enabling customers in co-creating process of products and services, by observing and taking into consideration the user-generated content (Richter et al. 2011) (Cvijikj et al. 2013).

For better understanding what we will talk about we should mention two general types of marketing. It is product focus marketing and customer focused marketing. And our main attraction is customers, of course. We should understand what people want to see, to feel, to hear and how to communicate with our target audience. Relations between customers and brands will be our main objective, because of new technologies and engines one-to-one conversation does not play the main role anymore, for example, clients can communicate between each other in social networks, create some kinds of connected communities, talking about their experience. And in this case we can have good and bad consequences. From the one side information spread immediately and can be shared by other users, for instant,

friends of customers, and this fact allows us to raise awareness among people and to find potential buyers and to increase share of marketplace. But in the other side, opportunities of new technology and Internet create higher expectation of consumers and in real life you, as brand, should match this thoughts and impression. So firms should be careful and keep balance between created value in virtual life and reality.

Today, marketing strategies are different from branding strategies and as result in process some definitions gain slightly different meaning, for example, we use differentiation in general marketing that will change for experience in branding, promise for relationship, attributes for personality of brand, static for dynamic, masse for individual, awareness for relevance.

Also we should remember about three principle of brand marketing:

1. Principle of customer value;
2. Principle of differentiation;
3. Principle of segmentation, targeting and positioning.

When we think about brand strategy, we should estimate everything and go across all the segments, across all of the communications touch points and across the entire relationship cycle.

This cycle of relationship between customers and brands includes next things in such order – awareness, consideration, decision, purchase and support. And we should control every step of this process, for getting better results in the exit, as loyalty of our consumers.

All of that things we were talking about are not excluded in social media marketing which appears in marketing horizons as a result of developing technologies, moreover its play determinative role. Social media marketing we can consider as a pattern of internet marketing which use different social media networks in order to effectively implement communication and branding strategy. In branding social media marketing is new effective tool for marketing communication. First of all social media marketing includes activities that are connected with social sharing of content, videos, and images for marketing purposes. The development of technology simplifies and accelerates the delivery of new ideas to the world society.

With help of social media marketing we can achieve following targets:

- Website traffic;
- Conversions;
- Brand awareness;
- Creating a brand identity and positive brand association;
- Communication and interaction with key audiences.

The specificity of social media marketing is offers of three distinct advantages what conventional marketing strategies cannot propose. At first, it ensure the possibility to marketers not only present products or services, but also listen customers opinion about it, what can include grievances and suggestions. The second thing is that marketers can easy identify various peer groups or influencers among various groups, who can help in organic growth of a brand. And the last thing is low cost of different virtual campaigns as most of the social networking sites are free.

Social media marketing helps us to:

- Create the strategy of business development;
- Increase the number of subscribers;
- Build new business partnerships;
- Rise in search engine rankings;
- Generate qualified leads due to better lead generation efforts;
- Sell more products and services;
- Reduce overall marketing expenses.

Thus we should consider social media marketing as strong tool in new branding strategies for present time and nearest future.

A lot of enterprises integrate social media marketing in branding campaigns nowadays. For example, Toyota give us chance to observe how right and appropriate social media approach might help the company gain new supporters, even when the brand's reputation is damaged by external factors (Wasserman 2011).

Otherwise, Wal-Mart's first try to appear on social media failed due to an irrelevant character of communication, focusing on marketing messages instead of on social interaction, and preventing fans to join discussion topics (Wilson 2007).

Thus, we should take into consideration all of opportunities and threats that could appear while using digital tool in your branding campaigns. All these examples show us that it is not so obvious how should we properly create and use pages and communities in Facebook, LinkedIn, Twitter or Russian Vkontakte for getting effective interaction and loyalty of people in the end.

At the beginning of the third millennium Facebook is the first-string social network that has over 1 billion active users (Facebook 2012). As a fact people visit their pages in social networks at least two times a day and spend about four hours for communication in social platforms. That is why traditional advertising losses their costumer trusts, and it is not a surprise that social networks have attracted the attention of advertisers, brand owners

and retailers, with predictions of significant annual growth of the spending for advertising on social networks (eMarketer 2011).

Using of social network tools helps us to recognize a lot of opportunities, such as increasing the brand awareness through word-of-mouth communication, involving consumers in product development and conducting market intelligence (Bolotaeva and Cata 2010; Richter et al. 2011).

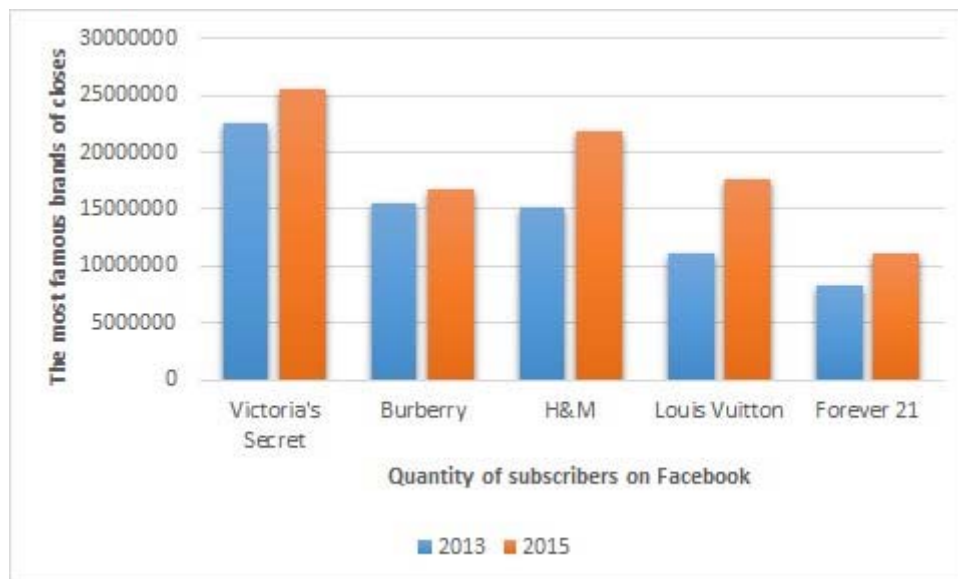
Let's try to overlook some experience of strong international brands that are more effective and successful in social networks. A lot of them using as much social networks as they can because it opens more space for interaction. The main goal of branding is the creation of positive experience that will spread word of mouth, and specific mission of every brand is the creation of lifestyle, when everyone will relate to brand thinking, religion, culture. Social media helps us to create strong brand mantra, for instance, when you think about Disney you think about fun, family, entertainment. So social networks help us to involve people to think how they are related to that or another lifestyle or even more immortal things love, faith and friendship.

As an example, we want to use well-known brand of cosmetics as Dove. In April 2015 Dove in United States created the video about exploration what women think about themselves. Actually they just give women the chance to choose which door to go and two doors were signed either average or beautiful. So it was not about direct messaging of brand name and logo, it was about creating community of women who are powerful, self-confident and of course beautiful with help of Dove cream. And the main motto of this campaign is "the beauty is a choice – and the power of this choice is in your hands". As results they have got six million views on YouTube in three weeks. And integrated using of social networks gives us the chance to share this video on Facebook, Twitter, Vkontakte, that is why this campaign became worldwide.

This was great example how social networks helps as to create something in one part of the world and to get supporters and viewers all over the world, as social medial marketing helps us to use new communication channels for engaging people in brand related communication. But it is hard to control the reaction of people in social networks, because we always have someone who is by our side and someone who is against us. So we should reduce number of dislikes of people.

For better understanding of current situation of social networks' effectiveness as a marketing tool, we have analyzed quantity of subscribers on

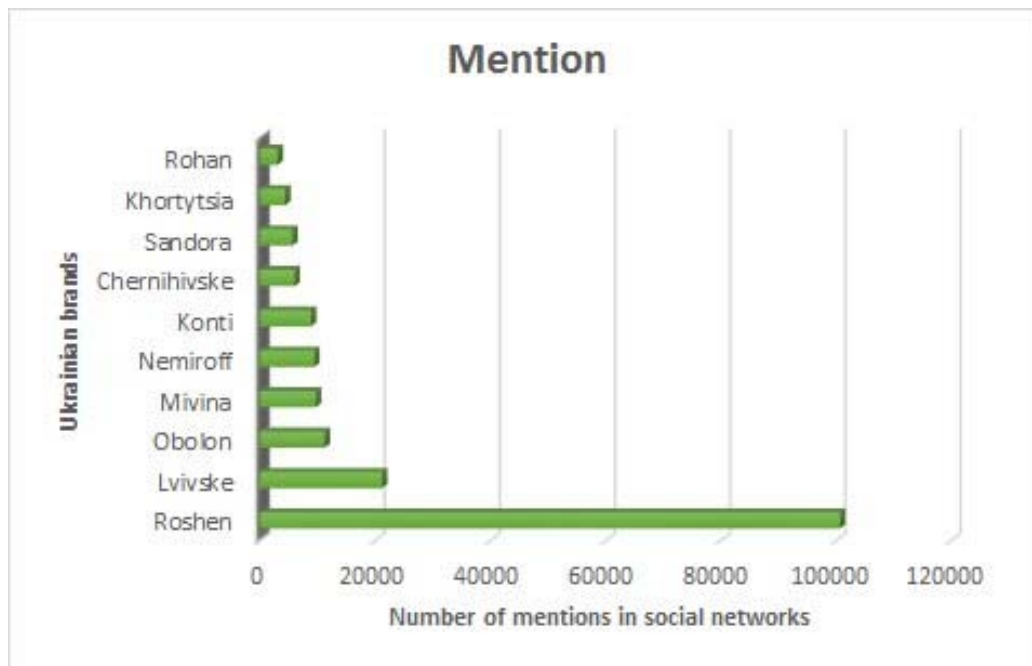
Facebook fan pages of the most famous brands of clothes in the world (pic. 1). Two brands had the biggest growth of subscribers during two years and they were “H&M” (6821305 subscribers more in 2015) and “Louis Vuitton” (6560181 subscribers more in 2015). “H&M” proposes us clothes with low prices, and their chain of stores is expanding more and more, so these factors influence on familiarity of this brand. “Louis Vuitton” positions itself as an expensive brand and therefore customers’ interest to this brand is growing because they think of it as one of the best example of fashion.



Pic. 1. Quantity of subscribers on Facebook fan pages of the world famous brands of clothes, April 2015

Source: Facebook data

After analyzing the popularity of national brands in social networks (Facebook, VK, Twitter), we found the following results (pic. 2). The largest number of mentions in social networks by 2014 had «Roshen», namely 100710. Six of the most famous brands in social networks were alcohol brands. The second place by brand mentions had brand «Lvivske», which had 21 193 references. Following brands were «Obolon», «MIVINA», «Nemiroff», «Konti», «Chernihivske», «Sandora», «Khortytsia», «Rohan». These brands are popular in social networks because they promote fast moving customer goods.



Pic. 2. Number of Ukrainian brands’ mentions in social networks, 2014

Source: *YouScan survey*

Talking about our local market of post-soviet area especially in Ukraine everyone who has at least one digital gadget also has account in many social network, but most probably in Vkontakte. Ukraine is young country with a lot of creative people. Active young people in Ukraine create a lot of interesting start-ups starting their activities in social networks. It is very popular to begin writing and posting in public page or community of social network connecting with one topic today, for example, travelling. As an example let’s take some Ukrainian online shops that have been active in social networks recently and actually started their business there. They are WeAreAble, Freakdays and MustHave.ua. They are different with target audience, type of product and bring people different overall value. Besides all of this they are the same in using marketing communication channels and branding strategy. All of them have already become famous brands in our Ukrainian market and even have their supporters outside the country. For better understanding WeAreAble has 8353 followers on their brand page in Vkontakte, Freakdays – 6151 followers, MustHave – 11677 followers. We can assume that followers are already related to social interaction. All of these brands are targeted for Ukrainian auditory and positioning themselves as “Made in Ukraine” brands. They increase the consumer awareness about the fact that their country also produces good things for good money and as a result the main value that is created among young people is involvement in increasing prosperity of our country.

To conclude, social networks have become important instrument in promoting brand-related information. It is effective not only for big international brands but also for young entrepreneurs who just started their business and want to make their brand famous. Social media marketing tools open new horizons for marketers in implementing their great ideas and campaigns in real and virtual life.

References

1. Bolotaeva, V., Cata, T. (2010) Marketing opportunities with social networks. *J Int Soc Netw and Virtual Communities*. doi:10.5171/2010, 109-111.
2. Cvijikj, I.P., Spiegler, E.D., Michahelles, F. (2013) Evaluation Framework for Social Media Brand Presence / Irena Pletikosa Cvijikj, Erica Dubach Spiegler and Florian Michahelles // *Social Network Analysis and Mining*. 3 (4), 1325-1349, available at:
http://cocoa.ethz.ch/downloads/2013/08/1228_SNAM2012.pdf
3. eMarketer (2011) Facebook drives US social network ad spending past \$3 billion in 2011, available at:
<http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1008180>
4. Facebook (2012) Key Facts, available at:
<http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>
5. Richter, D., Riemer, K., vom Brocke, J. (2011) Internet social networking: research state of the art and implications for Enterprise 2.0 (state of the art). *Wirtschaftsinformatik* 53(2): 89-103.
6. Wasserman T (2011) How Toyota used social media to “digg” itself out of a PR nightmare, available at: <http://mashable.com/2011/09/01/toyota-digg-recalls>
7. Wilson D (2007) A failed Facebook marketing campaign, available at: <http://social-mediaoptimization.com/2007/10/a-failed-facebook-marketing-campaign>

РОЛЬ АНАЛИЗА КАЧЕСТВА ПРИБЫЛИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

**Чурбанов С.П., студент магистратуры
Факультета учета и аудита
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., проф. Г.В. Сергеева**

Аннотация: одной из важных характеристик финансовых результатов деятельности организации с точки зрения концепции устойчивого развития является качество прибыли. В связи с этим возникает необходимость в некоем обобщении существующих подходов к его сущности и количественной оценке, их анализе и гармонизации. В статье выделяются и анализируются основные подходы к определению сущности качества прибыли и к выбору конкретных метрик, которые выделяются в качестве индикаторов качества прибыли, а также методы их практического вычисления и дальнейшего анализа. Также предлагаются собственные соответствующие определения и методы, основанные на проведенном отборе и анализе существующих гипотез и методов.

Ключевые слова: экономическая прибыль, стоимостно-ориентированное управление, стейкхолдерский подход, экономическая добавленная стоимость, качество прибыли, устойчивое развитие

Abstract: The concept of earnings quality is one of important features of financial results in terms of sustainable development. Thereat, necessity for generalization of existing approaches to the essence and evaluation of this characteristic, its analysis and harmonization occurs. The article analyzes the major approaches to the definition of earnings quality and selection of specific metrics that stand out as indicators of earnings quality, as well as methods of their practical computation and further analysis. It also proposes its own relevant definitions and methods based on sampling and analysis of existing hypotheses and methods.

Keywords: economic profit, value-based management, stakeholder approach, economic value added, earnings quality, sustainable development

В условиях трансформации теорий управления фирмой и, в частности, масштабным развитием концепций стоимостно-ориентированного управления и стейкхолдерского подхода, а также устойчивого развития организации, неизбежным является пересмотр подходов к определению эффективности деятельности и к анализу её финансовых результатов.

В рамках стейкхолдерского подхода ключевой характеристикой эффективности деятельности организации предстаёт степень удовлетворения требований заинтересованных сторон [1]. Мера этой степени удовлетворения может быть условно представлена в виде создаваемой дополнительной стейкхолдерской ценности, которая формируется за счёт ценности, создаваемой для финансовых и нефинансовых стейкхолдеров. Ключевыми финансовыми стейкхолдерами же в условиях перманентно возрастающей роли финансовых рынков и, как следствие, решающего влияния акционеров и потенциальных инвесторов, приобретают особую важность показатели, обладающие высокой степенью аналитичности именно для них, то есть позволяющие учесть рыночные факторы – к примеру, степень риска, стоимость капитала или справедливость оценки стоимостных показателей.

Традиционные показатели прибыли и рентабельности, основанные на бухгалтерском подходе и располагающие в качестве индикатора прибыли показателем так называемой бухгалтерской прибыли, основаны на исторической оценке и не учитывают влияния дополнительных перечисленных факторов, таким образом, искажая реальную оценку эффективности деятельности финансовыми стейкхолдерами, и не могут рассматриваться в качестве полноценных информативных показателей с точки зрения стоимостно-ориентированного управления и стратегического устойчивого развития организации в части финансово-экономического устойчивого развития. Помимо этого, так как искажения финансовой отчётности могут быть связаны как с объективными факторами, так и намеренными действиями, в связи с чем важным аспектом становится репутационный риск, связанный с искусственными искажениями финансовых показателей. Все эти факторы в совокупности приводят в потребности к разработке альтернативных показателей.

Одним из таковых и одной из важных характеристик финансовых результатов, которому уделяется внимание в рамках обеспечения устойчивого развития, в настоящее время становится качество прибыли. Данная характеристика подвергается исследованию как в российской, так и зарубежной научной практике, а также фигурирует в качестве ориентира в стратегиях и отчётах об устойчивом развитии ряда компаний.

Вместе с тем четкой, однозначной позиции по поводу определения качества прибыли ни в научной, ни в практической среде не сформировано. Как отмечается, «почти нет общего согласия относительно

определений или предположений, лежащих в основе этого понятия» (Бернстайн, 2003, с.545). В связи с этим возникает необходимость в некоем обобщении существующих подходов, их анализе и определённой гармонизации.

В первую очередь, следует отметить, что можно выделить два принципиальных подхода к самой области применения термина «качество прибыли», оба из которых представляют определённый интерес с точки зрения дальнейшего анализа в рамках стейкхолдерского подхода. С одной стороны, используется определение качества прибыли как меры оценки достоверности бухгалтерской отчетности, с другой – в аналитических целях.

Первое определение характерно для западных (в особенности, американских) источников, что объясняется меньшей степенью строгой регламентации зарубежных бухгалтерских принципов и превалированием профессионального бухгалтерского суждения. Данная точка зрения в определённой степени соприкасается как с аудиторскими, так и с аналитическими методиками, базируясь на утверждении о том, что качественная прибыль характеризуется, в первую очередь, отсутствием манипуляций прибылью, называемых в литературе *earnings management* – искусственного изменения финансовых показателей с целью введения в заблуждение заинтересованных сторон. Качество прибыли в этом случае напрямую затрагивает как инвесторов и собственников, так и, к примеру, кредиторов организации, в контрактах с которыми могут быть прописаны определённые ковенанты и условия, базирующиеся на бухгалтерских показателях, или же государственные органы. В данном случае низкая подверженность результатов манипуляциям и, следовательно, высокое качество прибыли рассматривается в первую очередь как инструмент снижения репутационных рисков компании, минимизация которых является существенной характеристикой в обеспечении устойчивого развития организации, а, согласно некоторым концепциям, и ключевой. Некоторые исследователи предполагают, что корпоративная репутация является основным организационным атрибутом, который влияет на восприятие внешними стейкхолдерами компании в качестве «хорошей или плохой». Фирма с положительной репутацией будет обладать преимуществом в издержках, так как контрагенты за счёт работы с такими фирмами ожидают сокращение контрактных рисков, благодаря чему компании с лучшей репутацией имеют в долгосрочной перспективе как более успешные финан-

совые результаты, так и степень удовлетворения требований нефинансовых стейкхолдеров.

На практике модели оценки степени манипуляций базируются на модели, разработанной в 1991 Джонсом. Модель представлена следующей формулой [4]:

$$(TA_{it}/A_{it-1}) = a_i (1/A_{it-1}) + b_{1i} ((REV_{it} - REV_{it-1})/A_{it-1}) + b_{2i} (PPE_{it}/A_{it-1}) + e_{it}$$

где TA_{it} – суммарные начисления для фирмы i за период t , $REV_{it} - REV_{it-1}$ – изменение выручки для фирмы i за период с $t-1$ по t , PPE_{it} – стоимость основных средств фирмы i в периоде t , A_{it-1} – стоимость всех активов фирмы i в периоде $t-1$, e_{it} – величина отклонения.

Главная идея модели Джонса заключается в том, что величина начислений может быть результатом управленческих действий и изменений в условиях хозяйствования. Модель оценивает аномальные (дискреционные) начисления на основе определенных экономических и бухгалтерских основ с использованием временных регрессионных рядов. Общие начисления соотносятся с изменением выручки и величиной основных средств. Остаточный компонент же считается аномальными или дискреционными начислениями, поскольку не объясняется экономическими условиями деятельности фирмы. По словам автора модели, выручка включена в модель, потому что это объективная мера деятельности фирмы до манипуляций менеджеров. Ожидается, что общий объем накоплений, включающий в себя изменения в дебиторской задолженности, запасов и дебиторской задолженности зависит от степени изменения доходов. Выручка, таким образом, отражает фактор экономической среды, стоимость основных средств соотносится с суммой начислений, связанных с амортизацией, которая не является аномальным компонентом, а ошибка предсказания измеряет уровень дискреционных начислений.

Сопоставимой популярностью пользуется созданная на основе модели Джонса модель Дехоу, в которой числители дробей в правой стороне уравнения заменены на показатели чистого денежного потока соответственно за года $t-1$, t , $t+1$ [3]. В то же время эта модель во многих случаях неспособна провести различие между намеренной манипуляцией и случайной оценочной ошибкой, помимо этого содержит допущение о том, что отражение инкассирования начислений происходит всегда в срок не более года.

Таким образом, данный подход к определению качества прибыли используется в целях контроля и определения достоверности отчётности, и применим для внешних пользователей, а одной из целей менеджмента в данном случае становится максимизация объективности составляемой отчётности для обеспечения долгосрочного эффективного взаимодействия с внешними стейкхолдерами.

Аналитический подход к качеству прибыли же не ограничивается узким количеством определений и методик формирования количественных индикаторов. В его рамках в свою очередь также можно выделить несколько различных методов к анализу качества прибыли. В некоторой степени каждый при этом будет базироваться на описанном выше анализе достоверности прибыли, основываясь на количественных данных скорректированной отчётности.

Можно выделить три принципиальных точки зрения относительно ключевой характеристики качества прибыли, которые либо выделяются отдельно, либо представляются авторами взаимосвязанными.

Наиболее общей характеристикой качественной прибыли представляется различными авторами её прогнозируемость и контролируемость. Этот подход основан на интуитивно верном предположении о том, что устойчивое развитие организации наиболее возможно лишь при устойчивости её финансовых результатов. Так, разовая высокая прибыль в отчётном году вследствие продажи значительной доли основных средств не только не повторится в будущем, но и повлечёт за собой значительное падение производства, а вслед за ним и финансовых результатов будущих периодов, вследствие чего ключевой является операционная деятельность. Типичным и актуальным примером контролируемости прибыли будут являться отклонения в прибыли, связанные с конвертацией валюты, более того, многими авторами в качестве неконтролируемых внешних факторов выделяются цены биржевых товаров, политическая конъюнктура, погодные условия, и чем меньше прибыль организации зависит от стихийных факторов, тем выше уровень качества прибыли. То есть данная точка зрения базируется в первую очередь не на цели максимизации текущей прибыли, а обеспечения её долгосрочной стабилизации, направленной на обеспечение устойчивого развития в будущих периодах. Конкретными индикаторами могут служить доля так называемых аномальных доходов в структуре прибыли компании. Данные аномальные доходы определяются на основании различных регрессионных моделей (модифициро-

ванная модель Джонса, модель Ольссона (ЕВО)). Более простой в расчётах является величина стандартного отклонения скорректированной операционной прибыли или скорректированной прибыли до вычета процентов, налогов и амортизации (adjusted EBITDA).

Развивает данную идею подход, согласно которому главной характеристикой качества прибыли является её способность генерировать стабильный денежный поток. Его возникновение связано с, во-первых, лагом во времени между моментом начисления дохода и моментом фактического получения соответствующего денежного потока, а, во-вторых, наличием неденежных доходов и расходов. В соответствии с этим, качество прибыли – это её способность сопровождать стабильную абсолютную величину прибыли соответствующими стабильными денежными потоками. Таким образом, анализу подвергаются уже денежные потоки компании от её операционной деятельности, а также разница между суммой прибыли по методу начисления и величиной денежного притока за периода, называемой чистые начисления (Perotti, 2014, с.554). При этом могут предлагаться как сложные статистические модели оценки качества прибыли, приводящие к системам из нескольких индикаторов [6; 5], так и относительно простые индикаторы, к примеру, соотношение свободного денежного потока от операционной деятельности к выручке или EBITDA или же индикатор качества прибыли, одновременно учитывающий и относительную рентабельность денежных потоков, и соотношение потоков и начислений:

$$EQI = (FCFO - \text{Operating Income}) / \text{Sales}$$

где EQI– индикатор качества прибыли, FCFO - чистый денежный операционный поток, Operating Income–прибыль от операционной деятельности, Sales–выручка.

Также отметим методику определения качества прибыли, сформированную в рамках стоимостно-ориентированного управления. Во многих исследованиях отмечается, что качество прибыли характеризуется мерой её влияния на стоимость бизнеса. Данные исследования соотносят прибыль напрямую с ценой на акцию. В теории, высокое качество прибыли будет означать высокую степень корреляции между прибылью и рыночной стоимостью фирмы. Так, в эмпирическом исследовании Ларсона [5] такая зависимость обосновывается тем, что компании с наиболее низкой рыночной капитализацией и рыночными мультипликаторами имеют тенденцию к более частой генерации аномальных доходов, причём такая зависимость более сильно прослежи-

вается для крупных фирм. Таким образом, доказывается высокая степень зависимости предпочтений институциональных инвесторов от ожиданий будущей стабильности и минимизации риска, а также прослеживается на практике интуитивная взаимосвязь между низким качеством прибыли и более высокой стоимостью капитала. Также в рамках данного подхода обосновывается низкая степень зависимости стоимости акций от величины бухгалтерской прибыли и потребность в использовании для данного вида анализа показателей экономической прибыли, основанной на ряде различных корректировок.

На практике анализ качества прибыли в компании позволит, с одной стороны, усовершенствовать качество корпоративного управления за счёт потенциально более стабильных сумм прибыли и совершенствования её структуры, с другой стороны – сам факт такого анализа и возможное представление информации о его значениях в дополнительных отчётах компании может создать конкурентное преимущество и улучшить восприятие компании заинтересованными сторонами.

Можно выделить несколько основных этапов на пути оценки качества прибыли [2]. В первую очередь, следует сформировать необходимый шаблон для расчёта финансовых результатов, который будет структурно схож с отчётом о финансовых результатах, но отличаться классификацией показателей с позиций приоритета экономической сущности и необходимой аналитичности. Вслед за этим часть сумм результатов остаётся неизменной, часть реклассифицируется из одной статьи в другую, часть не признаётся финансовыми результатами периода с позиций анализа. Соответственно, наиболее важной содержательной частью в данном процессе будет стадия отделения стабильных элементов прибыли компании от случайных и неустойчивых элементов, следует определить величину тех доходов и расходов, которые будут считаться чрезвычайными.

Чаще всего разница между операционным и неоперационным доходом заметна, однако существует и ряд неоднозначных случаев. Отметим три характерных типа финансовых результатов, которые следует отделять друг от друга:

1. Неповторяющиеся операционные результаты. Ремонт, замена оборудования долгосрочного, поломка. Важной характеристикой будет являться вопрос того, действительно ли, к примеру, факт поломки оборудования может считать неповторяющимся и в какой мере.

2. Повторяющиеся неоперационные результаты. Процентные доходы и расходы, лизинговые платежи, инвестиции. Зачастую включаются в финансовую отчетность в раздел чрезвычайных (так как обычно являются расходами, которые компания желала бы приуменьшить в отчете), по факту же являются результатом осознанного использования предприятием своих ресурсов и должны быть учтены при прогнозировании будущих поток прибыли.

3. неповторяющиеся неоперационные результаты. Фактор, в наименьшей степени поддающийся прогнозированию. Предсказать с большой долей уверенности вероятность стихийного бедствия или конфискации имущества компании практически невозможно, в связи с чем категория чрезвычайных результатов была выделена во многом именно в связи с существованием подобных факторов. В то же время, если подобные риски реализуются в компании слишком часто, то это всё же может свидетельствовать в некоторых случаях о провалах в политике управления рисками, и в модели будущей прибыли этот фактор может быть учтён в виде системной случайной составляющей.

В дальнейшем в ходе анализа качества прибыли на основе заданной классификации и ключевых индикаторов эффективности задача стратегического управления качеством прибыли будет сведена к постепенному повышению и стабилизации генерируемого денежного потока на инвестиции и уменьшению доли неконтролируемых доходов и расходов. Параллельно в долгосрочном масштабе формируется такая модель прогнозирования прибыли, которая характеризуется низким уровнем так называемых «сюрпризов прибылей», то есть абсолютных отклонений прогнозных значений от фактических. В относительной форме такое соотношение представить в виде условного коэффициента информативности модели управления прибылью, при высоком качестве прибыли стремящегося к единице:

$$K_{и} = r(PR_{п}; PR_{ф}),$$

где $r(PR_{п}; PR_{ф})$ – коэффициент корреляции прогнозных и фактических значений прибыли компании. К примеру, в случае коэффициента информативности чистой прибыли можно судить о том, насколько прибыль подвержена случайным колебаниям в виду изменений в неоперационных доходах, в случае операционной прибыли – насколько стабилен и независим от внешних факторов основной бизнес компании.

Значение стратегического управления качеством прибыли в рамках стейкхолдер-ориентированного управления, таким образом,

можно рассматривать с трёх перспектив, каждая из которых будет являться существенной для обеспечения устойчивости развития компании:

1. Качество прибыли как гарантия финансовой устойчивости бизнеса;
2. Качество прибыли как свидетельство успешности стратегической работы в области интенсивного развития, повышения качественных характеристик деятельности;
3. Качество прибыли как база для более точного прогнозирования результатов деятельности и стратегического планирования.

Литература:

1. Основы бизнес-анализа: учебное пособие / под ред. Бариленко В.И. М.: Кнорус, 2014.
2. Бернштейн Л.А. Анализ финансовой отчетности. М.: Финансы и статистика, 2003.
3. Dechow P.M, Weili Ge, Schrand C. Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. *Journal of Accounting and Economics*, 2010. 50 (2–3).
4. Jones, J. Earnings Management during Import Relief Investigations, *Journal of Accounting Research*, Vol. 29, No. 2, 1991. pp. 193–228.
5. Larson C.R. How does earnings quality affect the equity market? An alternative measure and a new perspective. *American Accounting Association Annual Conference*, 2012.
6. Perotti P., Wagenhofer A. Earnings Quality Measures and Excess Returns. *Journal of Business Finance & Accounting* Volume 41, Issue 5–6, June/July 2014, pp 545–571.

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ЕГО ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ

***Филлипов Ю.М., аспирант кафедры
финансового менеджмента
Ростовского государственного
экономического университета***

Аннотация: в фокусе статьи рассмотрение теоретических подходов к выяснению сущности понятий «устойчивость» и «финансовая устойчивость» компании, приводится анализ различных определений. Анализируется взаимосвязь финансовой устойчивости с системой информационно-аналитического обеспечения деятельности предприятия. Сделан вывод о том, что возможность достижения финансовой устойчивости обеспечивается путём качественного анализа и выработки стратегии развития, на основе своевременного получения точной и правильной информации для проведения аналитических мероприятий.

Abstract: The focus of the article review of theoretical approaches to identify the essence of the concepts of «sustainability» and «financial stability» of the company, an analysis of the different definitions. Examines the relationship of financial stability to the system information and analytical support of the company. Concluded that the possibility of achieving financial stability is ensured by qualitative analysis and development strategy, based on the timely receipt of accurate and correct information for analytical activities.

Ключевые слова: устойчивость, финансовая устойчивость, информационно-аналитическая система, устойчивое развитие.

Keywords: stability, financial stability, Information-analytical system, sustainable development.

Постановка проблемы. Неоспорим тот факт, что на современном этапе стабильное социально-экономическое развитие каждого государства в первую очередь зависит от эффективного функционирования предпринимательского сектора, действующего на его территории. Стабильность компаний на рынках, положительная динамика финансово-экономических результатов, капитализация бизнеса, деловой успех во многом определяются степенью адаптации к динамическим изменениям внешней и внутренней бизнес-среды, для которой сегодня харак-

терен дефицит релевантности информации, рискованность осуществления хозяйственных операций, нестабильность политической и экономической ситуации в стране. Поэтому перед всеми компаниями в первую очередь стоит сложная многоаспектная задача обеспечения устойчивого и эффективного функционирования, путём достижения должного уровня финансовой устойчивости. Поэтому бизнес и экономическое сообщество постоянно ведёт дискуссии по данному фронту вопросом, которые на современном этапе имеют высокую степень актуальности.

Основоположником первых исследований в области финансовой устойчивости был И.А. Бланк. Среди зарубежных ученых, исследования которых посвящены главным аспектам финансовой устойчивости можно выделить: Э. Хелферт, К. Хеддервик, Г. Савицкая, М. Абрютина, В. Родионова, Г. Шеремет, Н. Баканов, Селезнева Н. и прочие. Данная проблематика нашла отражение в следующих работах ученых: Т. Донченко, Л. Костырко, В. Зинченко, И. Приймак, М. Кравченко, М. Билык, К. Измайлова, В. Забродский и другие.

Важной предпосылкой обеспечения финансовой устойчивости компании является качественный финансовый менеджмент, представляющий собой систему, состоящую из комплекса действий, принципов, методов разработки и реализации управленческих решений, основой которых является получаемая и обрабатываемая информация касательно деятельности предприятия. От качества, которой в полной мере зависит эффективное финансовое управление, позволяющее формировать ресурсный, производственный, финансовый, кадровый, технологический, инновационный потенциал и обеспечивать необходимый уровень развития в стратегической перспективе, удерживая достаточный уровень финансовой устойчивости.

Работы, посвящённые исследованию показателей финансовой устойчивости и методике их расчёта, а также способов достижения, оставляют без должного внимания ряд важнейших моментов, в том числе информационно-аналитическое обеспечение финансового менеджмента.

Изложение основного материала. «Устойчивость» в научных трудах рассматривается двояко: как результат и как процесс. Как результат устойчивость представляет собой способностью системы адаптироваться, противостоять и выстоять под воздействием указанных выше внешних и внутренних факторов [Корженевская, 2010 С. 212]. Как процесс, выступает устойчивость результатом взаимодействия

операций той или иной системы, по генерации факторов равновесия и обеспечения условий для её качественного развития.

Проанализировав разные подходы к определению, можем сделать вывод о том, что «устойчивость предприятия» характеризует особое свойство предприятия так реагировать на воздействие изменчивой внешней среды, чтобы не только генерировать факторы его равновесного состояния, но обладать способностью к обеспечению дальнейшего стабильного и эффективного развития [Дуброва, 2010].

Также много неоднозначности трактовок существует в определении понятия «финансовая устойчивость» (Подходы к определению сущности понятия «финансовая устойчивость предприятия») [Бланк, 1999; Донченко, 2010; Савицкая, 2007; Смирнова, 2011]:

1. Коритько Т. – Финансовая стойкость – комплексная оценка деятельности предприятия, характеризует скорость оборачиваемости ресурсов, способность предприятия финансировать свою деятельность, получать прибыль и рассчитываться по обязательствам.

2. Бланк И. – Финансовая устойчивость – характеристика стабильности финансового состояния предприятия, обеспечивается высокой долей собственного капитала в общей сумме финансовых ресурсов.

3. Мамонтова Н. – Финансовая устойчивость – экономическое состояние предприятия, при котором обеспечивается стабильная финансовая деятельность, постоянное превышение доходов над расходами, свободный оборот денежных средств, эффективное управление финансовыми ресурсами, непрерывный процесс производства и реализации продукции, расширения и обновления производства.

4. Баканов М. и Шеремет А. – Финансовая устойчивость предприятия оценивается его платежеспособностью и обеспеченностью собственными оборотными средствами.

5. Родионова В. – Финансовая устойчивость – наличие собственных оборотных средств, их сохранность, соотношение между собственными и заемными оборотными средствами характеризуют степень финансовой устойчивости предприятия, его положение на финансовом рынке, возможности дополнительной мобилизации финансовых ресурсов посредством выпуска ценных бумаг.

6. Савицкая Г. – Финансовая устойчивость – способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, которая гарантирует его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска.

7. Друри К. и Хедцервик К. – Финансовая устойчивость определяется его финансовой независимостью. В долгосрочном плане характеризуется соотношением собственных и заемных средств.

8. Поляк Г.Б. – Финансовая устойчивость – это обеспеченность запасов и затрат предприятия источниками формирования.

9. Балабанов И.Т. – Финансовая устойчивость – это способность предприятия за счет собственных средств покрывать средства, вложенные в активы, не допускать неоправданной задолженности и рассчитываться в срок по своим обязательствам.

Отметим, что одни авторы рассматривают анализируемое понятие в узком смысле, другие в широком, третьи в несколько ограниченном смысле. Наиболее содержательным, является, по нашему мнению, определение, Г.В. Савицкой, которая отмечает, что финансовая устойчивость – это способность предприятия функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, которая гарантирует его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска [Савицкая, 2007].

Исследовав данную категорию, можем сделать вывод, что финансовая устойчивость – это состояние компании, которое гарантирует ему постоянную платежеспособность, способность стабильно развиваться, сохраняя свою финансовую безопасность, в изменяющихся условиях внутренней и внешней среды, с целью достижения максимальной экономической выгоды владельцев, и установление конкурентных преимуществ с учетом интересов общества и государства, тем самым, обеспечивая высокий уровень инвестиционной привлекательности. Результативность управления предприятием в значительной степени определяется качеством и уровнем информационно-аналитического обеспечения, в системе которого основополагающую роль занимают данные финансовой и бухгалтерской отчетности, оперирование которыми позволяет менеджерам выстраивать политику управления устойчивостью компании, формируемую под влиянием множества внешних и внутренних факторов (рисунок 1).

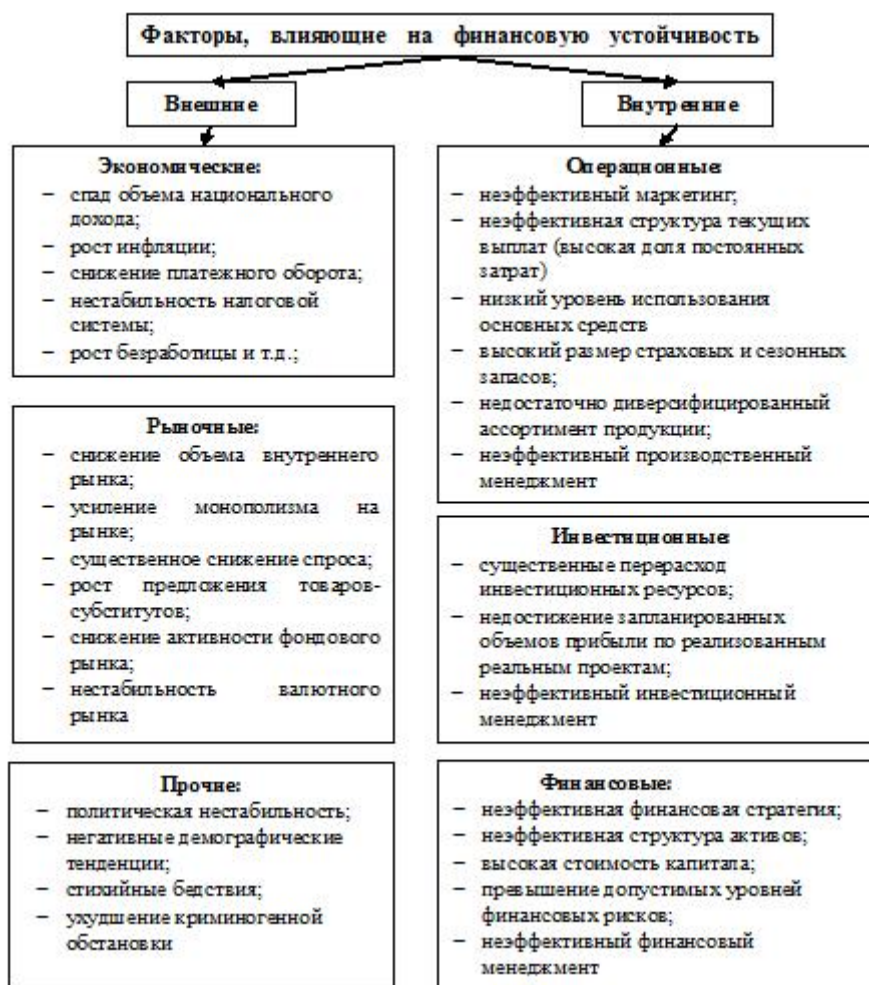


Рисунок 1 – Классификация факторов, влияющих на финансовую устойчивость Интернет-предприятия [Мельник, 2009; Партии, 2011]

Таким образом, ясно, что информационно-аналитическое обеспечение складывается из системы обеспечения внутренней и внешней информации. При этом, алгоритм действия по обеспечению финансовой устойчивости предприятия (или устойчивости составляющей её элементов) должен включать её систематическую диагностику в части: текущей деятельности; факторный анализ внутренней и внешней среды; определения оптимальных критериев устойчивости; определения уровня стратегической устойчивости; формулирования адекватных рекомендаций, реализация которых направлена на обеспечение надёжного уровня финансовой и стратегической устойчивости или мероприятий по ее повышению; реализация предложенных мероприятий и итоговый контроль вместе с надзором за процессом их чёткого выполнения.

От действующей на предприятии учётно-аналитической системы в полной мере зависит качество всех принимаемых управленческих решений (рисунок 2).

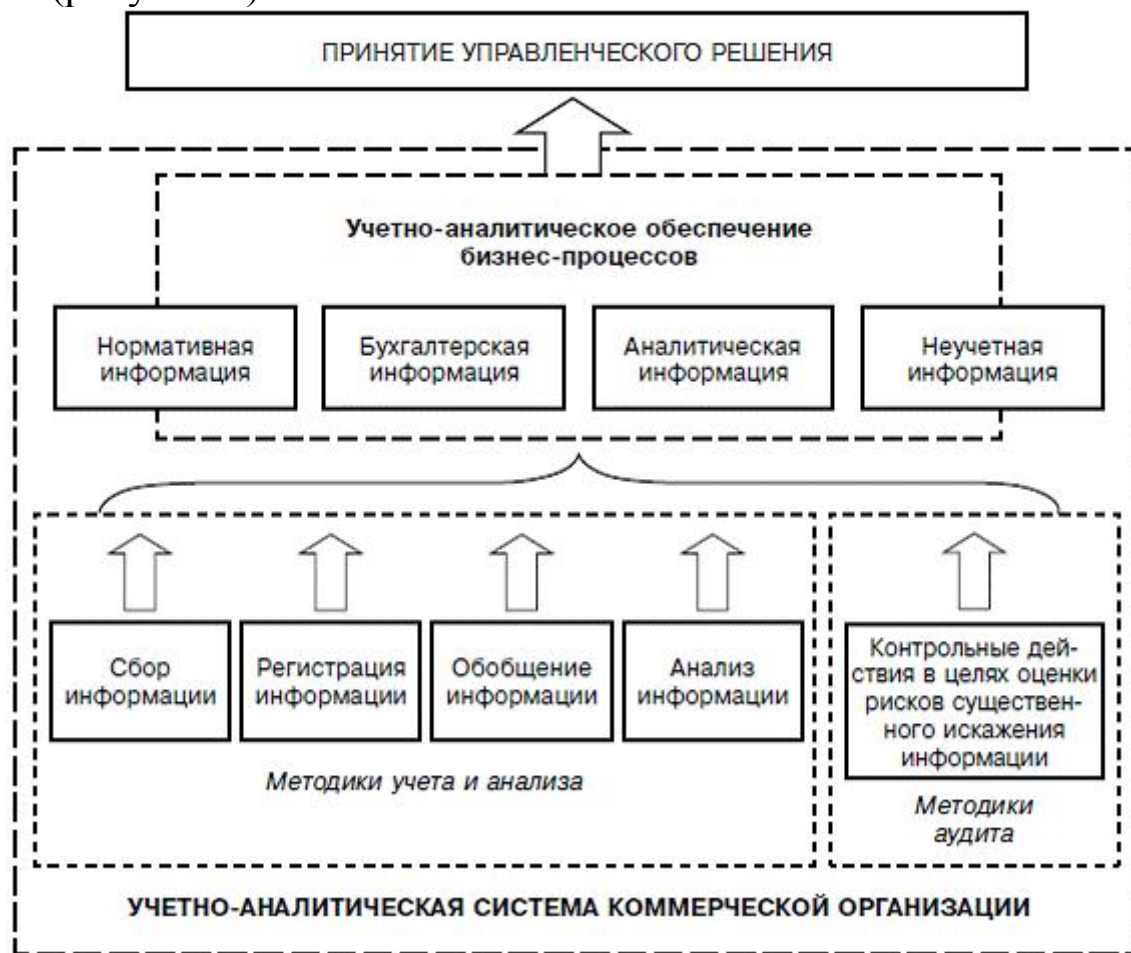


Рисунок 2 – Модель учётно-аналитической системы

Таким образом, информационно-аналитическое обеспечение является инструментом качественного управления экономическим состоянием предприятия в целом. Поскольку его применение в финансовом менеджменте предприятия даёт возможность принимать качественные управленческие решения, и тем самым достигать необходимого уровня финансовой устойчивости.

Нарушение функционирования системы информационно-аналитического и учётного обеспечения влечёт за собой некачественный анализ, а, следовательно, и разработку некачественных мероприятий, нацеленных на достижение финансовой устойчивости.

Так, к примеру, получив неточные или ошибочные сведения от бухгалтерии предприятия, финансовый менеджер в свою очередь, разработает, на основании полученных данных, финансовый план на ближайший месяц, в результате реализации, которого ухудшится общее финансовое состояние и финансовая устойчивость предприятия.

Применение методов управления финансовым планированием зависит от конкретной ситуации, сложившейся на рынке, а также от точности получаемой информации и правильности проведения аналитических мероприятий. При этом чувствительность различных методов финансового управления к влиянию внутренних и внешних факторов неодинакова, однако при этом достоверность и адекватность управления в полной мере зависит от качества первичной информации, используемой при анализе и дальнейшем планировании.

С ростом компании вероятность возникновения разных видов финансовых рисков интенсивно растёт. Параллельно с этим изменяется также значимость негативных последствий, вызываемых теми или иными рисками.

Проанализировав подходы к определению сущности «финансовой устойчивости», делаем заключение, что она представляет собой обобщающую качественную характеристику финансового состояния Интернет-компании, отражающую тенденции динамики изменения финансовых отношений на предприятии под влиянием внутренних и внешних факторов. При этом достижение её базируется в полной мере на информационно-аналитическое обеспечение деятельности предприятия. Качество, достоверность и адекватность, которой в полной мере предопределяет успешность предприятия и достижение должного уровня финансовой устойчивости, что, в свою очередь, даёт возможность обеспечить жизнеспособность и рост предприятия, позволяя своевременно и в полной мере проводить расчеты по обязательствам, финансировать свою деятельность, преодолевать возникающие форс-мажорные проблемы, поддерживать ликвидность и платежеспособность.

Литература:

1. *Бланк И.А.* Финансовый менеджмент: учебный курс / К.: Ника-Центр: Эльга, 1999.

2. *Донченко Т.В.* Теоретические основы формирования механизма управления финансовой устойчивостью предприятия // Вестник Хмельницкого национального университета. 2010. № 1. С. 23–27.

3. *Дуброва А.С.* Стратегическая устойчивость предприятия: составляющие и направления ее обеспечения [Электронный ресурс] // Вестник ХНУ. 2010. №1.

Режим доступа: http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2010_1_1/015-019.pdf. -25.03.2012.

4. *Корженевская В.М.* Роль и обеспечение финансовой устойчивости в обеспечении стабильного развития // Государство и регионы. 2010. № 6. С. 212–217.

5. *Кравченко М.С.* Сущность финансовой устойчивости промышленного предприятия // Вестник экономической науки Украины. 2010. № 2. Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Venu/20102/16.pdf. - 28.03.2012.

6. *Мельник А.М.* Финансовая устойчивость предприятия в современной экономике [Электронный ресурс] // Вестник Национального университета «Львовская политехника». 2010. № 691. Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Management/2010_691/30.pdf. -23.03.2012.

7. Методология формирования учетно-аналитического обеспечения управления собственным капиталом коммерческой организации <http://www.upruchet.ru/articles/2011/1/5324.html>

8. *Партии Г.А.* Особенности влияния основных факторов на финансовую устойчивость предприятия в условиях финансово-экономического кризиса [Электронный ресурс] // Научный вестник НЛТУ. 2010. № 20. Режим доступа:

http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/20_8/275_Partyyn_20_8.pdf. – 23.03.2012.

9. *Савицкая Г.В.* Экономический анализ деятельности предприятия: учебное пособие / третий изд., перераб. и доп. К.: Знания, 2007.

10. *Смирнова Т.А.* Финансовая устойчивость предприятия // Вестник НЛТУ. 2011. № 21. С. 196–200.

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ – ИНДИКАТОР РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

**Шилина К.А., студент магистратуры
Факультета учета и аудита
Финансового университета
Научный руководитель:
д.э.н., проф. Н.П. Киселева**

Аннотация: в работе рассматривается проблема анализа финансовой устойчивости организаций розничной торговли на примере сектора розничной торговли. Автором рассмотрено понятие «финансовой устойчивости», изучен ряд показателей, характеризующих уровень финансовой устойчивости организаций. Кроме того, был проанализирован ряд организаций розничной торговли. Полученные результаты позволили выявить определенные особенности, присущие организациям розничной торговли, а также спрогнозировать изменение финансовой устойчивости организаций розничной торговли обувью.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансовое состояние, платежеспособность, банкротство, розничная торговля, показатели финансовой устойчивости.

Abstract: The article considers the problem of analyzing the financial stability of the retail organizations based on the analysis of shoes retail market. The author gives the detailed review on the concept of financial stability and also inspects the variety of indicators (indexes) of financial stability. The author analyzed the range of the retail companies. The results gave the opportunity to state the features which characterize retail companies, to forecast the variations of financial stability shoe retail companies.

Key words: financial stability, bankruptcy, solvency, retail market, financial stability indicators (indexes).

Сегодня российский рынок розничной торговли находится в десятке самых крупных в мире, а также входит в пятерку крупнейших европейских рынков. Можно констатировать, что он является одним из главных внутренних источников экономического роста страны. Тем не менее, различные негативные факторы, такие как инфляция, нестабильность и несовершенство законодательной и налоговой базы, приводят к тому, что в настоящий момент около четверти российских предприятий розничной торговли являются убыточными, многих предприятия ощущают недостаток денежных средств, в то время как

активы предприятий нельзя считать достаточно ликвидными для поддержания финансовой устойчивости и платежеспособности.

Для определения содержания понятия «финансовая устойчивость» необходимо в первую очередь рассмотреть само понятие «устойчивость».

Устойчивостью любого явления считают его способность на протяжении длительного периода и с большой точностью сохранять форму своего существования, при утрате которой явление перестает быть самим собой.

Финансовая устойчивость – понятие, для которого нет точного определения. Финансовая устойчивость предприятия является одной из ключевых характеристик финансового состояния, представляя собой наиболее емкий, концентрированный показатель, отражающий степень безопасности вложения средств в это предприятие. Это свойство финансового состояния, которое характеризует финансовую состоятельность предприятия [3].

На основе анализа существующих точек зрения относительно понятия «финансовая устойчивость» определено, что большинство ученых принимают финансовую устойчивость одной из важнейших характеристик финансового состояния любого предприятия, которая определяется показателями, характеризующими структуру капитала: коэффициент автономии, коэффициент соотношения заемного и собственного капитала, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и т.д. В то же время некоторые специалисты анализируют данное понятие более широко. В широком смысле финансовая устойчивость формируется показателями, которые определяют ликвидность, рентабельность, оборачиваемость, финансовую устойчивость в узком смысле, то есть может быть приравнена к понятию финансового состояния организации.

Автор статьи разделяет мнение об узком понимании понятия финансовой устойчивости, акцентируя внимание в работе на распределении капитала организаций. Достаточная доля собственного капитала означает, что заемные источники финансирования используются предприятием лишь в тех пределах, в которых оно может обеспечить их полный и своевременный возврат.

Основным риском при использовании заемных средств является риск недостаточности денежных средств для расчетов по обязательствам в неблагоприятных условиях [3]. Следовательно, наличие иму-

щества в денежной форме, достаточного для расчета по долговым обязательствам, обеспечивает снижение риска и, соответственно, является условием финансовой устойчивости [5].

Одним из критериев оценки финансовой устойчивости предприятия является излишек или недостаток источников средств для формирования запасов и затрат. На основе данного критерия традиционно выделяют четыре типа финансовой устойчивости организаций:

- абсолютная финансовая устойчивость;
- нормативная финансовая устойчивость;
- неустойчиво финансовое состояние;
- кризисное финансовое состояние.

Абсолютная устойчивость финансового состояния встречается крайне редко и возникает при условии излишка собственного оборотного капитала с величиной запасов, то есть когда запасы и затраты меньше суммы собственного оборотного капитала (и кредитов банка под товарно-материальные ценности).

Нормальная устойчивость финансового состояния характеризуется высоким уровнем рентабельности, отсутствием нарушений финансовой дисциплины. Данная характеристика финансового состояния задается условиями недостатка собственного оборотного капитала для формирования запасов, излишка или равенства перманентного капитала с величиной запасов.

Неустойчиво финансовое состояние характеризуется наличием нарушений платежеспособности, условий финансовой дисциплины, перебоями в поступлении денежных средств на расчетный счет, снижением доходности. Однако сохраняется возможность восстановить равновесие за счет пополнения собственного капитала и дополнительного привлечения кредитов и займов. Данный тип финансовой устойчивости задается условиями недостатка собственного оборотного и перманентного капиталов для формирования запасов, излишка или равенства основных источников формирования запасов с величиной запасов.

Кризисное финансовое состояние характеризуется кроме вышеуказанных признаков неустойчивого финансового положения наличием регулярных неплатежей (просроченных ссуд или задолженности поставщикам, наличием недоимок в бюджеты), по которым степень кризисного состояния может классифицироваться следующим образом: первая степень – наличие просроченных ссуд банкам и просро-

ченной задолженности поставщикам за товары; вторая степень – наличие, кроме того, недоимок в бюджеты; третья степень – наличие, кроме того, задержек в оплате труда и других неплатежей по исполнительным документам [2].

Кризисный тип финансового состояния означает, что организация находится на грани банкротства, так как денежные средства, краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность и прочие оборотные активы не покрываются даже величиной кредиторской задолженности и прочих краткосрочных обязательств. В зависимости от сложности финансового состояния кризисное состояние может классифицироваться: первой степени – при наличии просроченных ссуд банкам, второй степени – при наличии, кроме того, задолженности поставщикам за товары. Третья степень кризисного финансового состояния, которая граничит с банкротством, возникает при наличии недоимок в бюджеты. Этот тип финансовой устойчивости задается условием недостатка основных источников формирования запасов для их формирования.

Финансовая устойчивость торговой организации характеризуется системой абсолютных и относительных показателей. Абсолютные показатели (выручка от реализации (или близкий к нему показатель – объем продаж), прибыль [4]) необходимо рассматривать в динамике – только тогда полученные данные будут информативны. В свою очередь относительные показатели финансовой устойчивости уже сами по себе несут информацию о финансовом состоянии анализируемой компании.

Для проведения практического исследования российских организаций розничной торговли автором на базе анализа показателей существующих методик оценки финансовой устойчивости предприятий, а также исходя из личного субъективного мнения и опыта была выделена следующая группа показателей:

- коэффициент автономии (оптимальное значение показателя 0,5–0,7);
- коэффициент капитализации (оптимальное значение показателя <1);
- коэффициент маневренности собственных оборотных средств оптимальное значение показателя 0,2–0,5;
- коэффициент обеспеченности оборотного капитала собственными источниками финансирования (оптимальное значение показателя >0);

- коэффициент инвестирования (оптимальное значение показателя >1);
- коэффициент покрытия текущих обязательств оборотными активами (оптимальное значение показателя 1,5–2,5).

Автором была проведена оценка финансовой устойчивости более 1000 действующих в настоящий момент компаний, осуществляющих свою деятельность на территории Российской Федерации, находящихся в частной собственности, основной вид деятельности которых – розничная торговля обувью.

В результате проведенного исследования было выявлено следующее:

1. Коэффициент автономии 7,14% компании соответствует оптимальному значению за каждый из пять рассматриваемых лет, коэффициент автономии 17,86% организаций частично удовлетворяет требованиям установленных нормативов (значения коэффициента не за все рассмотренные года соответствуют нормативным значениям). В то же время наблюдается стабильный рост коэффициента автономии по 42,86% рассмотренных организаций, неизменное снижение значений коэффициента автономии диагностировано у 35,71% предприятий торговли обувью.

2. Коэффициент капитализации 32,14% подпадает под нормативные значения в 2009–2013 г., 53,17% организаций также соответствуют установленным требованиям коэффициента капитализации, но лишь за некоторые из рассмотренных временных периодов. 32,14% демонстрируют непрерывный рост указанного показателя, в свою очередь коэффициент капитализации 43,43% имеет тенденцию к непрерывному уменьшению своего значения.

3. Лишь 7,14% анализируемых компаний отвечают требованиям норматива коэффициента маневренности собственных оборотных средств на протяжении всех пяти рассмотренных лет, а 10,71% организаций частично удовлетворяют указанным условиям. Падение значений коэффициента маневренности собственных оборотных средств диагностировано у 42,86% российских предприятий розничной торговли обувью, в то время как неизменный рост данного показателя финансовой устойчивости наблюдается лишь у 14,29% организаций.

4. Более оптимистичная ситуация складывается при анализе коэффициента обеспеченности оборотного капитала собственными источниками финансирования – значения данного показателя 67,86% компаний не отличаются от оптимальных в течение 2009–2013 гг., 21,43%

организаций также демонстрируют удовлетворительные значения коэффициента обеспеченности оборотного капитала собственными источниками финансирования, но лишь за некоторые из анализируемых периодов. Тенденция к росту показателя выявлена у 28,57% предприятий торговли обувью, а 7,14% компаний показали стабильное уменьшение значений коэффициента.

5. Коэффициент инвестирования оптимален в течение пяти лет у 60,71% исследованных организаций, ещё 28,57% предприятий отвечают требованиям приятных нормативов коэффициента инвестирования за 3-4 года из рассмотренных пяти. Увеличение значений коэффициента было выявлено в 28,57% случаев, падение – в 14,29% случаев.

6. К сожалению, коэффициент покрытия текущих обязательств оборотными активами соответствует нормам только у 25% компаний, при этом ни одна из анализируемых организаций не продемонстрировала оптимальных значений коэффициента в течение всех пяти лет. Также не было выявлено стабильных тенденций роста или падения значений коэффициента у большого числа объектов исследования - по 10,71% организаций наблюдается тенденция к росту указанного показателя, 3,57% компаний указывают на стабильное снижение показателя.

На основе проведенных исследований финансовой устойчивости лидеров рынка розничной торговли обувью, а также остальных организаций розничной торговли, можно сделать следующие выводы о состоянии финансовой устойчивости рынка розничной торговли обувью в Российской Федерации:

- большую долю средств организаций торговли составляют заемные средства, что подвергает компании большим финансовым рискам и может привести к невозможности ведения деятельности, расчета по обязательствам, и даже банкротству;
- многие из рассмотренных компаний являются убыточными на протяжении продолжительного периода времени, что может свидетельствовать о несовершенстве системы управления предприятием, некомпетентности руководства, неверно выработанной стратегии деятельности;
- у ряда рассмотренных торговых организаций был диагностирован отрицательный коэффициент маневренности собственных оборотных средств, что свидетельствует о низкой финансовой устойчивости в сочетании с тем, что средства вложены в медленно реализуемые активы (основные средства), а оборотный капитал формировался за счет заемных средств.

В целом рынок розничной торговли на данный момент нельзя назвать стабильно финансово устойчивым, однако налицо общее изменение показателей-индикаторов в сторону оптимальных значений.

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ АНАЛИТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ СБЛИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ И БЮДЖЕТОВ ОРГАНИЗАЦИИ

**Шпак Ю.С., студент магистратуры
Факультета учета и аудита
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., профессор Н.А. Никифорова**

Аннотация: в статье показаны особенности формирования системы сбалансированных показателей для целей обеспечения эффективности реализации стратегии компании через систему бюджетов. Кроме того, статья содержит допущения, на которых основано применение системы сбалансированных показателей и выводы об их применимости в конкретных ситуациях.

Ключевые слова: система сбалансированных показателей, нефинансовые и финансовые параметры анализа эффективности, стратегический анализ, анализ и система бюджетирования.

Abstract: The article shows the peculiarities of the balanced scorecard formation for the purpose of ensuring the effectiveness of the company strategy implementation through a system of budgets. Additionally, the article contains the assumptions on which the use of the balanced scorecard is based on and conclusions about their applicability in specific situations.

Keywords: balanced scorecard, financial and non-financial parameters for performance analysis, strategic analysis, analysis and budgeting system.

В условиях жесткой конкуренции и нестабильности экономической ситуации многие организации при реализации стратегических планов испытывают определенные трудности. Главным образом, это связано с тем, что стратегии, как эффективный инструмент создания стоимости каждой организации, постоянно изменяются, тогда как методы, с помощью которых они анализируются, не успевают адаптироваться под изменяющуюся экономическую ситуацию. В настоящее время решающее значение при разработке стратегии играет способность организации управлять своими нематериальными активами, такими как деловая репутацию и взаимоотношение с клиентами, высокоэффективные операционные процессы, информационные технологии и инновационные продукты, а также мотивация работников организации.

Многие организации сегодня организуют бизнес через децентрализованные подразделения, поэтому реализация масштабных программ в таких организациях требует строгого соответствия между вспомогательными подразделениями, бизнес-единицами, менеджментом и работниками с одной стороны и самой стратегией – с другой. Быстро изменяющиеся технологии и законодательство, ужесточенная конкуренция в условиях кризиса требуют от компаний формирования, реализации и корректировок стратегии на постоянной основе, с использованием всех организационных уровней организации. Компаниям необходима понятная для менеджмента и работников система эффективных процессов, которые помогут получать своевременную информацию и обратную связь от подразделений.

В успешных коммерческих организациях именно бюджетирование является одним из инструментов реализации и контроля за стратегией. Именно сформулированные стейкхолдерами организации стратегические цели определяют то, какие именно показатели будут заложены в бюджеты. Однако, часто возникает ситуация, когда разработанную в интересах собственников организации стратегию, сложно контролировать на практике в краткосрочной перспективе. Вместе с тем, такая стратегия трансформируется в показатели бюджетов организации, а значит, в рамках оценки выполнения бюджетов происходит корректировка деятельности организации для выполнения конечной стратегической цели. Для того, чтобы своевременно контролировать достижимость стратегических целей организации, необходимо связать статьи бюджетов и факторы, которые влияют на достижение цели. Здесь на помощь приходят методы стратегического анализа.

Одним из механизмов, с помощью которого возможно анализировать взаимосвязь между бюджетами организации и ее стратегическими целями является система сбалансированных аналитических показателей. Классические виды планирования и бюджетирования, основанные на анализе исключительно финансовых показателей, являются малоэффективными в условиях современной экономической нестабильности, где все наибольшее значение имеют отношения с клиентами, опыт и знания работников, использование передовых технологий, наличие отлаженных внутренних операционных процессов. Именно данные нефинансовые взаимовлияющие составляющие при помощи системы показателей обеспечивают достижение стратегических целей организации. Во многих организациях разработанные бюджеты не опираются на стратегию компании, ориентируясь на краткосрочный результат.

При этом мотивация менеджеров строится на достижении тактических показателей, а бюджет является единственным средством контроля [1].

Система аналитических оценок деятельности организации должна быть организована таким образом, чтобы обеспечить четкость и выраженность взаимосвязи между различными показателями деятельности, а также между связи между данными показателями и деятельностью, направленной на достижение результатов. В начале 1990-х годов профессор Harvard Business School Роберт С. Каплан (Dr. Robert S. Kaplan) и президент консалтинговой фирмы Renaissance Solutions Дэвид П. Нортон (David P. Norton) разработали концепцию **сбалансированной системы показателей ССП**, предполагающую интеграцию финансовых и нефинансовых показателей эффективности деятельности и достижение четко обозначенных стратегических показателей и планов развития предприятия. Классическая система сбалансированных показателей, оказывающих непосредственное влияние на содержание бюджетов организации включала в себя 4 составляющие: [3] перспективу «финансы», в которой собраны финансовые цели и показатели по каждой стратегической хозяйственной единице и по всей организации в целом (данные показатели непосредственно отражаются в бюджетах организации с соответствующей аналитикой: номенклатура, статьи, клиенты и т.д.); клиенты, включающую в себя определение целевых сегментов рынка, на которых компания планирует сосредоточить свою деятельность; внутренние бизнес-процессы, включающие в себя процессы обратной связи или процедуры контроля и учета достижения ключевых показателей эффективности и показателей деятельности отдельных центров финансовой ответственности; а также составляющую обучения и развития работников, включающей помимо обучения работников и развития корпоративной культуры, также внедрение в процессы деятельности организации инноваций.

ССП – это механизм последовательного доведения до работников стратегических факторов успеха, целей предприятия и контроль их достижения через так называемые ключевые показатели эффективности (КПЭ) [2]. Важнейшим элементом системы сбалансированных показателей любой организации является создание плана или карты стратегических мероприятий, представляющих собой комплекс мер по достижению целей, поставленных собственниками организации и выраженными в виде показателей в бюджетах. Необходимо отметить, что данная карта должна быть представлена в виде декомпозированных в рамках отдельных центров финансовой ответственности показателей

разных уровней управления (от высшего руководства до рядовых работников организации).

Наиболее применимым элементом системы сбалансированных показателей для целей бюджетирования являются финансы. Так, в любой организации присутствует структура финансовых целей, которые закладываются собственниками для реализации. Примером может являться цель собственников достичь максимальной для данных условиях рынка стоимости бизнеса (или же при намерении в дальнейшем продать компанию – получение максимальных доходов собственниками). Такая цель является целью высшего уровня стратегической карты системы. При этом, переходя на более низкий уровень – управления подразделениями, данная цель может трансформироваться в цели захвата максимальной стоимости рынка, максимальной рентабельности активов, капитала и продаж, получение максимально возможной чистой прибыли. Важно отметить, что степень достижения данных целей будет характеризоваться через ключевые аналитические показатели эффективности деятельности, которые могут быть как финансово-экономическими (величина чистых активов, сумма дивидендов, рентабельность продаж и т.д.), так и нефинансовыми (показатели позиций на рынке, рейтинги компаний). Каждый из данных показателей находит свое отражение в одном из бюджетов организации.

Таблица 1 – Связь целей и показателей системы финансы с бюджетами

	Цель	Показатель деятельности	Бюджет
1	Максимальная стоимость организации	Стоимость чистых активов организации	Бюджет по балансу
2	Максимальный доход собственников	– Дивиденды начисленные; – Дивиденды выплаченные	Бюджет распределения прибыли; Бюджет выплат акционерам
3	Максимальная доля рынка	Средневзвешенная доля рынка по основным категориям товаров	Бюджет продаж; Бюджет доходов от продаж
4	Максимальная рентабельность	Рентабельность основной деятельности	Бюджет доходов и расходов по основной деятельности
5	Максимальная валовая прибыль	Валовая прибыль, начисленная за период	

(Ист.: Журнал финансовый директор, <http://fd.ru/>, Боровков П.П. «Как увязать бюджеты со сбалансированной системой показателей»)

Несомненным преимуществом системы сбалансированных показателей для увязки целей акционеров и бюджетов является то, что после построения карты целей верхнего уровня, ключевые показатели достижения данных целей распределяются по центрам финансовой ответственности на более детальные показатели – так называемые показатели эффективности. Руководители центров будут стремиться достичь данные показатели, ориентированные на стратегические цели организации. При этом важно отметить, что показатели должны быть разработаны в соответствии с ролью данного центра ответственности в процессе управления и выполняемыми им функциями. Такие показатели должны быть отражены в операционных бюджетах организации.

В качестве примера взаимосвязи декомпозированных аналитических показателей с бюджетами можно привести показатели для целей достижения максимальной рентабельности.

Таблица 2 – Взаимосвязь частных показателей эффективности и бюджетов организации.

Уровень организации			Уровень центра ответственности		
№	Цель верхнего уровня	Ключевой показатель эффективности	Декомпозированный показатель	ЦФО	Бюджет
1	Максимальная рентабельность	Рентабельность продаж	Доходы от -продажи основной продукции	Центр дохода «Продажи»	Бюджет продаж
			Себестоимость проданной основной продукции	Центр затрат «Производство»	Бюджет производственной себестоимости
			Коммерческие расходы	Центр затрат «Продажи»	Бюджет расходов на реализацию
			Административные расходы	Центр затрат «Администрация»	Бюджет административных расходов

На основании операционных бюджетов, в которых заложены показатели для достижения стратегической цели «Максимальная рентабельность» представляется возможным рассчитать предельную сумму приемлемых расходов, которые распределены по бюджетам в соответствии с их видами. Сумма каждого вида расходов определяются на основании экспертной оценки руководителей центров ответственности и статистики расходов.

Еще одним преимуществом системы сбалансированных показателей при сближении стратегических целей организации с бюджетами является процесс обратной связи, которые представляют собой бизнес-процессы организации, в ходе которых получают и анализируются

фактические значения стратегии на уровне каждого центра ответственности. При этом необходимо обеспечение связи между существующими учетными системами и системой сбалансированных показателей.

По завершению разработки сбалансированной системы показателей создается план стратегических мероприятий по достижению поставленных стейкхолдерами целей. Данный план представляет собой портфель проектов по внедрению критических для реализации стратегии инструментов управления. При этом у любых проектов, и в том числе тех, которые входят в план стратегических мероприятий, существуют различные параметры анализа эффективности. Часть этих параметров являются нефинансовыми, [2] такие как затраченное время, отклонение фактических календарных сроков от плановых, оценка качества полученных результатов проекта. Но основную часть будут составлять финансовые параметры, которые найдут свое отражение в бюджетах. Например, проект «Внедрение системы стратегического учета» имеет четко заданные расходы, которые будут учтены в «Бюджете административных затрат».

Таким образом, система сбалансированных показателей, будучи отражением стратегических целей компании, образует исходный пункт для эффективного и результативного оперативного планирования, так как все финансовые и нефинансовые показатели из ССП поступают непосредственно в систему бюджетов компании [6].

Практика создания и внедрения системы сбалансированных показателей дает возможность организации реализовать процессы стратегического планирования и анализа согласованно с созданием годового бюджета. Нужно отметить, что для максимального сближения системы сбалансированных показателей и оперативного или стратегического планирования возможно достичь при наличии автоматизации данных процессов на единой платформе. Данная процедура позволит уменьшить трудоемкость анализа достижения поставленных целей.

Внедрение системы сбалансированных показателей для сближения стратегических целей организации и ее бюджетов позволит увеличить эффективность документооборота (за счет соотнесенных основных показателей эффективности деятельности организации, источников полученных данных и документов, получаемых на выходе); повысит эффективность координации деятельности различных отделов и подразделений; позволит трансформировать ключевые показатели эффективности деятельности из формальных внешних показателей оценки в составляющие оценки качества бюджетирования [4] за счет взаимоувязки стратегических целей и показателей эффективности.

Литература:

1. *Боровков П.П.* Как увязать бюджеты со сбалансированной системой показателей//Журнал Финансовый директор, Выпуск №1, 2014.
2. *Никифорова Н.А., Тафинцева В.Н.* Управленческий анализ. М.: Издательство Юрайт, серия Магистр, 2013.
3. *Каплан Р.С., Нортон Б.П.* Сбалансированная система показателей: Стратегия к действию. М: Олимп-Бизнес, 2009.
4. *Баландина А.С.* Построение системы бюджетирования в холдинговых структурах// Вестник Томского государственного университета, 2011, №296.
5. Справочная информационная система Финансовый директор // <http://www.1fd.ru/>
6. *Кононова С.А.* Формирование системы сбалансированных показателей как фактор стратегического развития предприятия// Вестник Кемеровского государственного университета, 2014, №4(60).

ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИЗНАНИЯ ВЫРУЧКИ В ПРАКТИКЕ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ

**Скрылева Е.А., студент магистратуры
Факультета учета и аудита
Финансового университета
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Е.Н. Домбровская**

Аннотация: в данной статье освещена специфика признания выручки компаний нефтегазовой отрасли ввиду особенностей их функционирования. Многие вопросы финансовой отчетности, связанные с деятельностью нефтегазовых компаний, возникают из-за особых условий, в которых они функционируют. Их финансовая отчетность должна отражать риски и выгоды, присущие данной отрасли. Однако в то же самое время экономические соглашения, направленные на снижение этих рисков, могут обуславливать и возникновение дополнительных трудностей, связанных с составлением финансовой отчетности, которые рассмотрены в данной работе.

Ключевые слова: признание выручки, превышение и недополучение объемов добычи, побочная выручка, договор на буровые работы, особенности нефтегазовых компаний

Abstract: In this article the specificity of revenue recognition in practice of oil and gas companies is described due to the peculiarities of their functioning. Many issues about financial reporting arise because of special circumstances in which they operate. The financial reports should reflect the risks and benefits of the industry. However, at the same time the agreements aimed to reduce these risks can lead to additional difficulties related to financial reporting, which are discussed in this article.

Keywords: revenue recognition, excess and shortfall in production, incidental revenues, the contract for drilling, peculiarities of oil and gas companies.

Существует многообразие договорных отношений между нефтегазовыми компаниями и их клиентами с точки зрения характера отношений и степени их сложности. Основными характерными чертами деятельности нефтегазовых компаний по вопросам составления и предоставления отчетности являются:

- высокая степень риска;
- слабая связь между рисками и выгодами;
- большой промежуток времени между затратами и добычей;
- высокая стоимость отдельных проектов;
- уникальные типы договоров о распределении затрат;

- усиленный контроль и регулирование со стороны государства;
- экономические, технологические и политические факторы.

Исторически сложилось так, что Совет по МСФО и его предшественник Комитет по МСФО избегали рассмотрения вопросов учета, характерных для добывающих отраслей, исключая минеральные ресурсы и запасы полезных ископаемых из сферы действия своих стандартов учета. Таким образом в нефтегазовой отрасли возникло много специфических вопросов, связанных с учетом. Это обусловлено неопределенностью, характерной для разведки и извлечения минеральных ресурсов, широким спектром соглашений о разделе рисков и вовлеченностью правительства. Во многих случаях существуют обоснованные расхождения во мнениях относительно метода учета этих статей, который должен применяться компаниями. В данной статье рассмотрены особенности признания выручки по МСФО компаниями нефтегазового сектора.

Выручка на этапе разработки: побочная выручка. Если какая-либо часть дохода полностью получена исключительно в результате процесса доставки актива в нужное место и приведения его в состояние, необходимое для его использования по назначению (к примеру, от продажи образцов, полученных при проверке данного оборудования), полученный доход должен зачитываться против стоимости актива.

С другой стороны, если актив уже находится в необходимом месте и состоянии, обеспечивающем возможность его функционирования в соответствии с намерениями руководства, МСФО (IAS) 16 требует прекращения капитализации и начала амортизации. В данных обстоятельствах весь доход, полученный от использования актива, должен быть признан в отчете о прибылях и убытках как выручка, а затраты, соответствующие данной деятельности, должны включать элемент амортизации актива.

Превышение и недополучение объемов добычи. Превышение и недополучение объемов добычи часто возникают при совместной эксплуатации нефтегазовых месторождений, когда два (или более) владельца долей участия в месторождении имеют право на получение добытой продукции в натуральной форме. Каждому из участников совместной деятельности причитается доля добытой на месторождении продукции, соответствующая прямой доле его участия. Однако количество нефти или газа, фактически проданного каждым участником совместной деятельности, может в любой момент времени отличаться от количества, соответствующего прямой доле его участия. Такие

несоответствия между объемом проданной продукции и объемом, причитающимся участникам совместной деятельности в соответствии с долями их участия, называются превышением (недополучением) объемов добычи. В большинстве случаев некоторые из участников совместного предприятия будут находиться в положении превышения объемов добычи (то есть они получили больше продукции, нежели составляет доля их участия), в то время как другие участники могут находиться в положении недополучения объемов добычи (то есть они получили меньше продукции, нежели составляет их доля участия).

Пример. Нефтегазовые компании А и В имеют прямое долевое участие в месторождении С в размере 50% каждая. Добыча на месторождении С составила в текущем месяце 100 000 баррелей нефти. Компания А продает 60 000 баррелей нефти по 75 долларов США за баррель перерабатывающей компании D. Фактический объем продаж составляет 60 000 баррелей, в результате чего возникает превышение объема добычи на 10 000 баррелей [(60 000 баррелей – [100 000 баррелей * 50%]).

Подобные несоответствия в объемах добычи обычно разрешаются одним из следующих способов:

I. Урегулирование в денежной форме. Если участники соглашения обладают правом на компенсацию несоответствий в денежной форме, то актив, связанный с недополученными объемами добычи (обязательство, связанное с превышением объемов добычи), очевидным образом соответствует определению финансового актива (обязательства) согласно МСФО и должно учитываться согласно МСФО (IAS) 39. В зависимости от назначения финансового актива или финансового обязательства оно должно оцениваться либо по амортизированной стоимости, либо по справедливой стоимости. Справедливая стоимость в таких случаях будет равняться сумме денежной выплаты, правом на получение которой обладают участники соглашения либо которую они должны произвести.

II. Физическое погашение. Если компенсация несоответствий происходит физически путем корректировки будущих объемов добычи либо предоставления определенного количества продукции из другого источника, не всегда ясно, по какой стоимости должны признаваться актив или обязательство. Обязательство, связанное с превышением объемов добычи, обычно отвечает определению резерва согласно МСФО (IAS) 37, поскольку время и сумма платежа не могут быть

точно определены. При применении МСФО (IAS) 37 сумма, признаваемая как резерв, должна представлять собой «наилучшую оценку расходов, необходимых для погашения текущего обязательства на дату составления баланса», которое является «суммой, которую компания бы реально выплатила в счет погашения обязательства на дату составления баланса». Актив, связанный с недостаточными объемами добычи, предоставляет компании право на получение определенного количества продукции от другой стороны и соответствует предоплаченной сделке по покупке товаров (и также схож с товарным займом). Таким образом, обоснованным является учет подобных активов, как товаров, применение по аналогии с запасами указаний, содержащихся в МСФО (IAS) 2. По этой причине актив, связанный с недополученными объемами добычи, может оцениваться либо (1) по наименьшей из себестоимости или чистой стоимости реализации, либо (2) по чистой стоимости реализации в соответствии с установившейся в отрасли практикой.

Торговая деятельность. Многие нефтегазовые компании занимаются торговлей нефтью и газом (к примеру, поставками сырой нефти) и они могут либо получить поставляемые объемы продукции, либо перепродать ее без принятия поставки. Даже если компания получает физическую поставку и становится юридическим владельцем груза сырой нефти либо содержимого емкости для хранения, это может быть лишь частью ее торговой деятельности. Такие сделки не подпадают под исключение, связанное с обычной покупкой или продажей, в случаях, когда «компания имеет опыт получения поставляемого актива и его продажи вскоре после поставки с целью получения прибыли от краткосрочных колебаний цены либо торговой наценки». В данном случае договоры на куплю-продажу должны учитываться как производные инструменты согласно МСФО (IAS) 39.

Договоры на буровые работы с оплатой на основе суточной ставки. Договоры на буровые работы, как правило, содержат спецификации, где указаны необходимые параметры буровых установок и оборудования, а также сроки работ и требования к персоналу. Оплата за такие работы может начисляться: на основании суточных ставок на буровые работы, на простой и на ремонтные работы (например, для договоров о производстве буровых работ на шельфе), на основании глубины бурения (например, для договоров о производстве буровых работ на суше) или в отдельных случаях по факту завершения всей буровой

программы. Кроме этого, конкретные ставки оплаты могут устанавливаться для отдельных специалистов и видов услуг (например, по организации питания и т. п.). Договоры на буровые работы могут быть кратко- или долгосрочными и предусматривать возможность продления.

Выручка по таким договорам, как правило, признается по мере оказания услуг, т. е. на посуточной или почасовой основе с использованием суточных ставок, предусмотренных договором.

Как было сказано выше, если договор частично относится к сфере применения другого стандарта, то сначала надо будет применять требования такого другого стандарта (например, для учета встроенного договора аренды или встроенного производного инструмента). Соответственно, компания, которая производит буровые работы, должна будет определить, является ли какой-либо конкретный договор договором аренды, договором аренды с компонентом, предусматривающим оказание услуг, или же исключительно договором на оказание услуг. После выделения в договоре компонента, предусматривающего оказание услуг (или если определено, что договор является исключительно договором на оказание услуг), компания, производящая буровые работы, должна будет идентифицировать отличные от других обязательства к исполнению по данному договору.

Компаниям, которые производят буровые работы, необходимо будет определить, предусматривают ли договоры на буровые работы предоставление товаров или услуг (например, услуг по организации питания, транспортных услуг, расходных и других материалов, используемых в процессе бурения, арендуемых инструментов и т. п.), представляющих собой отдельные обязательства к исполнению, т. е. являются ли предоставляемые по договору товары или услуги отличными от других. Если они не являются отличными от других, то тогда компании надо будет определить, на каком уровне ей следует объединить эти товары или услуги, чтобы в результате она могла идентифицировать отличное от других обязательство к исполнению. Также, возможно, компании необходимо будет провести дополнительный анализ для установления того, обязана ли она объединить отличные от других товары или услуги либо ей разрешается это сделать, применив исключение практического характера. Идентификация обязательств к исполнению по договору в соответствии с требованиями Проекта стандарта будет происходить на основе конкретных фактов и обстоятельств заключения этого договора.

На следующем этапе компании необходимо определить, а затем распределить цену сделки. Поскольку значительная часть вознаграждения может являться переменной (в частности, если предусмотрены различные суточные ставки для разных видов деятельности, премии и другие виды переменного вознаграждения), компания, которая производит буровые работы, должна будет использовать один из двух предлагаемых Проектом стандарта способов определения переменного вознаграждения, а именно метод «ожидаемой стоимости» или метод «наиболее вероятной величины».

Последующие изменения в цене сделки необходимо выявлять в каждом отчетном периоде и затем перераспределять на отдельные обязательства к исполнению исходя из их первоначальной индивидуальной цены продажи. Если компания может подтвердить, что последующее изменение относится полностью к отличному от других товару или услуге, то такое изменение следует распределить только на этот отличный от других товар или услугу. Выполнение этого требования повлечет за собой изменение выручки, которая распределяется и признается в отношении уже погашенных обязательств к исполнению, а также изменение будущей выручки, которая еще не признана. Корректировки оценочной цены сделки, относящиеся к погашенным обязательствам к исполнению, повлияют на величину выручки за период, в котором сделана корректировка, что может привести к ее волатильности. Первоначальное и последующее определение цены сделки может вызвать серьезные затруднения у компаний и потребовать больших временных затрат.

Погашение обязательств к исполнению – признание выручки. Выручка по договору на буровые работы будет признаваться по факту погашения обязательства к исполнению. Погашение обязательств к исполнению может происходить в какой-то момент времени или в течение периода времени. В первом случае погашение обязательства происходит, когда клиент получает контроль над соответствующим товаром или результатом услуги, тогда как во втором случае компания будет применять подходящий метод оценки хода выполнения договора.

По мнению автора, структура признания выручки компании, которая производит буровые работы, будет меняться в зависимости от услуг, предоставляемых в рамках договора на буровые работы. Она также будет зависеть от результата определения компанией того, являются ли эти услуги отличными от других обязательствами к исполнению, можно ли и как их объединить, и от того, как она определит цену сделки и затем распределит ее на эти конкретные обязательства к исполнению.

Литература:

1. Вестник МСФО. Устанавливаем правила игры. Джен Сиссон. сентябрь 2014. С. 1–3.
2. Нефть России. А на наш век хватит? Усов А.И. № 6 от 2014. С. 30–31.
3. Нефть России. Запас карман не тянет. Усов А.И. № 9 от 2014. С. 14–15.
4. Ernst&Young Применяем МСФО. Новая редакция предполагаемого стандарта по признанию выручки по договорам с клиентами, последствия для компаний нефтегазовой отрасли. 2014.
5. Ernst&Young Global oil gas transactions review. 2014. 2014.
6. Ernst&Young Особенности применения МСФО для компаний нефтегазового сектора. 2014.
7. KPMG МСФО. Как новый стандарт по выручке повлияет на учет в нефтегазовых компаниях. 2014.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

*Миронченко Е.Г., студент магистратуры
Факультета экономики и финансов,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет*

Аннотация: основной целью анализа затрат на производство продукции является выявление и оценка резервов сокращения себестоимости. анализ затрат на производство и реализацию продукции представляют собой объективно необходимый элемент управления производством, в том числе и затратами. Они являются этапом управленческой деятельности. С помощью экономического анализа познается сущность хозяйственных процессов, осуществляется оценка хозяйственных ситуаций, выявляются резервы производства и, таким образом, обосновываются решения для планирования и управления.

Abstract: The main purpose of the analysis of production costs is the identification and estimation of reserves of cost reduction. analysis of the costs of production and sales are objectively necessary element of production management, including cost. They are a step in management. With the knowledge of the essence of the economic analysis of economic processes, assesses the economic situations are identified reserves of production and, thus, justified solutions for planning and management.

Ключевые слова: Анализ, оценка, бухгалтерский учет, себестоимость, калькуляция.

Keywords. Analysis, evaluation, accounting, cost, costing.

Показатель, характеризующий экономическую эффективность производства организации – это себестоимость продукции. От ее величины зависят финансовые результаты деятельности и финансовое состояние. Снижение себестоимости продукции является важнейшим фактором дальнейшего развития производства, увеличения прибыли и повышения финансового состояния организации. Себестоимость представляет собой стоимостное выражение затрат на производство продукции. Отличие себестоимости от затрат в целом заключается в том, что затраты могут быть произведены организацией, но при этом не включаться в себестоимость продукции, например, капитальные затраты или затраты по приобретению основных средств.

Основной целью анализа затрат на производство продукции является выявление и оценка резервов сокращения себестоимости. Основными задачами анализа являются следующие:

- анализ затрат на производство по экономическим элементам и статьям калькуляции;
- анализ прямых и косвенных затрат;
- анализ себестоимости отдельных видов изделий;
- анализ затрат на 1 руб. выпуска продукции;
- анализ переменных и постоянных затрат;
- выявление резервов снижения себестоимости продукции.

Источниками информации для проведения анализа являются: бизнес-план, плановые и отчетные калькуляции, отчет о затратах на производство и реализацию продукции, данные статистической отчетности, данные синтетических и аналитических счетов по учету затрат на производство продукции (счета 20, 23, 26 и др.), первичные документы по учету материалов, основных средств, персонала и т.д [1, 2].

В процессе анализа определяют и оценивают состав и структуру затрат на производство, а также ее изменения за отчетный период по элементам затрат и по калькуляционным статьям. При этом изучают удельный вес отдельных элементов затрат в общей сумме затрат и их изменения за отчетный период, что позволяет дать оценку рациональности такой структуры, а также определить емкость производства (фондоемкое, трудоемкое, материалоемкое и т.д.).

Представление затрат по экономическим элементам характерно для любых отраслей, областей, видов деятельности. Затраты на производство по экономическим элементам являются агрегированными, что не позволяет детально провести анализ и оценить их объективно, поэтому особое внимание уделяют анализу состава и структуры затрат по статьям калькуляции. В процессе анализа выявляют те статьи, по которым образовались экономия или перерасход средств, а также углубленно изучают комплексные статьи, такие как, например, общехозяйственные расходы, общепроизводственные расходы, коммерческие и пр.

Элементами затрат на производство продукции являются:

- материальные затраты;
- фонд оплаты труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация;
- прочие расходы.

Типовые калькуляционные статьи включают в себя:

- сырье и материалы (за вычетом возвратных отходов);
- покупные изделия и полуфабрикаты;
- топливо и энергия на технологические цели;
- основная зарплата производственных рабочих;
- дополнительная зарплата производственных рабочих;
- отчисления на социальное страхование и обеспечение;
- расходы на подготовку и освоение новых производств;
- расходы на содержание и эксплуатацию оборудования;
- общехозяйственные расходы;
- потери от брака;
- коммерческие расходы (расходы на продажу).

Особое внимание в ходе анализа уделяют комплексным, многоэлементным статьям, таким как общепроизводственные, общехозяйственные, расходы на подготовку и освоение новых видов продукции, потери от брака и коммерческие расходы (расходы на продажу). При этом анализируют и оценивают факторы их изменения. Например, основными факторами изменения общехозяйственных расходов являются следующие:

- изменение численности и фонда оплаты труда управленческого персонала;
- изменение стоимости основных средств общехозяйственного назначения и норм амортизации;
- изменение норм расходов на командировки;
- изменение объема работ и их стоимости по проведению испытаний, опытов;
- изменение численности и заработной платы сторожевой и пожарной охраны и др.

Аналогично проводят анализ общепроизводственных расходов в разрезе номенклатурных статей. Также в процессе анализа внимание уделяют расходам на подготовку и освоение новых видов продукции, новых производств. Эти расходы изучают и оценивают в разрезе каждой номенклатурной статьи. При этом определяют и оценивают состав и структуру этих расходов, выявляют причины отклонения от плана. Особое внимание в ходе анализа также уделяют показателю потерь от брака. Данный показатель является косвенным для оценки качества выпускаемой продукции. Стоимость и уровень брака продукции являются не только показателями качества продукции, но и важной характеристикой технической оснащенности производства, организации

труда, квалификации рабочих. При этом проводят углубленный анализ потерь от брака и определяют следующие показатели:

- себестоимость окончательно забракованных изделий;
- материалы на исправление брака;
- зарплата рабочих по исправлению брака;
- расходы по исправлению брака;
- сумма удержаний с виновников брака;
- стоимость отходов по цене возможного использования и др. На следующем этапе анализа определяют и оценивают прямые и косвенные расходы на производство продукции.

К прямым расходам относят такие расходы, которые прямо включают в себестоимость продукции. Как правило, к ним относят материальные и трудовые расходы. Косвенные расходы прямо не относят на себестоимость продукции, а распределяют между производимыми видами продукции и включают в себестоимость каждого вида. Как правило, к ним относят общехозяйственные, коммерческие и частично общепроизводственные расходы.

Прямые и косвенные расходы зависят от следующих факторов:

- объем выпуска продукции;
- структура выпуска продукции;
- особенности технологического процесса;
- организация производства и др.

При анализе этих расходов изучают их динамику, причины, отклонения от сметы затрат, а также определяют обоснованность распределения косвенных расходов. Анализ динамики этих расходов осуществляют путем сравнения фактической их величины на 1 руб. готовой продукции за ряд периодов, а также с плановым их уровнем за отчетный период. Такое сопоставление в целом по отдельным статьям этих расходов показывает их долю в рубле готовой продукции, тенденцию изменений. Дальнейший анализ направлен на выявление причин и факторов, вызвавших эти изменения. Также анализируют прямые материальные и трудовые затраты, так как они имеют наибольший удельный вес в себестоимости продукции. Прямые материальные затраты на весь объем производства продукции зависят от объема производства, уровня материальных затрат на единицу продукции, норм расхода сырья и материалов, цен на сырье и материалы и прочих факторов. Особое внимание при этом уделяют анализу сверхплановых возвратных отходов, которые можно реализовать или использовать для других це-

лей. Наличие сверхплановых безвозвратных отходов приводит к удорожанию продукции и уменьшению объема выпуска.

Также изучают прямые трудовые затраты. Общая сумма прямой заработной платы зависит от объема производства продукции, ее структуры, трудоемкости изготовления продукции и прочих показателей. В заключении анализа определяют резервы снижения прямых и косвенных затрат:

- снижение трудоемкости изготовления продукции;
- внедрение прогрессивных норм расхода материалов;
- повышение квалификации рабочих;
- повышение производительности труда;
- снижение непроизводительных затрат рабочего времени;
- совершенствование организации труда и производства и др.

При определении резервов снижения себестоимости продукции необходимо также провести углубленный анализ и оценить себестоимость отдельных видов продукции. На изменение себестоимости отдельных видов продукции оказывают влияние изменение структуры выпуска продукции и изменение себестоимости единицы каждого вида изделий. На последнем этапе анализа себестоимости определяют резервы ее снижения. Такими резервами могут быть:

- увеличение объемов производства (при этом несколько сокращаются постоянные расходы);
- сокращение затрат на производство продукции за счет повышения производительности труда, уровня квалификации рабочих, более экономного расходования сырья, материалов, топлива, энергии и т.д.;
- внедрение новой техники и прогрессивной технологии;
- сокращение потерь рабочего времени;
- сокращение объема забракованной продукции;
- совершенствование организации труда, производства и управления и др.

Как в целом экономический анализ, так и анализ затрат на производство и реализацию продукции представляют собой объективно необходимый элемент управления производством, в том числе и затратами. Они являются этапом управленческой деятельности. С помощью экономического анализа познается сущность хозяйственных процессов, осуществляется оценка хозяйственных ситуаций, выявляются резервы производства и, таким образом, обосновываются решения для планирования и управления.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О бухгалтерском учете» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014) // поисково-справочная система Консультант Плюс – электронный ресурс.
2. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 № 94н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» // поисково-справочная система Консультант Плюс – электронный ресурс.
3. *Агеева О.А., Шахматова Л.С.* Бухгалтерский учет и анализ. М.: Издательство Юрайт, 2014.
4. *Кондраков Н.П.* Бухгалтерский учет: учебное пособие. М.: ИНФРА. М, 2012.
5. *Савицкая Г.В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: ИНФРА. М, 2012.

Секция «Денежно-кредитная сфера и банковский бизнес: кризис или новая волна?»

УДК 336.713

МЕЖБАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Диденко В.Ю., к.э.н., доц. кафедры
«Денежно-кредитные отношения
и монетарная политика»
Финансового университета*

Аннотация: рассмотрены основные элементы межбанковского кредитования. Исследованы взаимосвязи, возникающие на межбанковском кредитном рынке. Представлены аналитические данные по межбанковским процентным ставкам. Выделены основные факторы, влияющие на межбанковское кредитование.

Ключевые слова и термины: межбанковское кредитование, ставки, риск, стабильность, банковская сфера.

Abstract: The main elements of the inter-bank lending are considered. We investigate the relationship arising in the interbank credit market. The analytical data on interbank interest rates. The basic factors affecting the interbank lending are presented.

Key words and terms: interbank lending rates, risk, stability, banking.

Межбанковское кредитование является основным связующим звеном между денежно-кредитной политикой Банка России и экономикой, позволяя трансформировать краткосрочные привлеченные средства в долгосрочные.

Межбанковское кредитование занимает существенную долю денежного рынка. К ресурсам рынка межбанковского кредитования относятся кредиты, депозиты и прочие привлеченные на нем средства (рисунки 1).

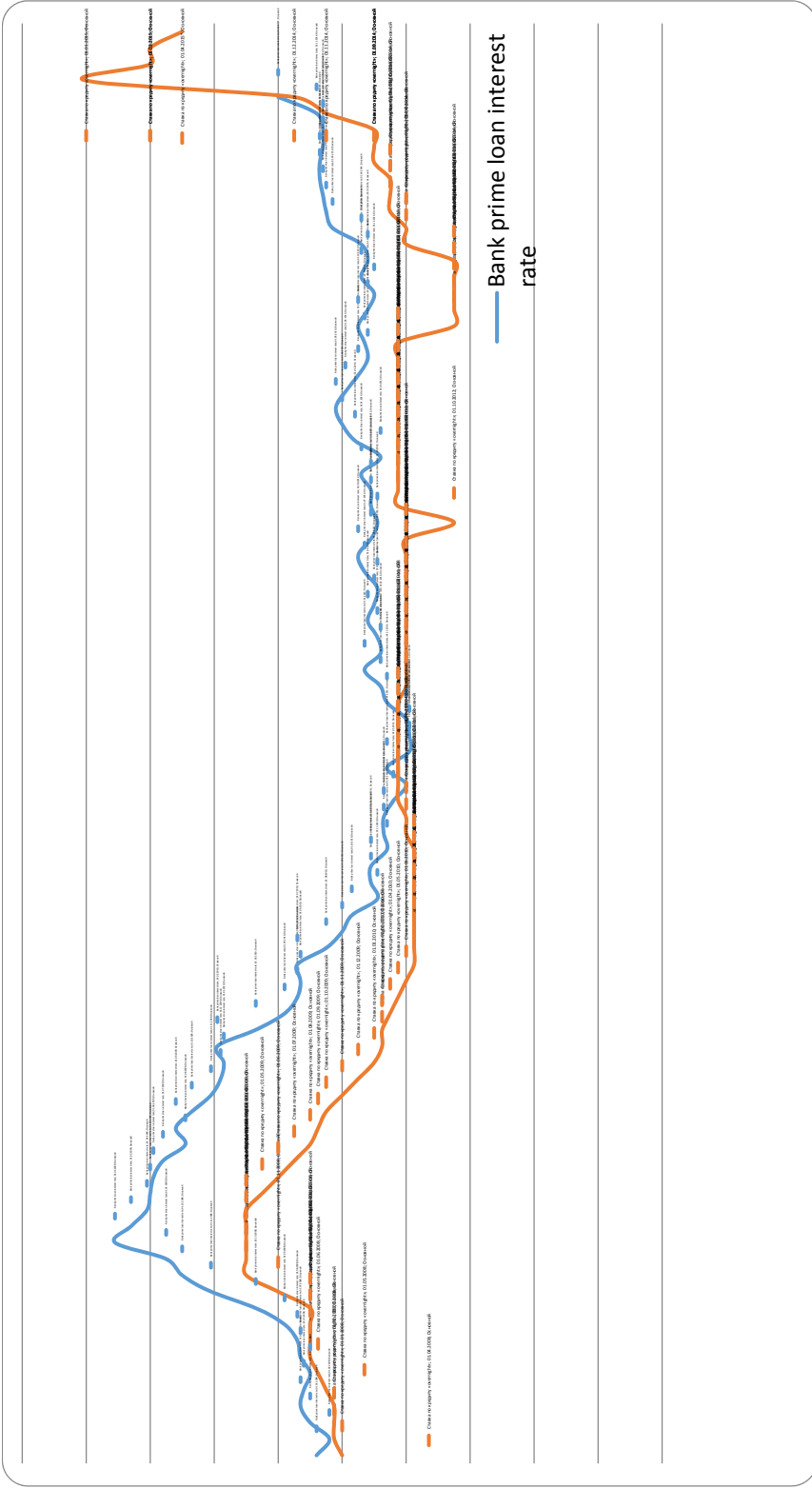


Рисунок 1 – Динамика процентных ставок по кредитам [7].

Целью межбанковского кредитования является: на макроуровне – увеличение кредитно-инвестиционного потенциала банковской сферы; на микроуровне – поддержание ликвидности коммерческих банков. Операции производятся между финансовыми учреждениями, как правило, между коммерческими банками, с избытком резервов и их нехваткой, которую они могут восполнить с помощью кредита со сроком погашения до одного года. Основными предпосылками организации рынка межбанковского кредитования служат: выполнение требований центрального банка к величине обязательных резервов; удовлетворение ежедневной потребности в притоках денежных средств для покрытия операционных расходов банков; предотвращение банкротства и временной неплатежеспособности банков [3, с.7]. Коммерческий банк может заниматься привлечением межбанковских кредитов как самостоятельно с помощью прямых корреспондентских отношений, так и через существующих финансовых посредников – расчетно-кассовые центры ЦБ РФ. Межбанковское кредитование не подлежит резервированию обязательного резерва ЦБ РФ, а его значение в деятельности коммерческих банков заключается в функциях самих банков: защита от дефицита ликвидности отдельного коммерческого банка; абсорбирование шоков ликвидности банковской сферы.

Для покрытия дефицита ликвидности отдельно взятому банку, который не имеет доступа к межбанковскому рынку кредитования, необходимо поддерживать постоянно меняющийся запас ликвидности. Как же это происходит? Последствия банкротства Lehman Brothers ясно дали понять, что инвестиционно-финансовые решения отдельных банков взаимосвязаны между собой [4, с.23]. Повышение риска ликвидности одного банка влияет на ситуацию всего межбанковского рынка. Подобно вихрю, риски межбанковского рынка увеличивают риски в финансовой системе. И тогда традиционные методы борьбы с риском ликвидности банка не эффективны.

Межбанковский кредитный рынок – один из основных элементов финансового рынка, объектом которого являются покупка/продажа кредитных ресурсов. На нем обращаются краткосрочные долговые ценные бумаги, которые имеют высокую ликвидность и оптимальное соотношение риска и доходности. Долговые ценные бумаги рассматриваются как эквиваленты денежных средств. Но термин «межбанковский кредит» коммерческих банков обычно относится к внебиржевому рынку с использованием необеспеченных кредитных ресурсов. Когда

коммерческому банку требуются привлеченные средства, он обращается к банку, который имеет излишек резервов. Партнерские межбанковские отношения играют существенную роль в привлечении кредитов по оптимальной для заемщика стоимости. Следует отметить, что кредиты предоставляются без залога или с незначительным обеспечением, т.к. основаны на доверии и уверенности в кредитоспособности заемщика. Для того чтобы управлять межбанковским кредитным рынком необходима информация о межбанковских процентных ставках. В основе них лежит базовая межбанковская ставка, «prime rate». Если анализировать средства, которые поступили или выбыли у банков, можно дать точную информацию о процентных ставках, по которым они заняли или дали в заем средства.

Межбанковские процентные ставки рассматривают как ценовые индикаторы межбанковского кредитования, которые позволяют анализировать состояние финансового рынка.

В условиях ограничения на внешнем рынке долгосрочных заимствований банки нуждаются в повышении ликвидности, но ЦБ предоставляет банкам только краткосрочные средства через операции РЕПО. В России это преимущественно недельные операции РЕПО с высокими ставками. Ставки по операциям РЕПО резко выросли с учетом геополитических рисков, при этом был продлен срок операций с одного дня до 7 дней. Объем сделок по операциям РЕПО в 2014 г. имел значительный подъем. Согласно отчетности ЦБ по состоянию на 23.06.2014 года задолженность кредитных организаций по операциям РЕПО составила 2 488 259,3 млн рублей, в том числе – 2 479 857,9 млн рублей – по операциям на аукционной основе и 8 401,4 млн рублей – по операциям по фиксированной ставке. Для сравнения: по данным на 23.06.2011 года данный показатель составлял 1 965,8 млн рублей; по данным на 22.06.2012 года – 1 252 173,2 млн рублей; по данным на 21.06.2013 г. – 2 000 746,5 млн рублей.

Волатильность межбанковских кредитных процентных ставок имеет прямую корреляционную связь с показателями ликвидности отдельного банка, что в свою очередь, отражается на его кредитно-инвестиционном потенциале.

Поэтому важно понимать, что финансовая устойчивость каждого из участников рынка межбанковского кредитования стратегически важна для «здорового» развития межбанковских отношений. Сокращение активов банка-участника рынка, вызванное обесценением инве-

стиционных ресурсов или кредитным дефолтом, уменьшает межбанковские активы на рынке.

Ежедневные проблемы с ликвидностью у банков обычно носят незначительный характер, но если его обязательства превышают его чистые активы, это может привести к дефолту. Политика по управлению ликвидности, основанная на межбанковских кредитах позволяет поглотить дефицит, но не всегда. Если банк имеет систематический риск ликвидности, переходящий в потерю финансовой устойчивости, данное состояние передается на банков-участников, которые кредитуют данный банк. Через межбанковские обязательства эффект «домино» может распространяться не только на банки, но и их клиентов, затрагивая всю банковскую деятельность. Поэтому для реализации кредитно-инвестиционного потенциала банковской сферы центральный банк должен проводить скоординированную политику управления межбанковским кредитованием, т.к. очень важно иметь высоко капитализированный межбанковский рынок, который может выдержать экономические спады.

Итак, межбанковские кредиты позволяют перераспределять ликвидность среди участников кредитного рынка. Формой современного межбанковского кредита выступает заем с открытием кредитной линии.

Осуществление займов Банком России происходит через механизм РЕПО [2, с.1]. Также операции РЕПО пользуются популярностью среди коммерческих банков. Его преимущество, в первую очередь, – надежность, и в связи с этим относительная дешевизна.

Операции РЕПО принято разделять на: внутрисуточные операции «Overnight», операции с фиксированным сроком погашения, операции без установления срока погашения.

Выделяют основные сегменты межбанковского кредитования:

- овердрафт (учет дебетовых/кредитовых остатков на конец операционного дня);
- кредиты овернайт.

Овернайт кредиты являются беззалоговыми. Фактические процентные ставки, по которым оплачивает кредиты банк, зависят от его платежеспособности и от уровня его кредитного риска. В целом ситуацию на рынке овернайт задают крупные банки, так называемые маркет-мейкеры. Корректная интерпретация краткосрочных процентных ставок позволяет адекватно оценивать состояние денежно-кредитной политики и банковской сферы (рисунок 2).

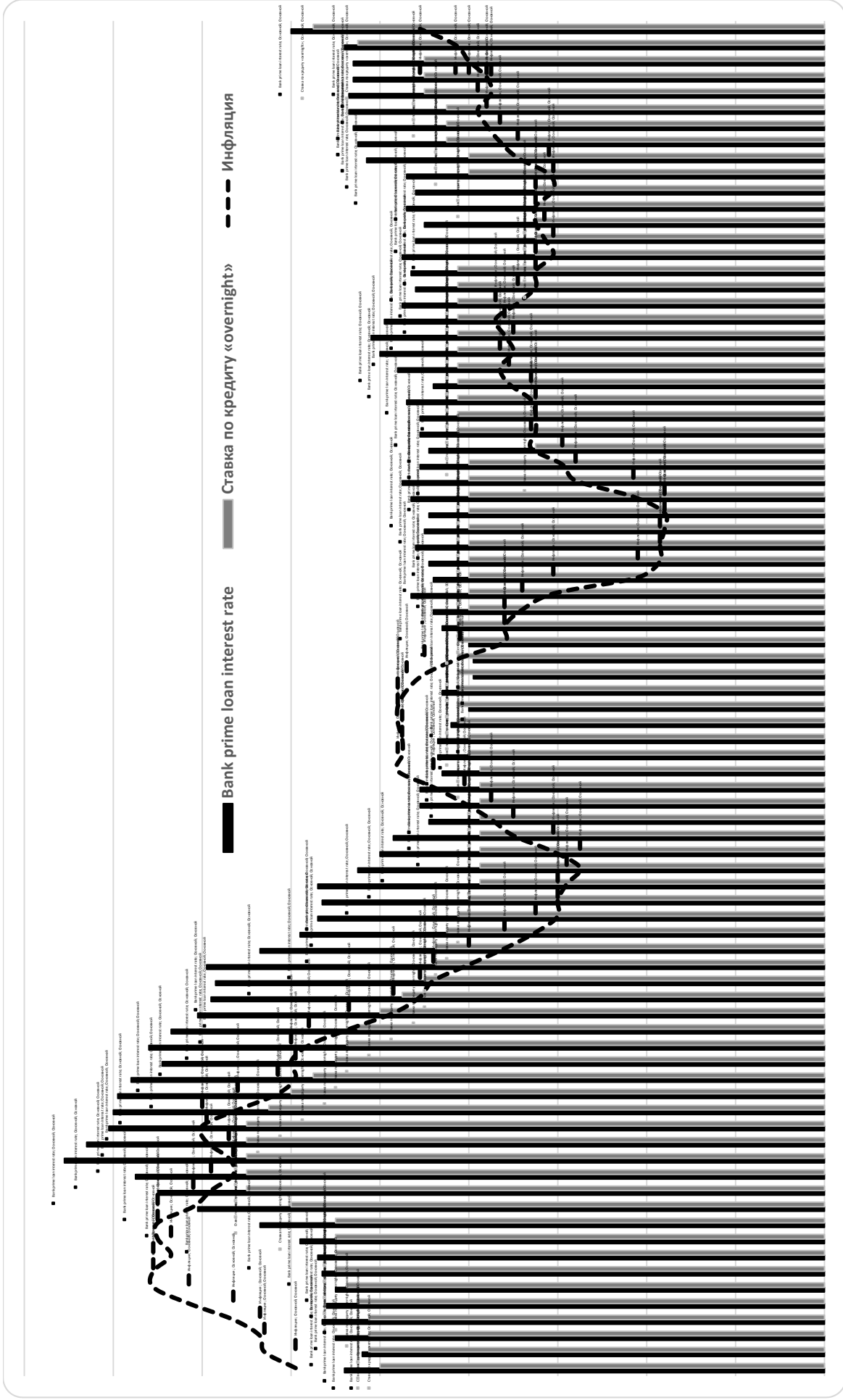


Рисунок 2 – Динамика инфляции и средневзвешенных процентных ставок по кредитам физическим лицам [7]

Межбанковское кредитование позволяет сгладить падения ликвидности одного банка посредством другого. С одной стороны, рынок межбанковского кредитования дает доступ к дополнительным запасам ликвидности и к использованию залогового кредитования, что в целом снижает затраты банка. С другой стороны, принимая решения по сдерживанию своего риска ликвидности, банк не заботится о том, как это отразится на состоянии риска другого. Центральный банк, в свою очередь, принимает активную роль в данном процессе: удерживая сейчас процентные ставки, он вызывает повышение спроса, но в будущем может столкнуться с повышением инфляции. Однако при сбалансированной политике межбанковское кредитование положительно влияет на деятельность банков, сокращая разрывы в структуре активов и пассивов коммерческих банков и стабилизируя их финансовое положение.

Одним из классических научных исследований, посвященных проблемам управления ликвидностью и резервами коммерческих банков, является модель Уильяма Пула, разработанная в 1968 года [5, с.203]. Вариации данной модели используются банками в современных условиях. Они утверждают, что с уменьшением спроса на избыточные резервы уменьшаются размеры процентных ставок, а с его увеличением увеличивается количество и масштабы критических ситуаций в банковской сфере.

До 1920 года деятельность Центральными банками ведущих европейских государств и США сводилась к политике управления краткосрочными процентными ставками. Подобное восприятие денежно-кредитной политики продолжало существовать и в XX веке. Сначала операции на открытом рынке сводились к управлению избыточными резервами банков. Далее Дж. Кейнсом было отмечено, что подобные операции могут благоприятно повлиять на резервы Центрального банка, а также на уровень учетной ставки. Оппонентами кейнсианской теории выступали монетаристы, которые не желали иметь централизованности в банковской сфере в целом, так и в управлении резервами и процентными ставками.

Рынок межбанковского кредитования в США является одним из ключевых элементов финансовой системы, позволяя перераспределять кредитные ресурсы из одного сектора экономики в другой.

В настоящее время макроэкономический анализ межбанковского кредитования с позиции политики Центрального банка сводится к группе аналитических показателей:

- динамика значений, заявленных средневзвешенных межбанковских процентных ставок по привлеченным и предоставленным кредитам;
- динамика значений фактических средневзвешенных межбанковских процентных ставок по привлеченным и предоставленным кредитам;
- структура привлеченных средств коммерческих банков, и доля в них межбанковских кредитов;
- объем внутридневных, «овернайт», ломбардных кредитов. Объем ломбардных кредитов на 01.01.2014 г. составил 6.595 млрд руб., а средняя ставка 6,50%;
- доля средств нерезидентов на внутреннем межбанковском рынке. До 2012г. на внешнем денежном рынке преобладали банки с участием средств нерезидентов, но начиная с 2013 г. более активны кредитные организации-резиденты;
- зависимость кредитных организаций от межбанковского рынка [1]. За 2013год этот показатель снизился с 1,2 до 0,7%, что связано с деятельностью межбанковского рынка среди банков с участием иностранного капитала.

Величина процентных ставок зависит от конъюнктуры спроса и предложения кредитных организаций. Из данных по графику видно, что спрос на ликвидность растет с каждым годом, что обусловлено изменениями в политике управления ликвидностью Банка России. Также заметна сильная волатильность процентной ставки МІАСR и изменение спредов между ставками по депозитам, РЕПО, рефинансирования и ключевой ставки, что, на наш взгляд, зависит от систематической неопределенности на денежном рынке.

Анализ рынка межбанковского кредитования проводится с помощью основных методов экономического анализа, таких как: горизонтальный, вертикальный анализ.

Межбанковское кредитование способствует развитию инвестиционных проектов и малого бизнеса, финансируемых коммерческими банками, что способствует экономическому росту (рисунок 3) [6].

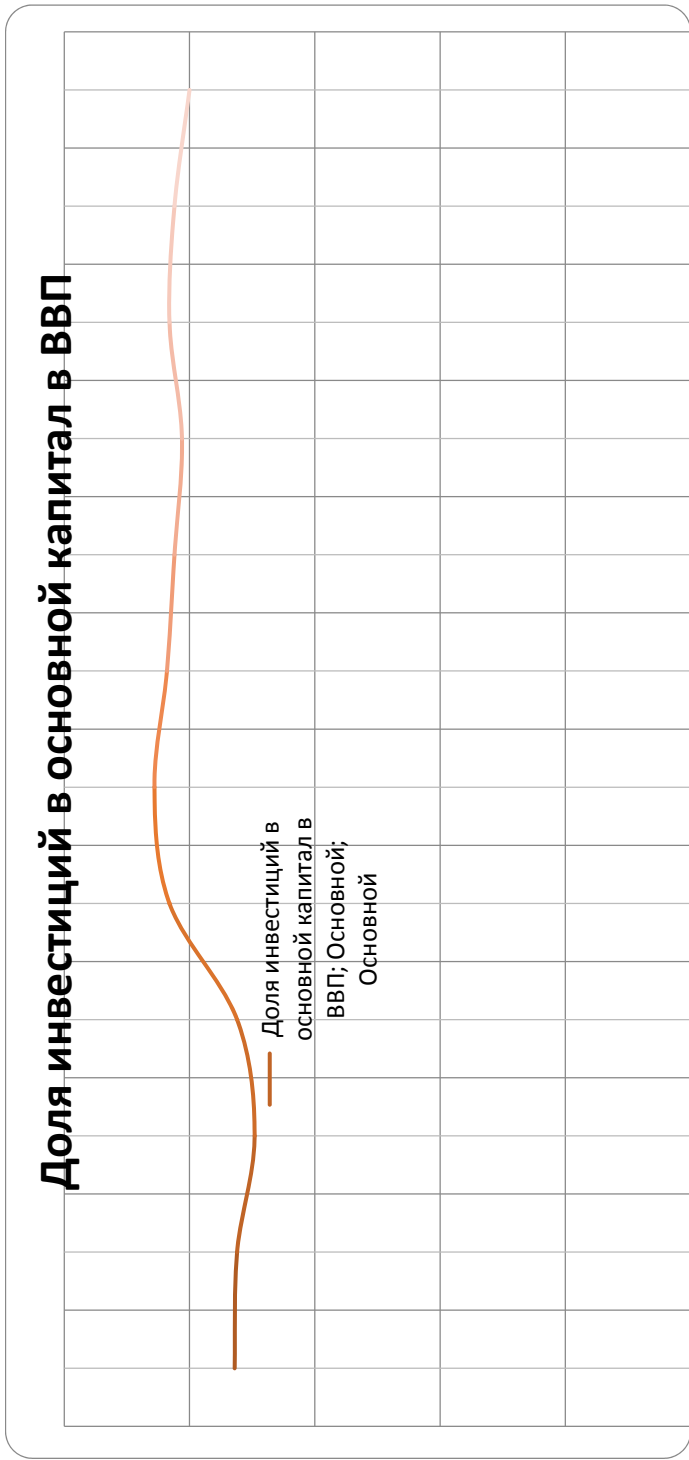


Рисунок 3 – Доля инвестиций в основной капитал в структуре ВВП РФ

На состояние инвестиционного потенциала межбанковского кредитования оказывают влияние следующие основные факторы:

- ситуация в банковском секторе. Несмотря на тот факт, что совокупный капитал сосредоточен в крупнейших десяти [2] банках, потеря финансовой устойчивости в небольших банках может привести к дестабилизации всего банковского сектора;
- ситуация на межбанковском кредитном рынке. Межбанковский кредит может выступать как источником поступления ликвидности, так и ее потерей. Дефолт заемщика в межбанковских операциях может привести к негативным изменениям в банках-корреспондентах, что отразится на их финансовом состоянии, и приведет к оттоку клиентов. Также формирование процентных ставок на межбанковском рынке является одним из факторов, оказывающих влияние на уровень инфляции (рисунок 4);

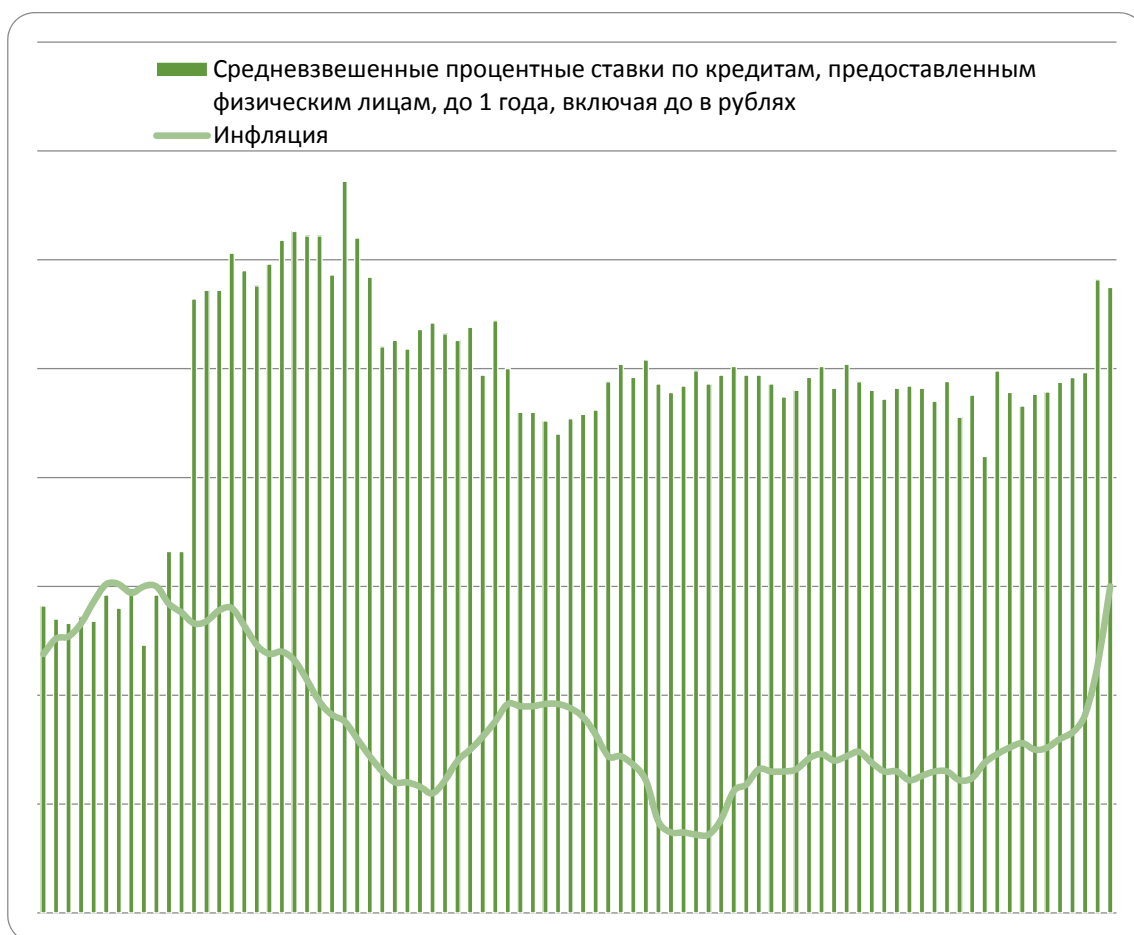


Рисунок 4 – Уровень инфляции и средневзвешенная процентная ставка по кредитам [6,7]

- ситуация в платежной системе. Задержки платежей между участниками межбанковских операций вызывают сбой ликвидности у платежеспособных банков;
- ситуация в реальном секторе экономики. Выступая одной из целей развития инвестиционного потенциала банков, в условиях экономического спада субъекты реального сектора экономики сталкиваются с нарушением потоков доходов, что ухудшает их финансовые результаты;
- спрос на кредиты;
- кредитные риски заемщиков;
- инфляционные и курсовые ожидания;
- уровень конкуренции;
- неценовые факторы.

В настоящее время на межбанковском рынке кредитования снизились обороты и слабо восстанавливаются кредитные линии. Для полноценного восстановления этого рынка назрела необходимость смены регулирования, т.к. рынок межбанковского кредитования саморегулировался на основе правил проведения операций, взаимных договоров. Однако в современных условиях наступил тот момент, когда требуется серьезное государственное регулирование этого сегмента банковской сферы. а неисполнение обязательств в результате реализации кредитного риска. Эффективность межбанковского кредитования в значительной степени зависит от постоянства базовой процентной ставки, которая сейчас находится в дестабилизации.

Таким образом, условия формирования кредитно-инвестиционного потенциала банковской сферы являются сложными, противоречивыми.

Межбанковский кредит применяется преимущественно в целях поддержания уровня ликвидности банков, однако он может быть существенным источником кредитно-инвестиционного потенциала банковской сферы экономики. В современных условиях объем рынка МБК небольшой, препятствием его развития являются низкий уровень технологии и инфраструктура, налоговое законодательство, которое не позволяет рынку МБК восстанавливаться в периоды нестабильности. Активное развитие данного потенциала возможно лишь в состоянии финансовой стабильности и нацеленности на реальный сектор экономики.

Для усиления позитивного влияния межбанковского кредитования на развитие экономики в условиях экономической нестабильности требуется признать роль и значение источников краткосрочного заимствования в активизация инвестиционной деятельности – авансировании производства.

Литература:

1. Указание Банка России от 12.11.2009 №2332-У (ред. от 02.12.2014) «О перечне, формах и порядке составления и представления форм отчетности кредитных организаций в Центральный банк Российской Федерации» (Зарегистрировано в Минюсте России 16.12.2009 №15615) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.02.2015).

2. Указание Банка России № 2936-У от 13.12.2012 года «О требованиях к кредитным организациям, с которыми Банк России совершает сделки РЕПО».

3. Банк России. Об определении лимитов по рыночным операциям Банка России по предоставлению (абсорбированию) ликвидности.

2014. [Источник доступа: Интернет]. URL: http://cbr.ru/dkp/standart_system/DKP_limit.pdf, по состоянию на 01.12.2014.

4. Berman, P. On Vulnerability of Banking Networks // Industrial-Academic Workshop on Optimization in Finance and Risk Management. 2011.

5. W.Poole. Optimal choice of monetary policy instruments in a simple stochastic macro model // Quarterly journal of economics. 1969. p.197-216.

6. Банк России, Обзор денежного рынка за IV квартал 2013 г., 2013. [Источник доступа: Интернет]. URL: <http://cbr.ru/analytics/>.

7. Информационная система “Bloomberg”.

В ПОИСКАХ ИНВЕСТИЦИЙ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ПОМОГУТ ЛИ БАНКИ?

*Горькова Н.М., старший преподаватель
кафедры «Банки и банковский менеджмент»
Финансового университета*

Аннотация: в настоящей статье рассмотрены основные источники финансирования инвестиций в России на настоящем этапе развития. Проведен корреляционный анализ влияния таких факторов, как объем кредитования и деловая активность на фондовом рынке на значение ВВП страны. Автором сделаны выводы о высоком значении кредита для развития экономики, выделены причины замедления роста кредитования на современном этапе.

Ключевые слова: банковский кредит, инвестиции, фондовый рынок, ВВП, денежно-кредитная политика, ключевая ставка

В условиях продолжающегося санкционного давления на российскую экономику, цен на нефть, балансирующих на критическом для формирования российского бюджета уровне, а также осознанной необходимости масштабного импортозамещения по ключевым отраслям российской экономики (таблица 1), вопрос источников финансирования инвестиций, столь необходимых для достижения поставленных целей и сохранения экономической целостности государства, стоит особо остро.

Зависимость от импорта является одним из ключевых негативных последствий долгой реализации политики сырьевой ориентации при развитии российской экономики. На протяжении последних трех десятилетий растущих цен на нефть и положительной динамики экономического роста дополнительный доход от продажи нефти и газа направлялся в большей степени на потребление, нежели на инвестиции. Если в 2003 году объем товарного импорта в России составлял 60 млрд долл. США, то уже к 2013 году – 340 млрд долл. США¹.

При этом весь объем производства обрабатывающей российской промышленности составил около 850 млрд долл. США, а оборот торговли – 725 млрд долл. США. Что позволяет сделать вывод о том, что порядка 40% внутреннего российского рынка несырьевых товаров составляет импорт.

¹ Куваева Е.Н. Масштабы зависимости Российской экономики от импорта. SCI-ARTICLE.RU. 26.05.2015. URL: <http://sci-article.ru/verxx.php?i=12>

Таблица 1 – Структура российского импорта по отраслям (млрд долл. США)¹

Отрасль	Всего	в % от всего
ВСЕГО	66,6	100%
Машины, оборудование и транспортные средства	31,3	47,03%
Продукция химической промышленности, каучук	10,4	15,54%
Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье	10	15,03%
Текстиль, текстильные изделия и обувь	4,4	6,63%
Металлы и изделия из них	4,1	6,20%
Минеральные продукты	1,6	2,39%
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	1,3	2,01%
Прочие товары	2,9	4,41%

В таблице 1 представлена структура импорта по отраслям экономики. Наибольший интерес представляет тот факт, что существенная часть импорта приходится на такие товары, как машины и оборудование, химическая промышленность, а также продовольственные товары – в совокупности порядка 80%.

В настоящее время структура инвестиций в основной капитал выглядит следующим образом (таблица 2).

Таблица 2 – Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (по состоянию на 01.01.2015)²

	млрд руб.	в % к Итого
Инвестиции в основной капитал	10376,8	100,0
в том числе:		
Собственные средства и средства вышестоящих организаций	6108	58,9
Привлеченные средства	5627,6	54,2
в том числе:		
Кредиты банков	1098,3	10,6
Бюджетные средства	1764,5	17,0
Средства от выпуска корпоративных облигаций	5,9	0,1
Средства от эмиссии акций	117,0	1,1
Фондовый рынок итого	122,9	1,2

¹ Перышкина Е.В. Структура импорта и экспорта России. Экономические науки. 06.04.2015. – URL: <http://novainfo.ru/archive/33/struktura-importa-i-eksporta-rossii>

² Данные Федеральной службы государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/investment/nonfinancial/#

Порядка 59% инвестиций финансируется за счет средств самих предприятий и их материнских компаний. При этом вызывает опасение динамика изменения удельного веса данного источника (рисунок 1).



Рисунок 1 – Удельный вес собственных средств в инвестициях, в %

Так, по сравнению с прошлым годом доля собственных средств выросла на 0,7 процентных пункта, при этом за более длительный промежуток времени – с 2009 года – рост составил 5,9 процентных пункта. Таким образом, доля собственных средств не просто чрезвычайно высока, но и имеет тенденцию к росту.

Помимо собственных средств, значимым источником финансирования инвестиций являются бюджетные средства в различных формах – 17%, однако данный источник также не может быть охарактеризован как положительный, лишь отдельные отрасли, более того, отдельные предприятия допущены к государственному финансированию, следовательно, данный источник не является массовым и не может являться основой для наращивания инвестиций.

В большинстве стран, относящихся к континентальной системе (к которому относится и Россия), основным источником финансирования инвестиций является банковский кредит. Так, на его долю в Германии приходится более 40%. В США, являющихся представителем иной экономической системы – англосаксонской – данный источник,

между тем, также является значимым – порядка 30%. В России на долю кредита приходится лишь 10,6% (рисунок 2).

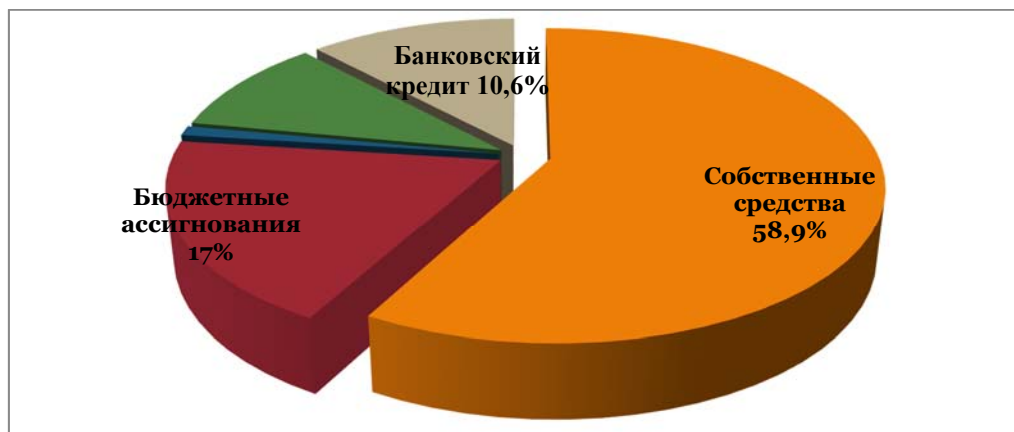


Рисунок 2 – Банковский кредит в структуре источников финансирования инвестиций

Рассмотрим основные показатели, характеризующие состояние банковского кредитования в России. В таблице 3 представлены данные за период 2010–2015 гг. об объемах кредитования банками нефинансовых организаций, в том числе в части средств, направленных на финансирование инвестиций.

Таблица 3 – Показатели банковского сектора за период 2010–2015 гг. (в млрд руб.)

Дата	Совокупные активы БС	в % к ВВП	Кредиты, предоставленные нефин. орг.	в % к активам итого	Кредиты банков в инвестициях	в % к инвестициям организаций итого	в % к кредитам организациям итого
01.01.2010	29 430,0	75,8	12 541,7	42,6	621,5	10,3	5,0
01.01.2011	33 804,6	73	14 062,9	41,6	595,8	9	4,2
01.01.2012	41 627,5	74,4	17 715,3	42,6	725,7	8,6	4,1
01.01.2013	49 509,6	79,6	19 971,4	40,3	806,3	8,4	4,0
01.01.2014	57 423,1	86,8	22 499,2	39,2	1 003,60	10	4,5
01.01.2015	77 653,0	108,7	29 536,0	38,0	918	9,3	3,1

За последние пять лет активы банковской системы существенно выросли – в абсолютном выражении на 48 223 млрд руб. или в 2,6 раза, в том числе за 2014 год на 20 230 млрд руб. или 35,2%. Однако рост по итогам 2014 года был вызван в большей степени переоценкой активов, номинированных в иностранной валюте. Вместе с тем, несмотря на столь значимый рост активов банковской системы, удельный вес кредитов, выданных нефинансовым организациям, за анализируемый период снизился с 42,6% до 38%, что свидетельствует о негативных тенденциях развития банковского кредитования экономики. Аналогичная тенденция наблюдается и в части динамики изменения объема кредитов, направляемых на инвестиции. Так, если по итогам 2010 года инвестиционные кредиты составляли 5% от общей суммы выданных организациям кредитов, то по состоянию на 01.01.2015 итак чрезвычайно низкий показатель снизился еще на 2 п.п., составив лишь 3,1%. Таким образом, итак низкие показатели кредитования банками экономики в последние годы еще больше ухудшаются.

На графике хорошо видно, что увеличение ставки неминуемо приводит в лучшем случае к снижению темпа роста объемов кредитования, пропорционально увеличению банковских активов, в худшем – к смене тренда в обратную сторону, то есть к снижению объектом кредитования, что особенно четко прослеживается в течение первого полугодия 2015 года, вслед за резким повышением ключевой ставки Банком России в конце 2014 года. Влияние объема кредитования на рост ВВП отражено на рисунках 3, 4.

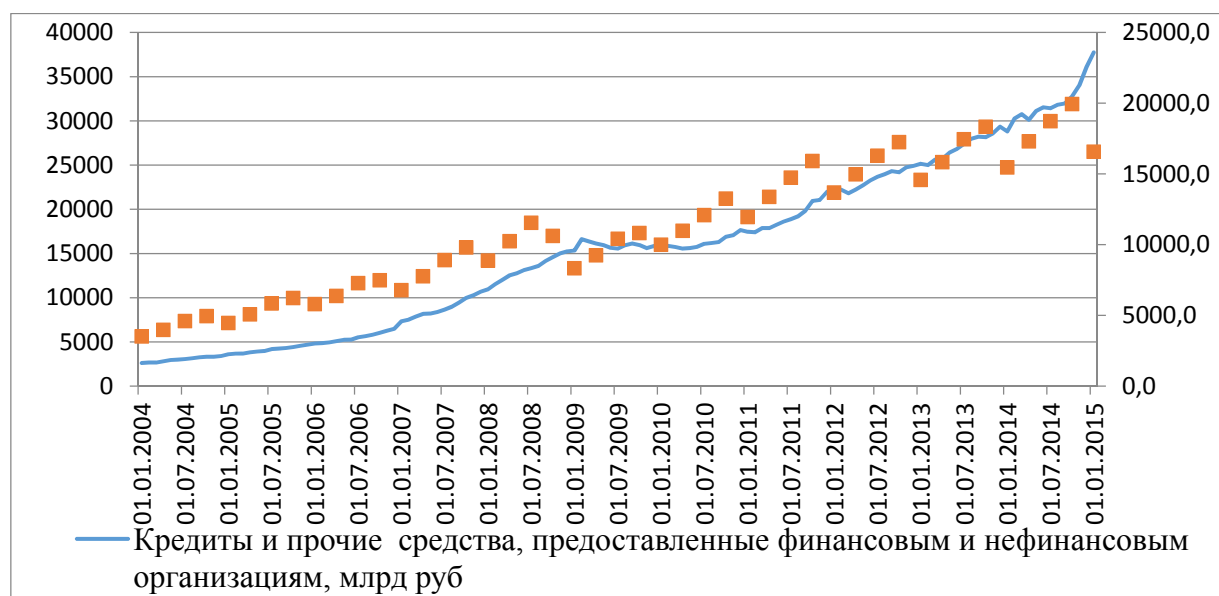


Рисунок 3 – Динамика изменения объема кредитования и ВВП

Корреляционный анализ, проведенный в отношении двух показателей – ВВП России и объемов кредитования банками финансовых и нефинансовых организаций за период с 2004 по 2015 гг. на квартальной основе, выявил высокую степень влияния объемов кредитования на ВВП (см. рисунок 5). При этом величина достоверности аппроксимации составила 0,9153.

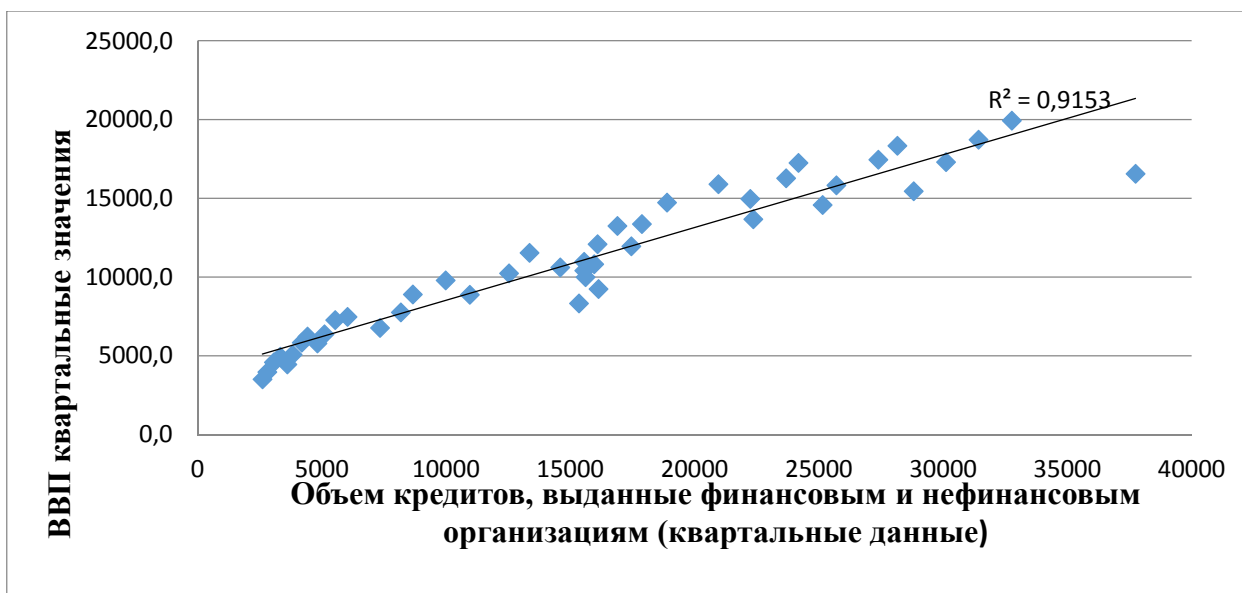


Рисунок 4 – Корреляционное поле зависимости ВВП от объема банковского кредитования

Одним из наиболее существенных факторов, влияющих на объем кредитования в экономике, является размер ключевой ставки, устанавливаемой Банком России. Высокие процентные ставки являются безусловным существенным препятствием на пути наращивания темпов кредитования экономики. При текущем уровне процентных ставок платежеспособный спрос со стороны организаций на кредитные ресурсы, необходимые для инвестиций, минимален или же вообще отсутствует. На рисунке 5 представлена динамика изменения уровня ключевой ставки (до сентября 2013 г. ставки рефинансирования) и объема кредитования за период с 2004 по 2015 гг. на ежемесячной основе.

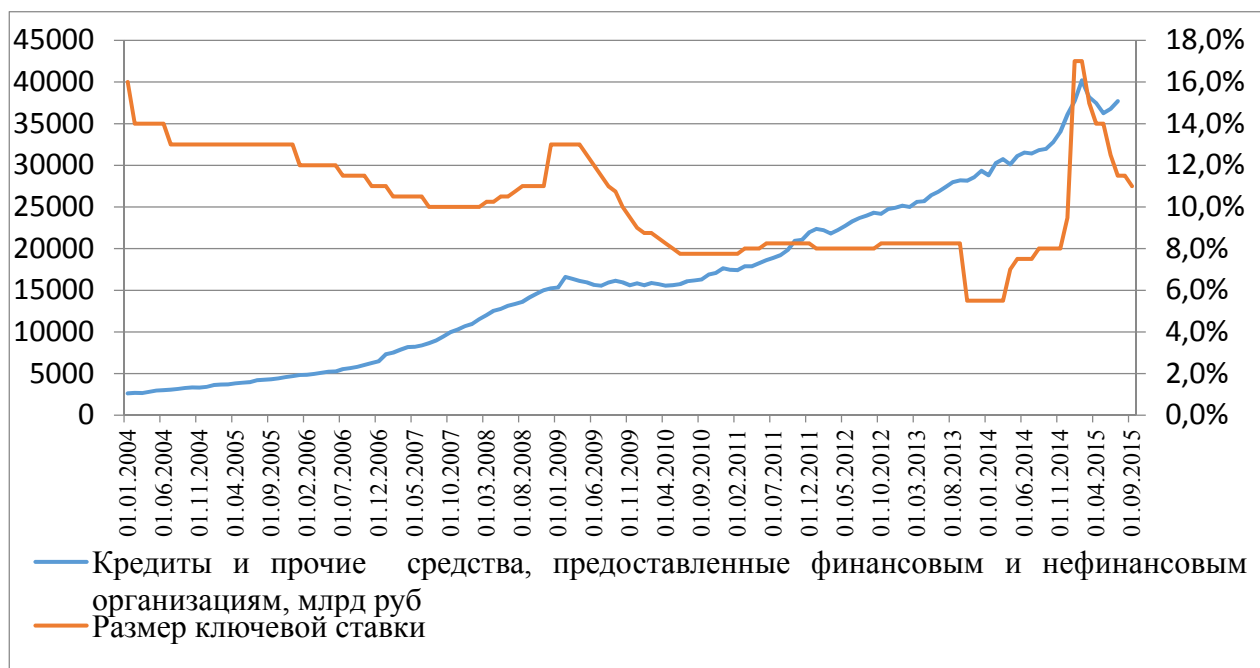


Рисунок 5 – Динамика изменения размера ключевой ставки и объема кредитования (в млрд руб.)

При текущем уровне ключевой ставки стоимость кредитов для юридических лиц находится на уровне 15–25%. На рисунке 6 представлена динамика изменения значений средневзвешенных ставок по кредитам организациям, в том числе малого и среднего бизнеса.

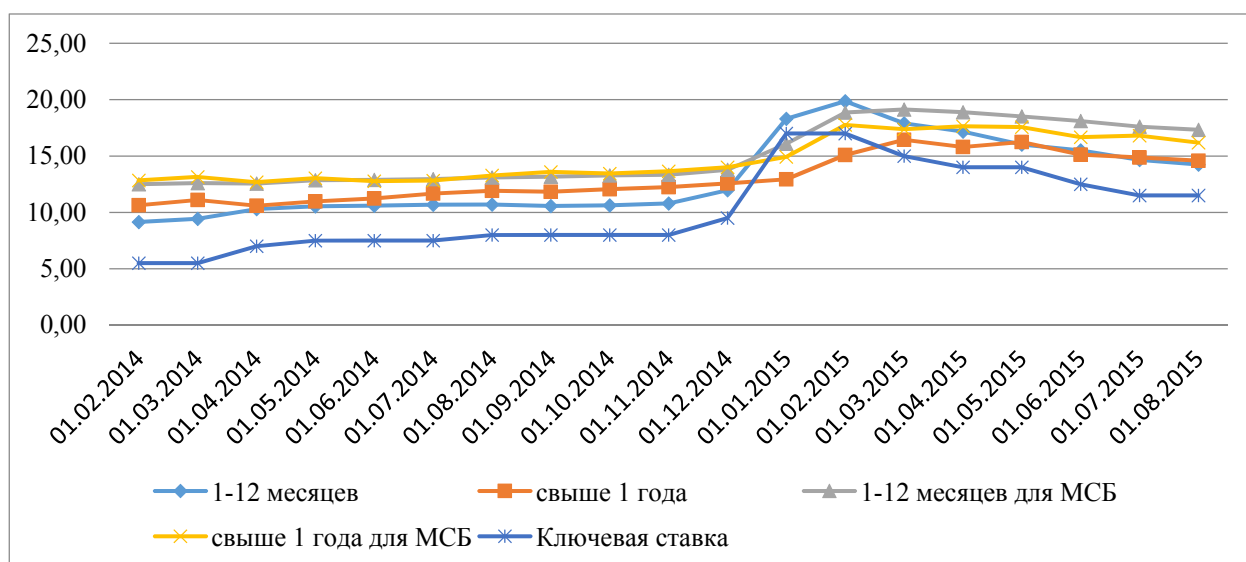


Рисунок 6

При уровне рентабельности продаж, например, в отрасли машиностроения 5,5%, столь высокая стоимость кредитов совершенно непосильна.

Выводы:

В настоящее время банковское кредитование, являясь наиболее перспективным источником финансирования инвестиций, занимает лишь третье место после собственных средств и государственных дотаций. При этом именно объемы кредитования организаций в наибольшей степени влияют на рост ВВП страны. Проблема низких показателей инвестиционной активности банковского сектора является комплексной. С одной стороны, высокие риски кредитования реального сектора экономики, тем более инвестиционного кредитования, вынуждают банки проявлять высокую степень осмотрительности при выборе направлений кредитования, отклонять кредитные заявки организаций особенно при запросах ресурсов на долгосрочные проекты, которые являются как раз инвестиционными. Однако, в существенной степени негативная ситуация в сфере инвестиционного банковского кредитования связана с высокими ставками по кредитам, что делает любой банковский кредит для организации нерентабельным и непосильным. При текущих ориентирах денежно-кредитной политики кредит, к сожалению, не может стать мощным импульсом к экономическому росту.

Литература:

1. *Куваева Е.Н.* Масштабы зависимости Российской экономики от импорта. SCI-ARTICLE.RU. 26.05.2015. URL: <http://sci-article.ru/verxx.php?i=12>
2. *Перышкина Е.В.* Структура импорта и экспорта России. – Экономические науки. 06.04.2015. URL: <http://novainfo.ru/archive/33/struktura-importa-i-eksporta-rossii>
3. Данные Федеральной службы государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/investment/nonfinancial/#
4. Данные Банка России. Статистика банковского сектора. – URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=pdko>

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ЭПОХУ 3.0

*Мосин А.В., к.т.н., эксперт по системам
дистанционного банковского обслуживания
«BSC Group»*

Аннотация: изложены характерные черты становления дистанционного банковского обслуживания. Выделены преимущества и недостатки банковских технологий. Представлены основные направления развития дистанционного банковского обслуживания.

Ключевые слова: «Банк 2.0», «Банк 3.0», банковское обслуживание.

Abstract: The article describes the characteristics of the formation of remote banking services. It highlights the advantages and disadvantages of banking technologies. The main directions of development of remote banking services.

Key words: “Bank 2.0”, “Bank 3.0”, banking service

Несколько лет назад, когда вышла книга «Банк 2.0» [3], многие банковские «практики» встретили её весьма положительно, ожидая там откровения на тему «The Next Big Thing» (англ. «следующая большая вещь», ожидаемый основной тренд или новинка). Действительно, банковские услуги весьма привержены традициям и глубоко консервативны, что является следствием и достаточно жесткого регулирования со стороны ЦБ, и высокого уровня инвестиций, которые требуются для практической реализации новых идей по обслуживанию клиентов и продуктам. Поиск новой продуктовой идеи – процесс мало предсказуемый, а вот быть первым в реализации будущего тренда – это, конечно, весьма заманчивая цель.

К сожалению, «Банк 2.0» был посвящен обзору клиентоориентированных идей банковских продуктов и услуг, что, по классификации классика маркетинга Ф.Котлера [5], относится и ко второму поколению маркетинга, то есть нового тренда в развитии банковского обслуживания там фактически не было.

Определенные, хоть уже и не такие радужные, ожидания оставались по поводу новой книги от автора «Банка 2.0», которая, как нетрудно догадаться, называлась «Банк 3.0» [4]. Отчасти ожидания оправдались: в «Банке 3.0» автор прогнозировал развитие некоторых

банковских услуг (и, напротив, деградацию других) в связи с развитием и использованием современных технологий, прежде всего информационных. Стала ли эта концепция откровением, новой большой идеей? Пожалуй, не стала.

В профессиональной среде компаний-разработчиков информационных систем для построения дистанционного банковского обслуживания (ДБО) эти идеи также нашли свое отражение, в частности, в некоторых материалах авторов данной статьи. Но в этой среде наблюдались и дополнительные аспекты развития каналов ДБО, например, около 10 лет назад главным трендом было понятие «многоканального ДБО». Вслед за книгой, в маркетинговые материалы и порой информационные системы вошли элементы понятия «Банк 2.0» как клиентоориентированного поколения систем банковского обслуживания, в которых взаимодействия клиента с автоматизированной системой переводилось из банковских и информационных терминов (счет, документ определенного типа, иерархия типов документов, общий бизнес-процесс обработки документов с прохождением ими определенных статусов) в плоскость, ориентированную на процессы и интересы клиента. С 2013 года все более модным становится понятие «омниканальность» (см., например, [6], [9]), столь же чуждое русскому языку, как «омнибус» (фактически означает «всеканальность», в отличие от «многоканальности»). Суть данного понятия – единый опыт взаимодействия клиента с банком через все имеющиеся каналы, сквозные процессы взаимодействия, вовлекающие все имеющиеся каналы при необходимости. Для авторов данной статьи понятие «омниканальность» является избыточным, по сути это – правильно реализованная многоканальность.

Однако началась ли эпоха 3.0, и что на самом деле является признаком данной эпохи, как может пойти развитие банковских продуктов и услуг в эпоху 3.0? В поисках ответов на данные вопросы мы вновь обратились к Филипу Котлеру, вместе с соавторами опубликовавшему несколько лет назад отчасти футуристический, но отчасти и фундаментальный труд «Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе» [5]. В отличие от маркетинга первого поколения (ориентированного на предприятие и его продукты) и маркетинга второго поколения (ориентированного на клиента и потребления им продуктов предприятия), маркетинг третьего поколения авторы ориенти-

руют на ценности – общие ценности работающих в отрасли предприятий, их партнеров и их клиентов, потребителей конечных продуктов и услуг. К общим ценностям, в частности, относят и духовность, и эмоции, и мысли, и душу, а главными идеями в маркетинге заявляют стремление вместе сделать мир лучше.

Применима ли данная концепция к банковскому бизнесу? По нашему мнению, нет ни малейшего основания полагать, что не применима. По сути, современные банковские продукты и услуги мало чем отличаются от многих других высокотехнологичных продуктов и услуг, и их развитие должно быть также подчинено идее поиска общих ценностей и банков как компаний, и клиентов банков, и интересных для клиентов партнеров банков. Можно даже говорить о том, что пришла пора на базе традиционных (ориентированных на предприятие и его процессы) банковских продуктов, а также клиентоориентированных разновидностей банковских продуктов построить экосистему продуктов и услуг, ориентированных на общие ценности. Более того, эта задача уже активно решается, рассмотрим лишь некоторые примеры.

Самым известным примером банкинга, ориентированного на ценности, является шариатский (исламский) банкинг [13], в котором по религиозным причинам запрещены базовые понятия традиционного европейского банкинга – процентная ставка, нецелевые кредиты, зарабатывание денег на деньгах и т.п. Еще недавно будучи сугубо региональной диковинкой, сегодня мир шариатских финансов оценивается в 2 триллиона долларов США [13] и стремительно развивается, в том числе – в странах Европы. Более того, недавно и широко известный в России представитель РПЦ Всеволод Чаплин заявил о необходимости создания «Православного банкинга» [10], и, хотя подробностей от РПЦ пока не последовало, есть основания полагать, что здесь также могут быть использованы духовные ориентиры как для оценки нуждающихся в кредитах организаций и физических лиц, так и для поиска субъекта, в который клиент православного банка хотел бы инвестировать свои средства.

В мире появляются и другие типы «ценностных» банков, в частности, социально-ориентированные кредитные организации, предлагающие клиентам сравнительно худшие условия по классическим банковским продуктам и услугам, но передающие дополнительно возникающие прибыли в адрес социально-значимых фондов (например, защиты экологии).

Важным аспектом построения ценностно-ориентированного мира авторы «Маркетинга 3.0» считают не отношения «одного ко многим» (одно предприятие, ориентированное на свои продукты и процессы, ко многим своим клиентам) или «одного к одному» (одно предприятие, ориентированное на клиента, к соответствующему клиенту), а «многие ко многим». То есть сообщество банков добровольно отказывается от части своей независимости и «идентичности», чтобы наиболее эффективно сотрудничать с сообществами клиентов и сообществами партнеров. Фактически, это и образует экосистему, ведь не бывает экосистемы вокруг единственного представителя животного или растительного мира, все представители одного вида вынуждены считаться с себе подобными. В мире уже имеются примеры такого рода добровольного объединения в сообщества, в частности, в Германии достаточно долго существует стандарт НВСІ (и разрабатываются его новые версии под названием FinTS) [2], в соответствии с которыми клиент банков А и В может получить доступ к данным по своим продуктам в этих банках из системы ДБО, разработанной банком С или ИТ-компанией D. Уже в этом году в Великобритании был запущен [11] схожий сервис «midata» для независимого сравнения клиентами параметров своих текущих счетов в разных банках. Кроме того, известный американский сервис Mint.com [12] также умеет обрабатывать агрегированные данные по клиентским картам, выпущенным многими банками США. Да и существующий в России сервис PayStore.com, фактически, позволяет «подключать» просмотр своих счетов в других банках, пусть и через отдельные адаптеры, а не через (несуществующий) отраслевой стандарт [14].

Если сообщества (ассоциации) банков и банковских партнеров, в адрес которых клиенты так или иначе перечисляют средства (страховые компании, владельцы медиа, платежные сервисы и т.п.) вырабатывают отраслевые стандарты обмена данными, аналогично недавно появившемуся стандарту ГОСТ Р 56042-2014 [1], это определенно изменит мир к лучшему – и, вполне возможно, сделает себестоимость банковских услуг ниже, что повлияет на экономику всей страны.

Огромное значение в становлении банковских услуг третьего поколения имеет и необходимость существенного развития процессов и механизмов «обратной связи» Банка с клиентом. Развивая свои представительства в социальных сетях и на профессиональных ресурсах (типа banki.ru), банки уже двигаются в этом направлении, однако

можно пойти и дальше, предложив, например, клиентам выставлять «оценки» банковским продуктам и услугам, аналогично тому, как они выставляют оценки в магазинах приложений для смартфонов – и используя эту уже привычную для клиентов и практически бесплатную для банков обратную связь для настройки классических банковских продуктов, услуг, условий обслуживания.

Можно говорить и о развитии использования банками информационных технологий, о чем пишет Б. Кинг, но уже в рамках более широкой концепции банкинга третьего поколения, а не банкинга с использованием технологий третьего поколения. Некоторые из этих идей опубликованы авторами данной статьи еще в 2012 году [7], [8], но до сих пор никто не взялся за их реализацию, другие же, напротив, уже активно предлагаются передовым в части использования информационных технологий банком «Гинькофф».

В заключение хотелось бы отметить, что, по субъективному оценочному суждению авторов, банки в настоящее время завершают осознанное развитие второго поколения своих продуктов и услуг, и лишь начинают совершать первые, не всегда осознанные шаги в мире третьего поколения банкинга, но, по сути, общее направление развития, предложенного для всего маркетинга Ф. Котлером и его соавторами, полностью подходит банкам и нуждается лишь в детальной проработке на практике.

Литература:

1. ГОСТ Р 56042-2014. Стандарты финансовых операций. Двумерные символы штрихового кода для осуществления платежей физических лиц. Введ. 2014-09-01. М.: Стандартинформ, 2014.
2. FinTS – Financial Transaction Services [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hbci-zka.de/english/>. – (Дата обращения: 05.05.2015).
3. *Кинг Б.* Банк 2.0. Как потребительское поведение и технологии изменят будущее финансовых услуг. М.: Олимп-Бизнес, 2012.
4. *Кинг Б.* Банк 3.0. Почему сегодня банк – это не то, куда вы ходите, а то, что вы делаете. М.: Олимп-Бизнес, 2015.
5. *Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А.* Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. М.: Эксмо, 2011.

6. *Кайназарова А.* OMNI-революция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forbes.kz/finances/markets/omni-revolyutsiya>. – (Дата обращения: 05.05.2015).
7. *Мосин А.* Банк 3.0: один в поле не воин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrbanks.info/kolonka/Bank-3-0-odin-v-pole-ne-voin.html>. – (Дата обращения: 05.05.2015).
8. *Мосин А.* Восточный локомотив Банка 2.0 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://banks.az/showstatyi.php?id=28&lang=ru>. – (Дата обращения: 05.05.2015).
9. Омниканальность опутывает банки и в России. Беседа с Артаком Оганесяном, ЕРАМ Systems [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://futurebanking.ru/post/2461>. – (Дата обращения: 05.05.2015).
10. РПЦ планирует начать создание православного банка в регионах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://izvestia.ru/news/581936>. – (Дата обращения: 05.05.2015)
11. Banks launch 'Midata' current account comparison tool [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.moneywise.co.uk/news/2015-03-19/banks-launch-midata-current-account-comparison-tool>. – (Дата обращения: 05.05.2015).
12. How Mint works [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mint.com/how-mint-works>. – (Дата обращения: 05.05.2015).
13. Islamic Banking [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://en.wikipedia.org/wiki/Islamic_banking. – (Дата обращения: 05.05.2015).
14. PayStore. Каталог провайдеров [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://paystore.com/catalog.html#RU/8>. – (Дата обращения: 05.05.2015).

КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ НА ОСНОВЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ПРОБЛЕМ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

*Горбунов С.А., студент,
Санкт-Петербургский государственный
политехнический университет
Научный руководитель:
Калинина О.В., д.э.н., проф.
Санкт-Петербургский государственный
политехнический университет*

Аннотация: в статье описаны основные проблемы, встречаемые банковскими структурами в современных реалиях экономики. Из перечня проблем вытекают риски, которым подвергается банковский бизнес в кризисный период. На основе приведенного списка рисков составлена классификация банковских рисков, где в качестве классификационного признака взят вид обеспечиваемой деятельности.

Ключевые слова: Риск, банковский бизнес, кризис.

Abstract: Main problems which are faced by banking structures in current economic realities are described in the article. There are some risks from the mentioned list of problems which have an influence at banking business in a period of crisis. Classification was developed on the base of list of risks and the main classification feature is kind of activity.

Key words: Risk, banking structure, crisis.

Кризис является временем, когда впору задуматься о том, что делать компании дальше: больше зарабатывать или больше экономить? Отрасли, которые в новых реалиях экономики попали под программу государственной поддержки в связи с политикой импортозамещения (например, машиностроение, фармацевтика, сельское хозяйство), выбирают первый вариант. Однако, государственный бюджет не может обеспечить помощью всех нуждающихся, особенно после предложений по секвестру бюджета в 2015 году.

Секторальные санкции, введенные против Российской Федерации (в основном – против финансового, оборонного и нефтяного секторов), больше всего затронули интересы и позиции банковского сектора. Список рисков при ведении банковского бизнеса в нашей стране расширился благодаря усиленному влиянию внешнеполитического фактора.

Банки представляют собой очень сложную структуру, которой помимо основной цели любого коммерческого предприятия в виде получения прибыли приходится соблюдать нормативы, установленные со стороны регулирующего органа, Банка России. При отсутствии возможности оплатить свои обязательства перед контрагентами, любое товаропроводящее предприятие вправе объявить себя банкротом, и крайне редки случаи, при которых это принудительно делает государство. С банковскими структурами все иначе. Возможно абсолютно нормальное ведение бизнеса, даже прибыльное, но как только будет нарушен один из обязательных нормативов ЦБ РФ согласно инструкции №139-И «Об обязательных нормативов Банка России», например, норматив Н1, то Банк может как лишиться лицензии сразу («минимально допустимое числовое значение норматива Н1.0 устанавливается в размере 10,0 процентов» [2]), либо отправиться на процедуру санации или поиска средств для пополнения основного капитала.

Наличие большого количества рисков и является основным мотивом к написанию данной работы. Основной целью работы является разработка классификации рисков банковской деятельности, учитывая нынешние реалии экономики. Для достижения данной цели необходимо выполнение следующих задач:

- определение основных проблем, встречающихся в современном банковском бизнесе;
- выделение вида риска на основе приведенной проблемы;
- составление классификации рисков при ведении банковской деятельности в кризисный период.

Актуальность темы обусловлена нынешними реалиями российской экономики, которые повышают риски ведения любого бизнеса, в том числе и банковского, и заставляют вырабатывать новые стратегии поведения на рынке.

Современные проблемы банковского бизнеса

Основой для успешного противостояния внешним факторам воздействия на бизнес, а также противоборство недобросовестной конкуренции, является наличие отлаженной системы риск-менеджмента в банке. Для определения риска, от которого нужно застраховаться или который можно избежать, необходимо идентифицировать проблему. Перечислим основные проблемы, встречающиеся на сегодняшний день в банковском бизнесе и те риски, которые вытекают из данной проблемы:

1. Человеческий фактор

Данная проблема существовала всегда, неправильно было бы говорить, что она возникла только сейчас. Если раньше при упоминании данного фактора имелись ввиду действия сотрудников, повлекшие прямые денежные потери кредитной организации, то сейчас уместнее говорить о недополученной прибыли, которую банк мог бы заработать при правильном выполнении работником своей должностной инструкции. Например, сотрудник забыл списать комиссию за заверение документов. Ранее данный вид комиссии не списывался, но при переориентации на комиссионный вид бизнеса увеличилось количество операций, предназначенных для списания за осуществления действия.

Другой риск, связанный с человеческим фактором, лежит в области продажи банковских продуктов. Банк представляет собой финансовый супермаркет, только товар в нем специфический, требующий того, чтобы его определенным образом преподнесли клиенту. Этим и обуславливается обязательное требование всех банков к специалистам операционного блока, к менеджерам по работе с клиентами (в первую очередь), даже к управляющим фронт-офисам по продаже банковских продуктов. Человек, не умеющий продавать на практике, даже с блестящими теоретическими знаниями, не сможет выполнять в полной мере план по продажам, а в перспективе это означает недополученную банком прибыль и значит несет в себе риск дальнейшего существования банковской организации в целом.

Таким образом, данную проблему возможно охарактеризовать с точки зрения риска как риск ненадлежащего исполнения своих должностных обязанностей сотрудниками банка (в основном это касается сотрудников фронт-офисов).

2. Проблемы на внешнеполитической арене

Ситуация, связанная с введением санкций в отношении РФ, породила возникновение множества проблем, ведущих в итоге к возникновению рисков, о которых раньше не приходилось задумываться.

Первая проблема возникла в результате отключения от обслуживания платежных систем Visa и Mastercard карт, эмитированных банком «Россия», в отношении которого были введены санкции США. В результате подобных действий возник новый риск, о существовании которого ранее не приходилось задумываться, – это риск приостановки всех безналичных платежей по картам. К счастью, рынок безналичных платежей РФ настолько велик, что данное отключение отразится не

только на банках, использующих данные платежные системы, но и на самих компаниях, проводящих безналичные платежи. Доля Visa и Mastercard в России составляет порядка 80–90%. Выходом из данной ситуации послужило создание собственной национальной системы платежных карт на базе Универсальной электронной карты. Российская платежная система ПРО 100 еще не заработала, равно как и карта УЭК, однако, первый шаг навстречу стабилизации в отношении данной ситуации сделан – «ЦБ в качестве расчетного центра был включен в состав субъектов платежной инфраструктуры Visa» [4], а АО «НСПК» было зарегистрировано как платежный клиринговый и операционный центр. Риском, вытекающим из данной проблемы, можно являться нестабильная работа международных платежных систем.

Другой проблемой в связи с внешними ограничениями является давление на компанию, реализующую международную систему расчетов SWIFT. Если в случае с платежными системами в России была альтернатива внутри страны, пусть и реализуемая в течение среднесрочного периода, то при отключении от данной системы переводов, которая является самой распространенной межгосударственной системой и насчитывающей около 10000 банков, на создание альтернативной по стоимости и по качеству услуги системы переводов ушло бы намного больше времени, чем 1-2 года. Риском, вытекающим из данной проблемы, является наличие сильной зависимости всего банковского сектора от одного агента по предоставлению ключевой услуги и отсутствие реальной альтернативы в этом направлении. К нашему счастью, данная компания позиционирует себя как политически независимая, поэтому в краткосрочном периоде такой вариант развития события невозможен.

Наконец, самым важным из эффектов введения санкций стало ограничение финансирования российских банков на межбанковских рынках Европы. Кроме того, Европейский инвестиционный банк прекратил финансирование проектов в Российской Федерации. Все это вылилось в новый риск увеличения ставки предложения денежных средств для юридических и физических лиц, что может снизить как деловую активность в стране и развитие промышленности, так и снижение спроса населения на кредитные средства, что ведет к риску снижения доходности банка.

3. Оптимизация численности штата

В непростых экономических условиях многие компании вынуждены оптимизировать свои расходы. Кроме таких рядовых объектов оптимизации, как сокращение расходов на связь, бережное обращение и экономия канцелярии, сокращение программ дополнительного медицинского страхования, основным объектом оптимизации является персонал. Данный вид безработицы относится к циклическому типу, что и порождено изменениями в состоянии экономики. Следствием данного процесса является повышение показателя безработицы, который «на март 2015 года составил 5,3% по сравнению с 5,2% безработицы за аналогичный период за 2014 год» [5]. Среди сокращенных рабочих имеются те, у кого остались и продолжают действовать кредитные обязательства перед банками. Согласно последним данным по кредитной задолженности за март 2015 года по сравнению с мартом 2014 года, среднее изменение просроченной задолженности за год в топ-7 отечественных банках составило 50,27%. Только один из банков в топ-10 (Росбанк) практически не столкнулся с данной проблемой, что скорее всего объясняется продажей проблемных активов коллекторским агентствам или другим банкам. Выходом из ситуации может стать реструктуризация кредитной задолженности, но для того, чтобы ее осуществить, нужны новые денежные средства, которые будут зафондированы уже по более высокой ставке, чем это было ранее. Направлением для развития, при котором возможно будет уменьшение доли просроченных кредитов в новых выдачах, является более тщательный финансовый анализ заемщика наряду с сокращением объемов как такового сегмента потребительского кредитования. В топ-10 российских банков с декабря 2014 года (как раз, когда начался пересмотр ссудной ставки в банках) по март 2015 сокращение данного сегмента в среднем на 3,27%.

Таким образом, главным риском, следующим из данной проблемы, является снижение доходности банка в связи увеличением просроченной задолженности и уменьшением количества выдач самого доходного продукта банка, коим и является кредит.

4. Увеличение роста просроченной задолженности

Увеличение роста просроченной задолженности может являться фактором возникновения не только риска снижения доходности, но и фактором к возникновению риска снижения достаточности капитала.

В своей деятельности банки руководствуются основными нормативами, законодательно закрепленными в Инструкции №139-И «Об обязательных нормативах Банка России». Это нормативы достаточности капитала, нормативы ликвидности (мгновенной, текущей, долгосрочной), нормативы, определяющие величину кредитного риска. При увеличении задолженности заемщика перед банком в виде непогашенной ссуды увеличивается размер резервов, которые коммерческий банк должен отчислять для обеспечения исполнения своих обязательств. При расчете достаточности капитала резервы относятся на знаменатель, т.е. для поддержания данного показателя на необходимом уровне (10%) необходимо увеличить числитель, в котором записан капитал компании. Привлечь денежные средства для увеличения основного капитала возможно несколькими способами:

- «использование механизма ОФЗ» [1];
- привлечение субординированного кредита;
- эмиссия облигаций с ипотечным покрытием и т.п.

Самым недорогим в плане фондирования является первый вариант, однако, он предполагает передачу части привилегированных акций банковской структуры государству, т.е. фактически произойдет частичная национализация банковской сферы. Поэтому при решении данной проблемы возникает сразу несколько рисков: риск сохранения платежеспособности и риск возможной утраты контроля по управлению банком.

5. Колебание курсов валют

Колебание курсов валют отражается как на финансовом состоянии клиентов банка, так и на самом банке. Для клиентов, имеющих ипотечные кредиты в иностранной валюте, резкий скачок курса валют (на рисунке 1 – изменение цены евро на ММВБ) увеличил ежемесячные выплаты в пользу банка, если заработная плата заемщика в рублях, и соответственно, увеличилась совокупная просроченная задолженность перед банком. Для банка это может привести, как уже говорилось, к риску снижения доходности и к риску потери платежеспособности. Кроме того, при увеличении стоимости валюты увеличивается стоимость обязательств банка при переоценке счетов, полученных в иностранной валюте. Данная проблема ведет к риску снижения прибыльности банка.

Другая проблема, которая может возникнуть вследствие некачественного контроля над валютным риском, это неотслеживание изменения открытой валютной позиции в связи с изменяющимся курсом валюты. Согласно Приказу Банка России от 22.05.1996 №02-171 «Об установлении лимитов открытой валютной позиции и контроле за их соблюдением уполномоченными банками Российской Федерации» за несоблюдение данных правил накладываются санкции со стороны регулирующего органа, «не допускающие увеличения впредь данного лимита для нарушавшего правило банка» [3]. Из этой проблемы вытекает следующий риск – снижение вариативности размещения свободных денежных средств, снижение уровня возможного страхования риска финансовых потерь.



Рисунок 1 – Изменение стоимости евро на ММВБ в 2014 году

б. Повышение ключевой ставки ЦБ РФ

В связи с резким скачком значения ключевой ставки Банка России (наибольшее значение было утверждено «в ночь с 16 на 17 декабря 2014 года – 16%» [6]) коммерческие банки вынуждены формировать свою стратегию поведения, опираясь на новые процентные ориентиры. Основные изменения в политике банков – повышение ставок по срочным вкладам для населения, увеличение процентных ставок по потребительским кредитам для населения, а также увеличение процентных

ставок по ссудам, выдаваемым юридическим лицам. Риском, вытекающим из данной проблемы, будет возможный уход с рынка кредитования из-за низкого потока новых клиентов. В условиях рыночной экономики преимуществом будет пользоваться та кредитная организация, которая обладает рядом следующих преимуществ по сравнению с конкурентами:

- более низкая процентная ставка;
- отсутствие скрытых комиссий за выдачу и обслуживание ссуды;
- качественный банковский сервис.

Классификация банковского риска

Важно понимать, что все риски сводятся к тому, что в итоге банк упускает какую-то часть возможной прибыли. Приняв это во внимание, автором была предложена новая классификация рисков в банковской деятельности, основным классификационным признаком в которой является вид обеспечиваемой деятельности. Согласно разработанной классификации были выявлены две группы:

- 1) риск в основной операционной деятельности:
 - ненадлежащее исполнение сотрудниками своих должностных инструкций;
 - нестабильная работа международных платежных систем;
 - отсутствие альтернативы международной системе межбанковских переводов;
 - сокращение вариантов привлечения денежных средств;
 - увеличение ключевой ставки Банком России;
 - увеличение стоимости курса валют;
 - повышение величины просроченной задолженности.
- 2) риск в обеспечении регламентируемой деятельности:
 - повышение надзорным органом основных нормативных значений;
 - снижение ликвидности и достаточности капитала.

Таким образом, данная классификация в полной мере отражает принцип того, что кредитные организации являются одинаково зависимыми от двух институтов: института государственного регулирования и института рыночной экономики.

Сложные условия, в которых функционируют все субъекты экономики страны, заставляют компании принимать серьезные меры во избежание окончательного ухода с рынка. Кто-то занимается сокраще-

нием численности персонала, для предпринимателей из отрасли народного хозяйства это повод задуматься о расширении своей деятельности ввиду дефицита на товары иностранного производства. Кто-то не выдерживает конкуренции покидает рыночную нишу, некоторые задумываются об объединении усилий и создают совместные предприятия или холдинги.

В нынешних реалиях российской экономики банковским структурам необходимо задуматься о коопетиции своих усилий с целью нивелирования рисков, которые затронут все заинтересованные стороны. В связи усиливающимся внешнеполитическим давлением усиление независимости от международных финансовых и технологических ресурсов должно являться приоритетным в области межбанковского сотрудничества. Не стоит рассматривать кризисную ситуацию как нечто нехорошее, которое может навредить привычному укладу жизни. Кризис создает возможность к внутреннему росту, эволюции отечественной финансовой, а в частности, банковской сферы, ведь для получения успешно функционирующей системы необходимо пройти все этапы становления и развития самостоятельно, а не использовать опыт других стран, полученный при совершенно ином уровне воздействия внутренних и особенно внешних факторов среды.

Литература:

1. Федеральный закон «О внесении изменения в статью 23 ФЗ «О федеральном бюджете на 2014 и на плановый 2015 и 2016 годов» от 19.12.2014.

2. Инструкция Банка России от 16 января 2004 г. №110-И «Об обязательных норматива банков».

3. Приказ Банка России от 22.05.1996 №02-171 (ред. от 19.04.2002) «О введении в действие Инструкций «Об установлении лимитов открытой валютной позиции и контроле за их соблюдением уполномоченными банками Российской Федерации» и «О порядке отчетности по конверсионным операциям уполномоченных банков Российской Федерации, являющихся ведущими операторами межбанковского валютного рынка».

4. ЦБ стал расчетным центром Visa в России // <http://politikus.ru/events/44825-cb-stal-raschetnym-centrom-visa-v-rossii.html> (дата обращения: 05.03.2015).

5. Трудовые ресурсы [Электронный ресурс]: Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. – Дата обращения: 07.03.2015.

6. Аналитические материалы информационного портала Банки.ру: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.banki.ru/news/lenta (дата обращения: 10.03.2015).

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
РОССИЙСКИХ БАНКОВ:
ОЦЕНКА НА ОСНОВЕ РЕЙТИНГОВОЙ МЕТОДИКИ**

**Чичуленков Д.А. к.э.н.,
старший преподаватель кафедры
«Банки и банковский менеджмент»
Финансового университета**

Аннотация: в данной работе содержатся результаты исследования (на основе рейтинговой методики), посвященного современному состоянию корпоративной социальной ответственности (КСО) кредитных организаций. Полученные данные позволили оценить текущий уровень социальной ответственности 50 крупнейших российских банков, выявить основные трудности применения стратегии КСО в банковской сфере и сформулировать предложения по дальнейшему развитию и распространению лучших практик КСО в их деятельности.

Ключевые слова: банки, корпоративная социальная ответственность, КСО, рейтинговая методика, нефинансовая отчетность, проблемы и направления развития

Abstract: This paper contains the results of the research (based on rating technique) dedicated to the current state of corporate social responsibility (CSR) of credit institutions. The obtained data allowed us to estimate the current level of 50 largest Russian banks' social responsibility, to identify the main difficulties in applying CSR strategy in the banking sector and to formulate proposals for the further development and dissemination of best practices of CSR in their activity.

Kew words: banks, corporate social responsibility, CSR, rating methodology, non-financial reporting, challenges and directions of development

В последние десятилетия усилилось внимание к такому явлению, как корпоративная социальная ответственность (далее – КСО) бизнеса, его вклада в социально-экономическое развитие страны, повышения эффективности взаимоотношений со всеми заинтересованными лицами: сотрудниками, клиентами, органами власти, местными сообществами.

Корпоративная социальная ответственность в самом общем смысле представляет собой добровольный вклад организации в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах,

затронутых связанной основной деятельностью организации, и осуществляемый преимущественно дополнительно по отношению к требованиям законодательства.

В некоторых государствах существуют ответственные должностные лица (на уровне министров) и ведомства, занимающиеся вопросами корпоративной социальной ответственности. Все больше стран законодательно закрепляют обязанность крупнейших компаний публиковать нефинансовые отчеты о своей деятельности в области КСО наряду с привычными годовыми отчетами как часть механизма раскрытия информации. В качестве примера можно привести Швецию, Индию, Францию [4]. Появились международные стандарты в области принципов КСО, а также правил составления т.н. «интегрированных отчетов» и «Отчетов об устойчивом развитии». В 1999 году был инициирован проект ООН «Глобальный договор», в котором сформулированы 9 основополагающих принципов социальной ответственности бизнеса.

События последних лет в нашей стране: отзыв банковских лицензий, безответственное кредитование, агрессивное навязывание услуг, ложное информирование о состоянии банка и параметрах его продуктов – свидетельствуют о недостаточном распространении высоких этических принципов в деятельности российских банков. Хотя многие экономисты сходятся во мнении, что соблюдение стандартов социальной ответственности и этических норм являются залогом устойчивого функционирования банковского сектора [1, 2].

В связи с вышеизложенным, особую актуальность приобретают теоретические и практические исследования, направленные на развитие представлений о специфике практики корпоративной социальной ответственности в банковской сфере, ее преимуществах, способах измерения, перспективах распространения ее лучших образцов в условиях российской практики.

Целью настоящей работы является изучение состояния социальной ответственности крупнейших российских банков и выработка предложений, направленных на дальнейшее развитие и распространение лучших практик КСО в их деятельности.

В качестве предмета исследования были выбраны 50 крупнейших российских банков на 01.01.2015 (по размеру активов) плюс ГК «ВЭБ» (всего 51 организация). Объектом исследования являются формы и способы деятельности вышеуказанных банков в области КСО.

В экономической литературе принято выделять 6 направлений деятельности компании в сфере КСО: по отношению к персоналу; по отношению к потребителю; охрана окружающей среды; добросовестные деловые практики; развитие местных сообществ; благотворительность и волонтерство.

Для оценки деятельности банков в области КСО было выбрано 14 показателей, структурированных по 6-ти направлениям оценки. Каждый показатель оценивался по балльной шкале (в зависимости от степени значимости показателя максимальная сумма варьируется от 0,5 до 2,0).

Максимальная сумма баллов по всем 14 показателям равняется 14,0. В рамках исследования применялась следующая **рейтинговая шкала**:

- рейтинг А (очень высокий уровень работы банка в области КСО): сумма баллов от 12,0 до 14,0 баллов;
- рейтинг В (достаточно высокий уровень): от 8,0 до 12,0 баллов;
- рейтинг С (средний уровень): от 4,0 до 8,0 баллов;
- рейтинг D (низкий уровень): от 0,0 до 4,0 баллов.

Направления оценки и показатели, используемые в рейтинговой методике

1. Прозрачность деятельности в области КСО и наличие стратегического подхода.

1.1. Наличие на сайте банка информации о социальной деятельности (отдельный раздел на сайте, специальный отчет и т.п.) [**макс. = 1 балл**].

1.2. Форма отчетности банка о социальной деятельности [**макс. = 2 балла**].

1.3. Количество отчетов о социальной деятельности за последние 5 лет [**макс. = 0,5 балла**].

2. Комплексность подхода в области КСО (наличие мероприятий по разным направлениям).

2.1. в отношении персонала [**макс. = 1 балл**].

2.2. проекты в области экологии и охраны окружающей среды [**макс. = 0,5 балл**].

2.3. благотворительность и волонтерство персонала [**макс. = 0,5 балл**].

2.4. проекты в области повышения уровня финансовой грамотности [**макс. = 0,5 балл**].

2.5. социально ориентированные банковские услуги [макс. = 1 балл].

3. Лояльность по отношению к клиентам (ответственная деловая практика).

3.1. Число исков к банку, поданных в арбитражные суды, в течение 2014 в расчете на 1 офис обслуживания [макс. = 2 балла].

4. Организационное оформление деятельности в области КСО и наличие моральных обязательств (признак отношения к КСО как долгосрочной политике банка).

4.1. Наличие у банка документа о деятельности в области КСО (Положение, Заявление и т.п.) [макс. = 0,5 балла].

4.2. Наличие в структуре банка специализированного подразделения, ответственного за мероприятия в области КСО [макс. = 0,5 балла].

4.3. Банк присоединился к Кодексу этических принципов или заявил о следовании собственному Кодексу этических принципов [макс. = 1 балл].

5. Доля расходов на благотворительность в 2014 году на 2014 на 1 рубль чистой прибыли в 2014 [макс. = 2 балла].

6. Общая прозрачность деятельности банка [макс. = 1 балл].

По итогам выполненных расчетов были получены следующие результаты.

1. Почти каждый четвертый банк (24%) из ТОП-51 осуществляет социальную деятельность на системной основе. При этом 20% обследованных банков практически не ведут деятельности в области КСО или не сообщают о ней в открытых источниках.

В числе лидеров оказались ОАО «Сбербанк России» и ГК «ВЭБ», набравшие наибольшее число баллов (12,1 балла) а также Газпромбанк, Альфа-банк, Уралсиб, Банк ВТБ, АК Барс, набравшие более 9,0 баллов. Примерно 20% банков набрали менее 4,0 баллов из 14,0 возможных. Более того, исследование показало, что банки с государственным участием являются более социально ориентированными (средний балл – 7,8), нежели их конкуренты с иностранным (5,9 балла) или частным российским капиталом (4,9 балла).

2. Практика подготовки нефинансовых отчетов пока не получила большого распространения (их готовят всего 16% обследованных банков).

Небольшое количество наиболее продвинутых банков (16%) публикуют специальные нефинансовые отчеты о своей деятельности в рамках КСО. Еще 33% банков ТОП-51 сообщают о социальных мероприятиях в традиционных годовых отчетах в отдельном разделе или главе и 51% кредитных институтов вообще не раскрывают сведения о своей деятельности в области социальной ответственности.

3. Наиболее популярным направлением деятельности российских банков в области КСО является благотворительность и социальное волонтерство (84% обследованных банков).

43 банка из 51 заявляют о реализации проектов в области благотворительности и социального волонтерства. Удельный вес банков, которые сообщают о реализации социальных проектов в других областях (в отношении персонала, в сфере экологии и повышения финансовой грамотности, создания специальных банковских продуктов) значительно меньше (от 35% до 39%) (рисунок 1).

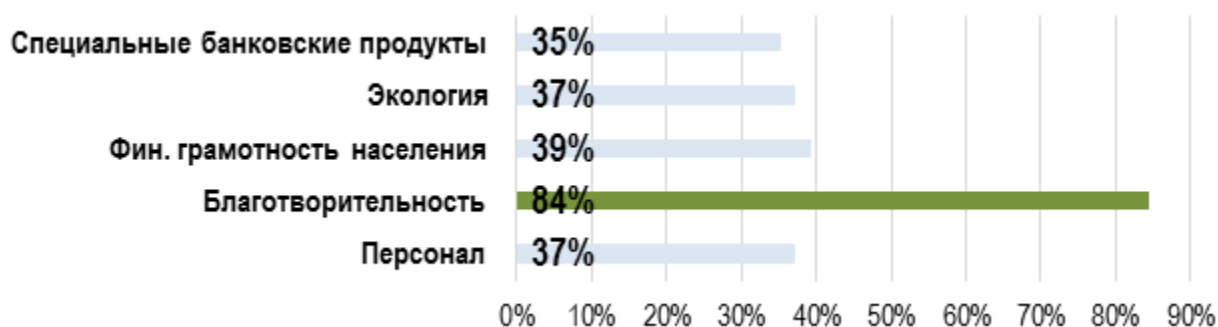


Рисунок 1 – Удельный вес банков, реализующих соответствующие социальные мероприятия (% от общего числа обследованных банков)

4. Невысокая степень вовлеченности ТОП-51 банков в арбитражные дела в качестве ответчика (за 2014 в среднем было подано 13 заявлений на 100 офисов обслуживания).

Исследование показало достаточно низкую степень вовлеченности банков в арбитражные дела в качестве ответчика, если принять во внимание особенность текущей деятельности банка, который ежедневно заключает сотни и даже тысячи сделок с клиентами.

5. Слабое организационное оформление деятельности банков в области КСО.

Только 12% обследованных банков разместили в открытом доступе документ о своей политике в области КСО. И лишь в 8% кредитных

организаций создано специализированное подразделение. Что касается декларации о следовании этическим принципам банковского дела, то лишь четверть банков (24%) заявила о следовании кодексам.

6. В 2014 г. российские банки потратили на благотворительность 14,1 млрд руб. (т.е. ~ 2,4% от чистой прибыли).

Для сравнения: в 2011 году расходы 50 крупнейших банков по строке «благотворительность и иные аналогичные расходы» составили 6,8 млрд. руб., что составило 1,2% от чистой прибыли этих банков [3].

Доля пяти госбанков (Банк Москвы, Сбербанк, ВЭБ, Банк ВТБ и Газпромбанк) в общей сумме расходов на благотворительность обследованных банков составила 80% (11,3 млрд. руб.). В числе лидеров также Альфа-Банк, банк «Русский стандарт», ФК «Открытие» (рисунок 2).

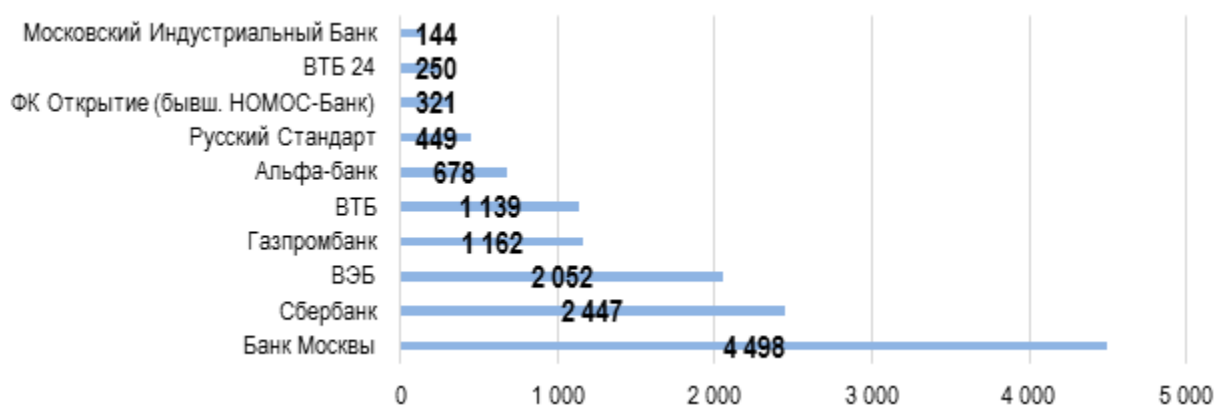


Рисунок 2 – Топ-10 российских банков по сумме расходов на благотворительность в 2014 г., млн руб.

На рисунке 3 показано распределение банков в общей сумме затрат.

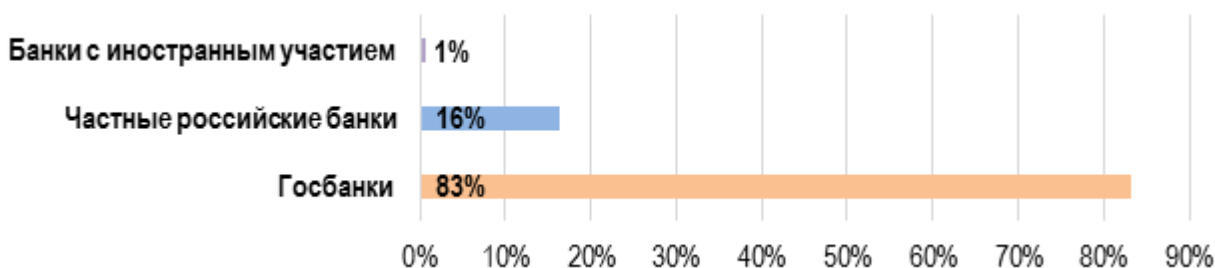


Рисунок – 3 Доля групп банков в общей сумме затрат на благотворительность в 2014, в % к итогу

По относительному показателю (в расчете на 1 рубль чистой прибыли) лидируют банки с государственным участием в капитале (рисунок 4), что подтверждает более высокий уровень развития практики КСО в их деятельности.

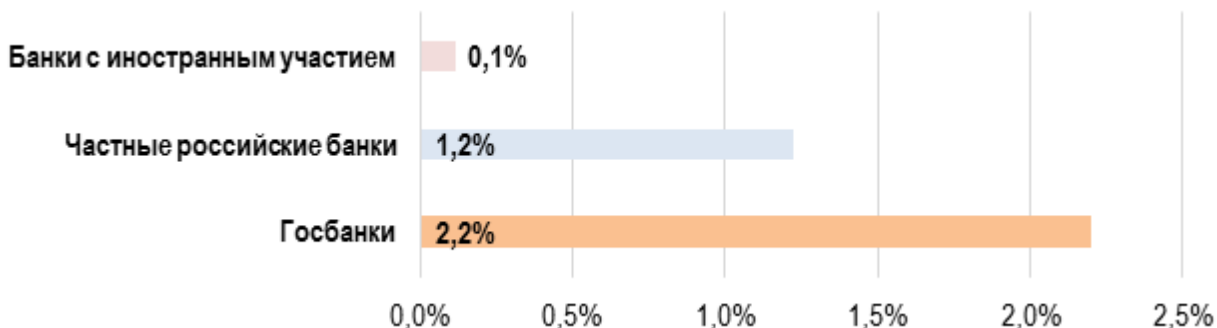


Рисунок 4 – Средняя доля расходов на благотворительность, в % от чистой прибыли (посчитано с учетом корректировки прибыли)

В числе лидеров по относительному объему затрат на благотворительность Банк Москвы, банк «Русский стандарт», ВЭБ, МИНБ, Уральский банк реконструкции и развития.

Основные трудности распространения практики КСО в банковской сфере связаны, как нам представляется, со следующими обстоятельствами:

- само по себе понятие корпоративной социальной ответственности является относительно новым для российских банков, что объясняет разночтения в его толковании и в способах реализации КСО;
- далеко не все акционеры и топ-менеджеры российских банков понимают долгосрочные преимущества от последовательных и системных усилий в области КСО.
- сохранение в сознании банкиров парадигмы «корпоративного эгоизма», которая утверждает в качестве единственной цели бизнеса максимизацию стоимости фирмы при соблюдении действующего законодательства;
- недостаток специалистов, обладающих знаниями в области современных стандартов КСО.

В качестве направлений развития и распространения лучшей банковской практики в области КСО, на наш взгляд, стоит отметить:

- реализацию системного подхода к деятельности в области КСО, адаптация лучшего международного опыта (в т.ч. предложений Global Reporting Initiative, стандарта ISO:26000 «Руководство по корпоративной социальной ответственности», инициатив Международного совета по интегрированной отчетности и др.);
- распространение информации и популяризацию лучших практик в области КСО, в т.ч. через публикацию нефинансовой отчетности, разработку и регулярную публикацию рейтингов КСО в банковском секторе;
- подготовку специалистов по разработке и реализации стратегии банков в сфере КСО на базе высших учебных заведений с учетом имеющегося в банковском сообществе опыта.

Сегодня почти никто не сомневается в необходимости повышения уровня социальной ответственности банков. От их способности применить лучшие практики в этой сфере, наладить комплексную и последовательную работу по развитию своей стратегии в области КСО будет зависеть не только уровень их собственной конкурентоспособности, но и эффективность банковского сектора в контексте обеспечения экономического роста и созидания благополучного общества в целом.

Литература:

1. *Козловски П.* Этика банков. Уроки финансового кризиса: учебное пособие / пер. с нем. О.У. Ависа. М.: Кнорус, 2014.
2. Тенденции и проблемы развития банковского сектора России: монография / коллектив авторов; под ред. Н.Э. Соколинской. М.: Социально-политическая мысль, 2013.
3. Особенности благотворительной деятельности банковского сектора России / Исследование выполнено CAF Russia. – Москва, ноябрь 2012. [Режим доступа: http://www.cafrussia.ru/page/otraslevie_obzori].
4. Российская сеть интегрированной отчетности. [Электронный ресурс: <http://ir.org.ru/ob-integrirovannoj-otchetnosti/istoriya-io>]

**АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ НЕСТАНДАРТНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ
БАНКА РОССИИ ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ ЛИКВИДНОСТИ
НА ИНДИКАТИВНЫЕ ПРОЦЕНТНЫЕ СТАВКИ
МЕЖБАНКОВСКОГО РЫНКА**

*Ващелюк Н.В., аспирант
МГУ им. М.В. Ломоносова*

Аннотация: в данной статье представлены результаты эмпирического анализа влияния нестандартных инструментов Банка России по предоставлению ликвидности на функционирование денежного рынка. На основе анализа ежедневных данных о функционировании российского межбанковского рынка было обнаружено, что увеличение среднего темпа прироста задолженности коммерческих банков перед ЦБ РФ по кредитам под нерыночные активы и поручительства оказывает понижающее давление на ставки MosPrime по межбанковским кредитам на срок 1, 2 и 3 месяца. Данный результат позволяет сделать вывод об эффективности введенных в 2014 году ЦБ РФ аукционов по предоставлению трехмесячных кредитов, обеспеченных нерыночными активами, с точки зрения их влияния на процентные ставки денежного рынка.

Ключевые слова: нестандартные меры монетарной политики, кредитное смягчение, инструменты по предоставлению ликвидности, операции РЕПО, кредиты под нерыночные активы или поручительства

Abstract: The paper examines the impact of Bank of Russia liquidity providing measures on money market. There is found the evidence of the effectiveness of the credit auctions for 3-month loans secured by assets or guarantees. The regression analysis of the nonstandard liquidity easing measures showed that the increase in pace of providing the loans secured by non-marketable assets or guarantees puts a downward pressure on MosPrime rates.

Keywords: non-standard monetary policy measures, credit easing, liquidity facilities, REPO-transactions, loans secured by non-marketable assets or guarantees.

Центральный банк Российской Федерации, как и центральные банки других развивающихся стран, в период мирового финансового кризиса применял меры по косвенному кредитному смягчению, используя нестандартные инструменты предоставления ликвидности. В настоящее время Банк России продолжает в значительной степени полагаться на данные инструменты. ЦБ РФ активно предоставляет денежные средства коммерческим банкам в виде кредитов под нерыночные активы и поручительства, в том числе на длительные сроки. Одна из последних инициатив состоит в предоставлении долгосрочных кредитов по пониженной процентной ставке с целью стимулирования банковского кредитования инвестиционных проектов.

В зарубежной литературе [1, 3, 4] принято оценивать эффективность подобных мер с точки зрения их влияния на ставки по кредитам на межбанковском рынке, выдаваемым на относительно длительные сроки (например, 3 или 6 месяцев). Это обусловлено тем, что уровень данных ставок напрямую влияет на условия кредитования реального сектора экономики. Поэтому целью настоящего эконометрического исследования является анализ влияния применения нестандартных инструментов Банка России по предоставлению ликвидности на функционирование российского денежного рынка.

1. Обзор основных подходов к эмпирическому анализу влияния нестандартных инструментов по предоставлению ликвидности на экономику

Одна из наиболее серьезных работ, в которой исследовалось влияние параметров операций центрального банка по предоставлению ликвидности на функционирование денежного рынка, была проведена П. Аббаса и Т. Линцртом [1]. После начала мирового финансового кризиса ЕЦБ предоставлял значительные объемы ликвидности финансовым институтам, и операции центрального банка фактически частично заменили финансовое посредничество на межбанковском рынке. В связи с этим возник вопрос о том, действительно ли расширенное предоставление ликвидности коммерческим банкам позволило ЕЦБ управлять процентными ставками денежного рынка.

В [1] производится анализ влияния мер ЕЦБ по предоставлению ликвидности на ставки по межбанковским кредитам на разные сроки (до 12 месяцев). Теоретической основой модели является гипотеза ожиданий временной структуры процентных ставок, в соответствии со слабой формой которой текущее значение процентной ставки по финансовым инструментам (далее – кредитам) с более длительным сроком до погашения должно равняться сумме средней ожидаемой ставки по кредитам овернайт и постоянной премии за риск, специфичной для каждого срока.

В качестве зависимой переменной в модели [1] используются просты ставки по межбанковским кредитам Euribor (европейская межбанковская ставка предложения, *Euro Interbank Offered Rate*). При этом строятся регрессии для процентных ставок по кредитам на разные сроки: 3 месяца, 6 и 12 месяцев. Ставка Euribor является индикативной и отражает уровень процентных ставок по размещению кредитов, объявленных достаточно большим количеством коммерческих банков.

В качестве индикатора ожиданий участников финансовых рынков по поводу будущей направленности денежно-кредитной политики используется ставка по операциям процентный своп OIS для соответствующего срока. Она отражает средний уровень ставки по однодневным кредитам, ожидаемый в течение следующих k дней. Таким образом, изменение ставки OIS означает пересмотр ожиданий по поводу будущего значения ставок овернайт в течение периода, соответствующего сроку анализируемой ставки Euribor.

Предполагается, что на формирование ставки Euribor, кроме ожиданий участников рынка, могут оказывать влияние и другие факторы. В частности, в [1] с помощью индекса волатильности фьючерсов на ставку Euribor учитывается неопределенность по поводу направленности ДКП, присущая ожиданиям участников финансового рынка.

Также в качестве объясняющих переменных используются показатели, характеризующие уровень кредитного риска и риска ликвидности. В качестве меры кредитного риска в работе используется медианное значение спреда CDS коммерческих банков, участвующих в формировании ставки Euribor. Соответственно, чем больше медианное значение спреда CDS, тем выше уровень кредитного риска.

Следующая группа факторов, которые должны оказывать влияние на ставки Euribor, представляет собой переменные, характеризующие параметры операций центрального банка. Прежде всего, используется суммарный объем задолженности по основным и долгосрочным операциям рефинансирования на все сроки. Кроме того, в модель включены фиктивные переменные для обозначения дат анонсирования проведения нестандартных операций. Ожидается, что увеличение объемов операций рефинансирования и объявления о проведении ЕЦБ нестандартных операций должны приводить к снижению ставок на денежном рынке.

Также в модель включены фиктивные переменные, соответствующие фазе острого кризиса, предшествующему и последующему этапам. Для учета инерционности процентных ставок в число независимых переменных входит авторегрессионная компонента. Модель оценивалась на основе ежедневных данных для периода с 10 марта 2004 г. по 31 декабря 2009 г.

Согласно полученным результатам, прирост задолженности по операциям рефинансирования ЕЦБ не оказывает значимого влияния на

докризисную динамику ставок Euribor, что соответствует нейтральности предоставления ликвидности коммерческим банкам ЕЦБ по отношению к направленности денежно-кредитной политики в стандартной ситуации. Однако после начала мирового финансового кризиса увеличение задолженности по операциям рефинансирования ЕЦБ вызывало снижение процентных ставок по межбанковским кредитам, что свидетельствует об эффективности нестандартных мер денежно-кредитной политики, предпринятых ЕЦБ. Если говорить о влиянии объявлений, то в соответствии с результатами расчетов значимым событием для динамики ставок Euribor стало анонсирование проведения дополнительных операций по долгосрочному рефинансированию банковской системы (*sLTRO*).

2. Выбор переменных и периода исследования.

При проведении анализа влияния нестандартных инструментов предоставления ликвидности на финансовые показатели прежде всего следует определиться с выбором зависимой переменной. В данной работе используется индикативная ставка предоставления рублевых кредитов (депозитов) на московском межбанковском рынке MosPrime. При этом в качестве зависимой переменной выбрана ставка MosPrime по межбанковским кредитам на 3 месяца. Кроме того, для анализа устойчивости результатов также производилась оценка параметров моделей, в которых зависимой переменной являлась ставка Mosprime по кредитам на другие сроки.

Теоретической основой для оцениваемой эмпирической модели является гипотеза ожиданий временной структуры процентных ставок, устанавливающая зависимость между процентными ставками по кредитам на длительный срок с ожидаемым уровнем процентных ставок по кредитам на менее длительный срок. Кроме того, в регрессию в качестве объясняющих переменных включены различные факторы, оказывающие влияние на формирование премии за риск.

В качестве индикатора ожиданий участников денежного рынка о средней ставке по однодневным межбанковским кредитам, по аналогии с моделью, предложенной в [1], использовалась индикативная ставка по операциям процентный своп на ставку межбанковского рынка RUONIA. Стоит отметить, что индикатор ожиданий содержит информацию в том числе и об ожидаемом участниками рынка уровне ключевой процентной ставки. Мерой кредитного риска на межбанковском рынке в модели является спред между фактическими ставками по

межбанковским кредитам на 1 день банкам с высоким и спекулятивным кредитным рейтингом. Можно также предположить, что на динамику ставок на межбанковском рынке должен оказывать влияние уровень финансового и экономического риска, присущего стране в течение исследуемого периода. В качестве меры этого риска использовались три переменные:

- индекс волатильности РТС: в работе [2] в качестве прокси-переменной для уровня риска, присущего той или иной стране, используются индексы волатильности их фондовых рынков;
- премия по CDS для России;
- индекс EMBI+ Россия спред, рассчитываемый JP Morgan.

Кроме того, в регрессию были включены переменные, характеризующие деятельность Банка России по применению нестандартных инструментов предоставления ликвидности. Во-первых, используются темпы прироста задолженности по кредитам под нерыночные активы и операциям РЕПО, срок которых превышает три месяца. Во-вторых, в регрессии включены фиктивные переменные для дат, в которые производились объявления о параметрах реализации нестандартных мер или происходили аукционы по предоставлению долгосрочной ликвидности.

Также в модели использовались фиктивные переменные, характеризующие экзогенные шоки, которые могли оказать влияние на динамику ставок межбанковского рынка после обострения геополитической ситуации в феврале 2014 г.

Исследование строится на основе ежедневных данных о параметрах функционирования денежного рынка и деятельности центрального банка. Все переменные, кроме спреда между фактическими ставками по межбанковским кредитам на 1 день банкам с высоким и спекулятивным кредитным рейтингом и показателей деятельности центрального банка по предоставлению ликвидности кредитным организациям, были взяты в первых разностях, так как в уровнях они являлись нестационарными.

Анализ проводится для периода с 15 апреля 2011 г. по 2 июля 2014 г. [1] Нижняя граница временного интервала определяется доступностью данных о значениях индикативной ставки по операциям процентный своп, которая характеризует ожидания участников денежного рынка, формируемые относительно средней ставки по однодневным межбанковским кредитам в течение ближайших 90 дней.

Для оценки параметров модели были выбрана модель GARCH, позволяющая учесть условную гетероскедастичность, которая часто встречается в высокочастотных данных о финансовых показателях. Можно предположить, что подобный подход должен улучшить качество оцениваемой модели.

3. Результаты эконометрического анализа.

При пересмотре ожиданий по поводу будущего значения ключевой процентной ставки на 100 б.п. произойдет увеличение ставки MosPrime по межбанковским кредитам на 3 месяца на 36,9 б.п. Ставка MosPrime также чувствительна к изменению уровня кредитного риска на межбанковском рынке: увеличению спреда между фактическими ставками по межбанковским кредитам на 1 день банкам с высоким и спекулятивным кредитным рейтингом на 100 б.п. соответствует рост ставки MosPrime на 1,3 б.п. Большему уровню волатильности на фондовом рынке соответствует повышение ставки MosPrime: при росте индекса волатильности РТС на 10 п.п. ставка по межбанковским кредитам MosPrime на 3 месяца увеличивается на 4 б.п.

Повышение среднего темпа прироста задолженности коммерческих банков по кредитам под активы или поручительства перед Банком России, рассчитанного за предыдущие 5 дней, на 10 п.п. вызывает снижение ставки MosPrime по межбанковским кредитам на 0,3 б.п. Таким образом, увеличение объема рефинансирования, получаемого от центрального банка, позволяет снизить ставки по межбанковским кредитам, предоставляемым на длительные сроки (3 месяца). Это понижающее давление впоследствии транслируется в уровень процентных ставок по финансовым продуктам, формирование стоимости которых осуществляется на основе привязки к значению ставки MosPrime по кредитам на 3 месяца. Следует ожидать, что действия центрального банка должны оказывать стимулирующее воздействие на величину кредитов на длительные сроки.

Стоит отметить, что с января 2014 г. Банк России начал проводить аукционы по предоставлению кредитов на срок три месяца под нерыночные активы на регулярной основе. Проведение данных аукционов основном обеспечивает колебания прироста задолженности по данному инструменту. Также в конце июля был произведен аукцион по предоставлению кредитов под активы или поручительства на срок 12 месяцев, которому соответствует сильный всплеск прироста задолженности. Таким образом, действия центрального банка по предоставлению кредитов под нерыночные активы можно расценивать как эффективные, так как они приводили к снижению процентных ставок на межбанковском рынке.

Также дополнительно был проведен анализ факторов динамики ставок MosPrime на другие сроки (2 недели, 1 месяц, 2 месяца, 6 месяцев). В соответствии с результатами расчетов, действия Центрального банка Российской Федерации по предоставлению кредитов под активы или поручительства также оказывали влияние и на ставки межбанковского рынка по кредитам на срок 1 месяц, 2 месяца и 6 месяцев. В частности, наблюдалось понижающее воздействие увеличения среднего темпа прироста задолженности по кредитам под нерыночные активы на ставки по кредитам на срок 1 и 2 месяца. Если говорить о ставках по кредитам на более длительные сроки, то было обнаружено, что предоставление ликвидности центральным банком под активы или поручительства приводило к снижению волатильности ставок MosPrime на межбанковском рынке по кредитам на срок 6 месяцев.

Результаты расчетов свидетельствуют о том, что операции Банка России по предоставлению кредитов под нерыночные активы не оказывали влияния на процентные ставки в краткосрочном сегменте рынка межбанковского кредитования. В то же время значимым оказался средний темп прироста задолженности коммерческих банков перед центральным банком по операциям на срок от 1 дня до 1 недели: он оказывает понижающее давление на степень волатильности процентных ставок MosPrime по кредитам на срок одна и две недели на денежном рынке.

4. Выводы.

Проведенный для периода с апреля 2011 г. по июль 2014 г. анализ показал, что действия Банка России по предоставлению кредитов под нерыночные активы были эффективными с точки зрения их воздействия на процентные ставки MosPrime межбанковского рынка. Увеличение темпов прироста задолженности по кредитам под активы или поручительства вызывало снижение индикативной ставки предоставления рублевых кредитов (депозитов) на 1, 2 и 3 месяца на московском межбанковском рынке MosPrime Rate. С учетом привязки ставок по некоторым финансовым инструментам к ставке MosPrime по кредитам на 3 месяца можно утверждать, что нестандартные инструменты по предоставлению ликвидности позволили снизить ставки по некоторым долговым инструментам и кредитам. Это, в свою очередь, должно было положительно сказаться на выдаче банковских кредитов на более длительные сроки. В то же время эффект действий центрального банка в количественном выражении не является значительным: повышение

среднего темпа прироста задолженности коммерческих банков по кредитам под активы или поручительства перед Банком России, рассчитанного за предыдущие 5 дней, на 10 п.п. вызывает снижение ставки MosPrime по межбанковским кредитам всего на 0,3 б.п.

Также стоит отметить, что важными факторами, влияющими на динамику процентной ставки MosPrime по кредитам на срок 3 месяца, являются ожидаемая участниками денежного рынка средняя процентная ставка по однодневным межбанковским кредитам, уровень кредитного риска и степень волатильности фондовых рынков.

Несмотря на вывод об эффективности нестандартных мер по предоставлению ликвидности на функционирование долгосрочного сегмента денежного рынка, следует отметить, что организация применения нетипичных инструментов рефинансирования коммерческих банков не в полной степени соответствует практике центральных банков развитых стран. Так, Банку России, особенно в условиях перехода к режиму инфляционного таргетирования, следует уделять большее внимание обеспечению прозрачности системы инструментов предоставления ликвидности, обсуждению их эффективности и стратегии сворачивания, анализу возможного искажающего воздействия на функционирование рыночного механизма и действий, которые необходимо будет предпринять в случае невыполнения коммерческими банками своих обязательств.

Литература:

1. Abbassi, P., & Linzert, T. (2012). The effectiveness of monetary policy in steering money market rates during the financial crisis. *Journal of Macroeconomics*, 34, 945–954.
2. Gambacorta, L., Hofmann, B., & Peersman, G. (2014). The Effectiveness of Unconventional Monetary Policy at the Zero Lower Bound: A Cross-Country Analysis. *Journal of Money, Credit and Banking*, 46(4), 615–642.
3. McAndrews, J., Sarkar, A., & Wang, Z. (2008). The Effect of the Term Auction Facility on the London Inter-Bank Offered Rate. Federal Reserve Bank of New York, Staff Report no. 335.
4. Taylor, J., & Williams, J. (2009). A Black Swan in the Money Market. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 1(1), 58–83.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БАНКОВСКОГО НАДЗОРА В РОССИИ.
МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО
И ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ БАНКОВ**

*Шогенова Ф.О., аспирант кафедры
«Денежно-кредитный отношения
и монетарная политика»
Финансового университета
Научный руководитель:
Н.И. Морозко, д.э.н., проф. кафедры
«Денежно-кредитный отношения
и монетарная политика»
Финансового университета*

В соответствии с законодательством Российской Федерации Центральный банк Российской Федерации (далее – Банк России) является органом банковского регулирования и банковского надзора. Банк России осуществляет постоянный надзор за соблюдением кредитными организациями и банковскими группами (банковскими холдингами) банковского законодательства, нормативных актов Банка России, установленных Банком России обязательных нормативов. Для осуществления функций банковского регулирования и банковского надзора Банк России проводит проверки кредитных организаций (их филиалов), направляет им обязательные для исполнения предписания об устранении выявленных в их деятельности нарушений и применяет меры к кредитным организациям, предусмотренные Федеральным законом «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».

Центральный банк Российской Федерации (Банк России) и Государственный банк Вьетнама (Госбанк Вьетнама), именуемые в дальнейшем «органы банковского надзора», достигли взаимопонимания о необходимости сотрудничества в сфере банковского надзора, обмена информацией для эффективного выполнения своих функций в целях содействия надежности и стабильного функционирования банковских систем обеих стран. Это взаимопонимание соответствует полномочиям и функциям Центрального банка Российской Федерации (Банка России) и Государственного банка Вьетнама (Госбанка Вьетнама), а

также рекомендациям Базельского Комитета по банковскому надзору о принципах осуществления консолидированного и всестороннего надзора и сотрудничества между органами банковского надзора.

В соответствии с законодательством Социалистической Республики Вьетнам Государственный банк Вьетнама (далее – Госбанк Вьетнама) является органом Правительства и действует как центральный банк Социалистической Республики Вьетнам. Госбанк Вьетнама осуществляет функции государственного управления банковской деятельностью; является банком для кредитных организаций и банком, оказывающим денежные услуги Правительству, способствующим стабильности банковской деятельности и системы кредитных организаций. Госбанк Вьетнама осуществляет выдачу, отзыв лицензий на создание и деятельность кредитных организаций, за исключением случаев, когда решение принимается Премьер – министром, выдачу, отзыв лицензий на банковскую деятельность другим организациям, принимает решение о ликвидации, делении, объединении или поглощении кредитных организаций в соответствии с требованиями законодательства Социалистической Республики Вьетнам. Госбанк Вьетнама осуществляет проверку и инспектирование банковской деятельности, применяет меры в связи с нарушением законодательства о банковской деятельности в соответствии со своими полномочиями, осуществляет валютное регулирование и валютный контроль.

Банковский надзор во Вьетнаме имеет свои особенности, это исходит из самого определения ЦБ Вьетнама, который не является независимым органом как в Российской Федерации, а подчиняется премьер-министру и правительству. Существует специальное агентство по банковской инспекции и надзору, которое осуществляет контролирующие функции и препятствует отмыванию денег. Данное агентство напрямую подчиняется Центральному Банку.

Что является характерной особенностью ЦБ Вьетнама – так это работа о доверии клиентов к банковской системе в целом. Именно поэтому, отзыв лицензии у кредитных учреждений происходит крайне редко. За всю историю существования банковской системы во Вьетнаме, не было отозвано ни одной лицензии у местного банка. Отзыв лицензий происходил всего несколько раз у филиалов иностранных банков. Как известно 4 апреля 2015 года была отозвана лицензия у филиала французского банка «Societe General». Почему так произошло? На самом деле, данный банк сам проявил инициативу и «попросил»

отозвать лицензию, так как на данном этапе в главном офисе «Societe General» происходит реструктуризация и устраняются ненужные филиалы. Согласно закону Вьетнама о Государственном банке, лицензия коммерческим банкам выдается на 99 лет. Поэтому отзыв лицензии произошел на добровольной основе.

В связи с мягкой политикой ЦБ Вьетнама возникает вопрос – каким образом ликвидируются некачественно работающие кредитные учреждения. Здесь у наших Вьетнамских коллег есть свой метод на этот счёт. ЦБВ делает рейтинг банков – делит их на три категории – надежные, средние и самые «слабые». Потом идет процесс слияния и поглощения. Крупные банки «впитывают» в себя более мелкие и таким образом депозиты и вклады людей остаются в сохранности, рабочие места не теряются и, следовательно, доверие клиентов сохраняется. Существует много примеров таких слияний и поглощений.

Надзор и регулирование банковской деятельности выступают одним из основных условий и факторов обеспечения финансовой стабильности. Потребность в институте банковского надзора возникла вследствие особой социальной значимости и ответственности банков перед обществом. Банковское дело по своей сути основано на доверии к собственникам и менеджерам кредитной организации со стороны клиента и вкладчика. Кризис доверия к банковским институтам вследствие их неспособности выполнять взятые на себя обязательства имеет своим следствием «набеги» вкладчиков и, как результат, дезорганизацию денежной сферы и рост социальной напряженности. Именно по этой причине банки традиционно находятся под пристальным присмотром специально созданных для этого органов государственного управления.

Выбор конкретного способа организации банковского надзора и регулирования определяется совокупностью факторов, многообразие которых придает каждому из них неповторимую национальную специфику. Изменение условий банковской деятельности стимулирует поиск новых организационных решений, которые нацелены на повышение эффективности и оптимизацию надзорных процедур. Соответственно, формы реализации надзорных функций в каждой конкретно взятой стране не остаются неизменными. В силу этого чрезвычайно трудно выделить наиболее характерные типы регуляторов в банковской сфере. Тем не менее, с очень большой долей условности можно говорить о четырех основных моделях организации банковского

надзора. Первая модель основывается на законодательном закреплении за центральными банками исключительных полномочий в сфере надзора и регулирования банковской деятельности. Именно эта модель исторически была доминирующей, хотя и не исключительной, с момента возникновения надзорной практики в области банковского дела. Не только во многих развивающихся странах, но и в государствах со зрелой рыночной экономикой центральные банки продолжают выполнять функции регулятора банковской деятельности. К их числу, например, можно отнести Испанию, Грецию и Португалию, и с известными оговорками – Италию и Голландию. Вторая модель, которую можно назвать «смешанной», представлена странами, где функции надзора и контроля выполняются специализированными органами при непосредственном участии центрального банка и министерства финансов. Самым ярким примером здесь может служить организация банковского надзора в США, которая отличается от систем в других странах «восьмерки» довольно сложной структурой. Коммерческие банки и финансовые институты в США могут иметь статус федеральных (общенациональных) организаций или организаций штатов. Надзор за их деятельностью осуществляют три органа: Федеральная резервная система; Федеральная корпорация страхования депозитов, занимающаяся страхованием депозитов в банках и других кредитных институтах; Управление контролера денежного обращения – бюро Министерства финансов, осуществляющее надзор за общенациональными банками. Между перечисленными органами существует соглашение об исключении двойной работы. Надзор за остальными банками в США осуществляют надзорные органы соответствующих штатов и другие органы федерального уровня. В отличие от других стран в США надзор за сберегательными банками и кредитными союзами осуществляется двумя дополнительными надзорными органами: Управлением по надзору за сберегательными учреждениями (Office of Thrift Supervision) и Национальным управлением кредитных союзов (National Credit Union Administration). К «смешанной модели» можно отнести и Францию, где центральный банк страны – Банк Франции – в завуалированном виде играет если не определяющую, то ведущую роль в надзоре за деятельностью кредитных учреждений.

Третья модель характеризуется тем, что надзор за банковской деятельностью осуществляется независимыми специализированными ор-

ганами в тесном взаимодействии с министерством финансов и при более или менее выраженном опосредованном участии центрального банка. К их числу, в частности, относится Канада, которая наряду с Великобританией является страной «восьмерки», где роль центрального банка в регулировании и надзоре за банковской системой весьма ограничена. До недавнего времени в число этих стран входили Австрия и Германия, однако в последней центральный банк страны – Дойче Бундесбанк играл и продолжает играть более заметную роль в регулировании банковской деятельности.

Четвертая модель объединяет страны, принявшие законодательные решения о создании мегарегулятора на рынке финансовых услуг. Почти во всех этих странах функции надзора отделены от центральных банков. Исключениями являются Сингапур, в котором полномочия мегарегулятора закреплены за центральным банком, и в известной степени Ирландия, где мегарегулятор создан на базе автономного подразделения центрального банка.

В рамках заключенного соглашения между ЦБ РФ и Гос. Банком Вьетнама автор видит:

- достижения целей в обеспечении и повышении эффективности и результативности надзора за материнскими кредитными организациями и их трансграничными учреждениями.
- органы банковского надзора выражают намерение сотрудничать и обмениваться информацией в следующих областях: лицензирование, принятие решения о согласовании приобретения акций (долей) кредитной организации, надзор за текущей деятельностью трансграничных учреждений, проведение инспекций, противодействие легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем.

Сотрудничество в области надзора за текущей деятельностью трансграничных учреждений кредитных организаций даст глобальный результат, который способствует улучшению банковской системы, как для России, так и для Вьетнама.

В соответствии с соглашением между ЦБРФ и ЦБВ выполняются все необходимые действия с обеих сторон, которые направлены на мониторинг и поддержку существующих кредитных учреждений из России, осуществляющих деятельность на территории Вьетнама и наоборот.

Литература:

1. Федеральный закон от 10 июля 2002 года №86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».
2. Сайт Государственного банка Вьетнама в сети Интернет: www.sbv.gov.vn.
3. Соглашение между Центральным банком Российской Федерации (Банком России) и Государственным банком Вьетнама (Госбанком Вьетнама) в области банковского надзора
<http://www.cbr.ru/today/print.aspx?file=ms/bn/mem/vietnam.htm>

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

*Жданова Д.М., студентка магистратуры
Финансового университета*

Аннотация: в данной работе рассматривается модель социально-ориентированного банка и возможности развития данной модели в России. Автор раскрывает направления деятельности и финансовые показатели социально-ориентированных банков. Особое внимание уделяется вопросам необходимости модели социально-ориентированного банка в России, отмечается отсутствие интереса банкиров и клиентов к данному типу банка.

Ключевые слова: социально-ориентированный банк, клиентоориентированность, корпоративная социальная ответственность, кредитный портфель.

Abstract: This paper considers the model of socially-oriented bank and possibility of the development of this model in Russia. The author exposes the activities and financial performance of socially-oriented banks. Special attention is tended to the necessity of a model of socially-oriented bank in Russia, the author notices lack of interest of bankers and clients for this type of bank.

Keywords: social-oriented bank, customer orientation, corporate social responsibility, the loan portfolio.

Современный финансово-экономический кризис обнажил неудовлетворительное состояние банковской системы РФ, что нашло отражение в ухудшении финансовых результатов коммерческих банков, сокращении числа кредитных организаций, а также усилении недоверия к банковской системе со стороны населения. В данных условиях необходимым становится поиск модели развития, способной обеспечить банковской системе устойчивое и стабильное состояние. Одной из таких моделей может стать социально-ориентированный банкинг.

Стоит отметить, что в научной литературе отсутствует четкое определение понятия «социально-ориентированного банкинга». Можно предположить, что деятельность социально-ориентированного банка должна основываться на концепции социально ответственного бизнеса, сформированной в США, Японии, Германии, Великобритании в конце 1960-х-начале 1970-х гг 20 века. Согласно этой концепции,

бизнес должен заботиться не только о получении прибыли и уплате налогов, которые распределяются государством на решение социально значимых проблем, но и разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участвуя в экономической адаптации социально незащищенных слоев населения, в охране окружающей среды. Ассоциация российских менеджеров определяет социальную ответственность как вклад в развитие общества, напрямую связанный с основной деятельностью и выходящий за рамки определенного законодательного минимума.

Приведенные определения указывают на следующие характерные черты социально ориентированной деятельности: во-первых, это добровольная деятельность компании, во-вторых, такая деятельность превосходит установленные законодательством нормативы. Социально ответственное поведение компании подразумевает разработку и реализацию социальных программ. Социальные программы предприятия-специфическая область управления компанией, которая является разработкой, реализацией и оценкой социальной сферы. Подобные разработки направлены на повышение значимости компании в деловом сообществе, властных структурах и общественных кругах.

В Финансовом университете социально-ориентированный банкинг трактуется как «одна из перспективных моделей развития, которая описывает определенный вид банковских услуг для частных лиц, учитывающих, в частности, социальные и экологические запросы». К социально-ориентированным банкам можно отнести следующие виды банков:

- экологический банк, поддерживающий проекты, направленные на улучшение окружающей среды,
- этический банк, берущий на себя обязательства по поддержке экологических, культурных и образовательных проектов,
- исламский банк, чья деятельность основывается на нормах ислама,
- микрофинансовый банк, направляющий средства на поддержку наименее защищенных слоев населения.

В мировой практике, банки, относящие себя к категории социально-ориентированных, предлагают клиентам те же услуги, что и традиционные банки, однако дополняют новыми компонентами: клиенту

банка предоставляется возможность самостоятельно выбрать направления инвестирования денежных средств. Кроме того, все данные по кредитованию являются открытыми и доступными, что достигается за счет принципа транспарентности. Социально-ориентированные банки в своей деятельности используют критерии исключительности банковского дела и прибыли для окружающей среды, т.е. рассматриваются себя не как коммерческие организации, главной целью которых является извлечение прибыли, но как полноценные участники жизни общества, способствующие улучшению окружающего мира. Все вышеперечисленное становится основой деятельности социально-ориентированных банков и способствует их росту.

Социальные банки достаточно сильно различаются по объему операций: активы могут составлять от 30 млн евро до нескольких миллиардов, объемы финансирования варьируются от 50 тысяч евро до 25 млн евро. Кредитный портфель социально-ориентированного банка может быть представлен кредитами на образовательные и социальные проекты, на экологические проекты, ипотечным кредитованием: так, в портфеле GLS Bank указанные виды кредитов составляют 48%, 30% и 22% соответственно.

В результате отсутствия активной вовлеченности в операции на фондовом рынке, банк, в отличие от более крупных европейских банков, в период экономического кризиса не столкнулся с финансовыми проблемами, преумножив клиентскую базу и кредитный портфель, в том числе за счет оттока клиентов из традиционных банков.

Стоит отметить, что, несмотря на устойчивые показатели финансовой деятельности, доля социально-ориентированных банков в банковской системе незначительна: в Германии менее чем 0,3% трудоспособного населения являются клиентами социальных банков.

По данным исследования VCG, одними из наиболее важных характеристик розничных банков являются клиентоориентированность и технологическая развитость процесса обслуживания, для банков, обслуживающих корпоративных клиентов, адекватная портфельная стратегия, ценообразование на основе ощущаемой ценности. Реализация данных принципов способствует усилению конкурентных позиций банка. Модель социально-ориентированного банка не просто применяет указанные принципы на практике, но и строит свою деятельность на их основе.

В целях распространения практики социальной ориентации деятельности банков был образован Global Alliance for Banking on Values, объединяющий 25 финансовых институтов с совокупной стоимостью активов более 100 млрд долларов, представляющих более 20 млн потребителей. 11 марта 2015 г. Альянс создал фонд поддержки предпринимателей реального сектора экономики Sustainability Finance Real Economies fund. Первоначальный капитал фонда составляет 40 млн долларов, денежные средства будут распределяться коммерческим банкам, которым предоставляется самостоятельность в выборе инвестиционных проектов для финансирования.

Для России проблемы социальной ответственности компаний в целом, с одной стороны, абсолютно новы, с другой стороны – знакомы и понятны. В недавнем прошлом на плечах предприятия лежала существенная доля всей работы по социальной защите населения: профсоюзные путевки, оздоровительные базы предприятий, обеспечение жильем. В условиях рыночной экономики некоторые элементы в модифицированном виде сохранились, но большинство элементов прежней социальной политики организаций «канули в лету».

На современном этапе развития страны роль банковского сектора при решении существующих социальных проблем возрастает многократно, и, надо признать, руководители российских банков все глубже осознают, что им следует посредством реализации мероприятий, направленных на решение социальных задач, оказать помощь уже не имеющему возможности в одиночку решать их государству.

Возможности применения модели социально-ориентированного банка в Российской Федерации на сегодняшний день не были изучены. Бизнес-сообщество рассматривает социальную ориентированность только в рамках корпоративной социальной ответственности, о чем свидетельствуют данные Ассоциации региональных банков и Российского союза промышленников и предпринимателей. Деятельность, результаты которой отражаются в корпоративных социальных отчетах, включает в себя качество менеджмента, структуру и результативность социальных инвестиций, которые влияют на социальную инфраструктуру, экологию, состояние рабочего персонала. Однако понятие корпоративной социальной ответственности не является тождественным понятию социально ориентированной деятельности и может рассматриваться как необходимое, но недостаточное условие функционирования социально-ориентированного банка.

По данным «Интерфакс-Центр Экономического Анализа», успешность банка зависит от оригинальности и уникальности его стратегии и бизнес-модели. Модель социально-ориентированного банка обладает названными характеристиками, однако на сегодняшний день на российском рынке отсутствуют кредитные организации, деятельность которых можно отнести к общественно ориентированной.

С другой стороны, на данный момент не наблюдается спрос со стороны клиентов банка на услуги, свойственные социально-ориентированным банкам. Данная ситуация сложилась как под влиянием менталитета населения, недоверия к реализуемым проектам, так и неготовности инвестирования средств под меньший процент в пользу инициатив, направленных на благо общества. Недостаток спроса и интереса к данной модели приводит к недостатку предложения на рынке, несмотря на отсутствие законодательных барьеров для внедрения практики социально-ориентированного банка (за исключением исламского банка).

Подводя итог выше сказанному, несмотря на положительные результаты деятельности модели социально-ориентированного банка за рубежом, в настоящий момент данная модель не востребована в России. Главным условием распространения социально-ориентированного банкинга в России является заинтересованность потребителей в банковских продуктах общественной ориентации: в этом случае социально-ориентированный банкинг станет флагманом совершенствования банковской практики, увеличит лояльность клиентов к банковскому сектору и сможет способствовать экономическому развитию государства.

Литература:

1. *Лаврушин О.И.* Новые модели банковской деятельности в современной экономике: монография/ коллектив авторов; под ред. О.И. Лаврушина. М.: КНОРУС, 2015.
2. *Буздалин А.В.* Модели банковского бизнеса: кому на Руси жить хорошо. М.: XVII Всероссийская банковская конференция «Банковская система России 2015: новые вызовы и решения», 20.03.2015.
3. *Веревкин Л.* Социальная ответственность бизнеса// Мониторинг общественного мнения. 2010. №1.
4. Chakrabarty, K. Social banking and finance opportunities in inclusion. Mumbai: the 2nd FT-YES Bank International Banking Summit, 15 October 2012.

5. Vandemeulebrouke, V. Networking Social Finance/ Viviane Vandemeulebrouke, Katharina Beck, Katrin Kauefer. Brussels: June 2010.

6. Walsh, I. The Bionic Bank/Ian Walsh, Axel Reinaud, Jean Werner de T'serclaes, Beatriz Reyero, Brad Noakes, NicoleMonter. BCG, March, 2015.

7. Сайт Ассоциации региональных банков:
<http://www.asros.ru/ru/activities/corp-responsible/> (дата обращения: 24.04.2014).

8. Сайт РСПП: <http://rspp.ru/> (дата обращения: 24.04.2014).

9. Сайт Global Alliance for Banking on Values:
<http://www.gabv.org/>(дата обращения: 24.04.2014).

10. Сайт Triodos Bank: <https://www.triodos.com/en/> (дата обращения: 24.04.2014).

Секция «Россия и нефть: сырьевое проклятие или конкурентное преимущество?»

УДК 338

НЕФТЕГАЗОВАЯ ОТРАСЛЬ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ: ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ И БЮДЖЕТА, РЕСУРСНАЯ БАЗА, ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

*Понкратов В.В., к.э.н.,
директор Центра финансовой политики
Института финансово-экономических исследований
Финансовый университет*

Аннотация: в статье проанализирована действующая система налогообложения добычи нефти в России, а также механизмы и последствия налоговых маневров 2013–2014 гг. в нефтяной отрасли. В ближайшие годы страны Таможенного союза должны выработать единую политику в сфере топливно-энергетического комплекса и гармонизировать системы вывозных таможенных пошлин на нефть и продукты ее переработки.

Ключевые слова: налогообложение добычи углеводородного сырья, налог на добычу полезных ископаемых, таможенная пошлина, налоговый маневр, ресурсная база нефтегазовой промышленности России, гармонизация налогообложения в рамках Таможенного союза

Abstract: In article the operating system of the taxation of oil production in Russia, and also mechanisms and consequences of tax maneuvers of 2013-2014 in oil branch is analysed. In the closest years the countries of the Customs union have to develop uniform policy in the sphere of fuel and energy complex and harmonize systems of the export customs duties on oil and products of its processing.

Keywords: the taxation of production of hydrocarbonic raw materials, tax on mining, customs duty, tax maneuver, resource base of the oil and gas industry of Russia, harmonization of the taxation within the Customs union

Наличие экспортных пошлин является наиболее существенным отличием российской системы налогообложения нефтегазового сектора с точки зрения международной практики. Другими существенными особенностями российской системы налогообложения является

то, что ставка налога на добычу полезных ископаемых (далее – НДС) для углеводородного сырья является специфической и слабодифференцированной. Двенадцатилетняя практика применения НДС показала, что действующая система ресурсных налогов ни в фискальном, ни в регулирующем плане не адекватна роли нефтегазовой отрасли в экономике России. Эта система направлена на изъятие текущих сверхдоходов, вызванных благоприятной ценовой конъюнктурой на рынках углеводородного сырья. Такой подход может быть оправдан только в отношении проектов, не связанных с большими капиталовложениями. Но он совершенно не пригоден для реализации таких капиталоемких проектов, как проекты разработки месторождений в новых нефтегазовых провинциях, на шельфах северных морей. Отсутствуют стимулы разработки малодебитных скважин, сохраняется множественность налоговых платежей, не решая в целом проблему изъятия в бюджет природной ренты. До сих пор отсутствуют реальные стимулы привлечения инвестиций в поиск, разведку и разработку месторождений углеводородного сырья. Основные задачи ресурсных налогов – изъятие в бюджет рентного дохода и стимулирование рационального ресурсопользования – решаются не эффективно. Новации по НДС 2008 – 2015 годов повлекли резкое доминирование фискальной функции этого налога. Это обусловлено, в первую очередь, высокой степенью зависимости российской экономики в целом и доходов бюджета в частности от сырьевого экспорта.

В 2014 году добыча нефти в России составила 526,8 млн тонн, что на 0,6% выше, чем в 2013 г. Добыча природного газа в 2014 г. снизилась на 4,2% относительно 2013 г. – до 650,236 млрд м³. Экспорт нефти составил 223,42 млн тонн, это 8% выше уровня 2013 г. Экспорт нефтепродуктов в 2014 г. составил 164,84 млн тонн, а природного газа – 172,6 млрд м³. Средняя цена нефти марки Urals в 2014 году снизилась на 9,5% до 97,60 доллара за баррель (в 2013 году она составляла 107,88 доллара за баррель). При этом в декабре 2014 г. цена нефти составила 61,07 доллара за баррель, снизившись к декабрю 2013 г. на 44,4%.

Согласно данным Федеральной таможенной службы РФ в 2014 г. общий объем экспорта товаров из Российской Федерации в стоимостном выражении составил 496,94 млрд долларов США, в том числе: нефть сырая – 153,88 млрд долларов США, нефтепродукты – 115,65 млрд долларов США, газ природный – 54,73 млрд долларов США. Та-

ким образом, углеводородное сырье и продукты его переработки составляют 65,25% российского экспорта – это наглядно показывает, что российская экономика по-прежнему является преимущественно сырьевой и ориентированной на экспорт энергоносителей.

В консолидированный бюджет Российской Федерации в 2014 г. поступило 12 670,2 млрд руб., или на 11,3% больше, чем в 2013 г. НДПИ в консолидированный бюджет России в 2014 г. поступило 2 904,2 млрд руб., или на 12,8% больше, чем в 2013 г., что обусловлено индексацией ставок НДПИ. Доля НДПИ в консолидированном бюджете России значительна, но не доминирующая – складывается обманчивое впечатление, что бюджет не столь зависим от углеводородных доходов. Ситуация меняется, если добавить в бюджетное уравнение экспортную пошлину на вывоз нефти, нефтепродуктов и газа. Напомню, что в 2005 г. она была исключена из состава налогов и теперь учитывается в разделе «Доходы от внешнеэкономической деятельности». В 2014 г. вывозные таможенные пошлины на нефть сырую, газ горючий природный и товары, выработанные из нефти, принесли в федеральный бюджет 4 597 млрд руб. Прочие вывозные таможенные пошлины (на вывоз металлов, вооружений, машин и оборудования, древесины, продукции легкой промышленности, сельского хозяйства и прочих отраслей российской промышленности) составили лишь 40,1 млрд руб. (или 0,87%).

Согласно Основным направлениям бюджетной политики на 2015 год и плановый период 2016–2017 годов, доля нефтегазовых доходов на этот период заложена на уровне 48%, что соответствует докризисным показателям и свидетельствует о критической зависимости бюджета от ценовой конъюнктуры на рынках углеводородного сырья. Особенно сильно это проявилось в острой фазе мирового финансово-экономического кризиса 2008 г. Учитывая нарастание неопределенности относительно ценовой конъюнктуры рынка углеводородов появляются серьезные угрозы для финансовой стабильности государства и экономического роста в целом. Следует отметить, что последние десятилетия биржевые цены на нефть изменяются по законам рынка производных финансовых инструментов, а не рынка традиционных сырьевых товаров – поэтому практически невозможно прогнозировать ее динамику с достаточной степенью вероятности.

Необходимо отметить следующие проблемы нефтегазового комплекса промышленности России: нерациональное недропользование

(низкие коэффициенты извлечения нефти и газа), отсутствие комплексных технологий добычи углеводородов (сжигание попутного нефтяного газа); приближающееся истощение основных нефтяных и газовых месторождений Западносибирской нефтегазоносной провинции; рост себестоимости добычи углеводородов в новых провинциях; наличие инфраструктурных ограничений, в т.ч. для диверсификации экспортных поставок углеводородов; высокий износ основных фондов транспортной инфраструктуры и перерабатывающей промышленности; низкая глубина переработки.

Поддержание достигнутых объемов добычи углеводородов требует разработки:

- месторождений в новых нефтегазоносных провинциях, где отсутствует необходимая инфраструктура. В том числе – шельфы северных и дальневосточных морей, территории севернее 65⁰ северной широты;

- трудноизвлекаемых залежей нефти, в т.ч. высоковязкой; газоконденсатных месторождений ачимовских и валанжинских залежей; месторождений сланцевого газа, низконапорного газа, высокосернистого газа, а также месторождений с высокой долей содержания гелия.

Согласно основным направлений налоговой политики Российской Федерации на 2015 год и плановый период 2016–2017 годов будет продолжена работа по дальнейшей реализации налогового маневра в нефтяной отрасли. При этом дальнейшие шаги будут определяться с учетом достигнутых договоренностей между Российской Федерацией, Республикой Беларусь и Республикой Казахстан по принципам функционирования общих рынков нефти и нефтепродуктов в рамках Единого экономического пространства.

Следует отметить, что Россия является страной с огромной территорией, расположенной в северной части континента и индустриальным экономическим укладом, что предопределяет повышенный внутренний спрос на энергоносители. При кратном росте базовой ставки НДС налоговые обязательства нефтедобывающих компаний существенно возрастут, что немедленно отразится на стоимости топливно-энергетических ресурсов внутри страны и вызовет мультипликативный рост цен в базовых отраслях промышленности, транспорта и сельского хозяйства.

В сентябре 2014г. был представлен согласованный правительственный вариант налогового маневра в нефтяной отрасли – далее формализованный с принятием Федерального закона №366-ФЗ от 24.11.2014. Его планируется провести за 3 года – с 2015 по 2017 годы. НДС в 2015г. составил 766 руб/т против 530 руб/т, предусмотренных ранее, в 2016 г – 857 руб/т против 559 руб/т, в 2017 г – 919 руб/т. Вывозная экспортная пошлина на нефть сырую будет сокращаться быстрее параметров, заложенных в Федеральном законе от 30.09.2013г. №263-ФЗ, и составит в 2015г. – 42%, 36% в 2016г. и 30% в 2017г. При этом вывозная таможенная пошлина на дизельное топливо составит в 2015г. – 48%, в 2016г. – 40%, в 2017г. – 30%, на бензин – 78%, 61% и 30% соответственно. Пошлина на мазут достигнет 100 % в 2017 г.

Кроме того была изменена формула расчета НДС по нефти. Напомню, что до 1.01.2015 г. применялась следующая формула определения ставки НДС по нефти:

$$\text{НДС} = 493 \times K_{\text{ц}} \times K_{\text{в}} \times K_{\text{з}} \times K_{\text{д}} \times K_{\text{дв}} \quad (1)$$

где $K_{\text{ц}}$ – коэффициент, характеризующий динамику мировых цен на нефть;

$K_{\text{в}}$ – коэффициент, характеризующий степень выработанности конкретного участка недр;

$K_{\text{з}}$ – коэффициент, характеризующий величину запасов конкретного участка недр;

$K_{\text{д}}$ – коэффициент, характеризующий степень сложности добычи нефти;

$K_{\text{дв}}$ – коэффициент, характеризующий степень выработанности конкретной залежи углеводородного сырья.

Федеральным законом №366-ФЗ от 24.11.2014 г. установлена следующая формула расчета НДС:

$$\text{НДС} = 766 \times K_{\text{ц}} - 520 \times K_{\text{ц}} \times (1 - K_{\text{в}} \times K_{\text{з}} \times K_{\text{д}} \times K_{\text{дв}} \times K_{\text{кан}}) \quad (2)$$

где дополнительно к формуле Федерального закона №263-ФЗ появляется новый коэффициент:

$K_{\text{кан}}$ – коэффициент, характеризующий регион добычи и свойства нефти.

За исключением $K_{\text{ц}}$ все остальные коэффициенты в представленных выше формулах являются понижающими. Коэффициент, характеризующий динамику мировых цен на нефть, в октябре 2014 года соста-

вил 11,1456. Рассмотрим типичную ситуацию, когда у нефтедобывающей компании нет оснований для применения прочих коэффициентов к ставке НДС по нефти. Тогда ставка НДС составит $493 \times 11,1456 = 5495$ руб. за 1 тонну добытой нефти обессоленной, обезвоженной и стабилизированной. В новой редакции статьи 342 НК РФ, реальная ставка НДС составит 8538 руб. за тонну нефти. Таким образом рост НДС составил 3043 руб. что ожидаемо приведет как минимум к пропорциональному росту цены на нефть на внутреннем рынке.

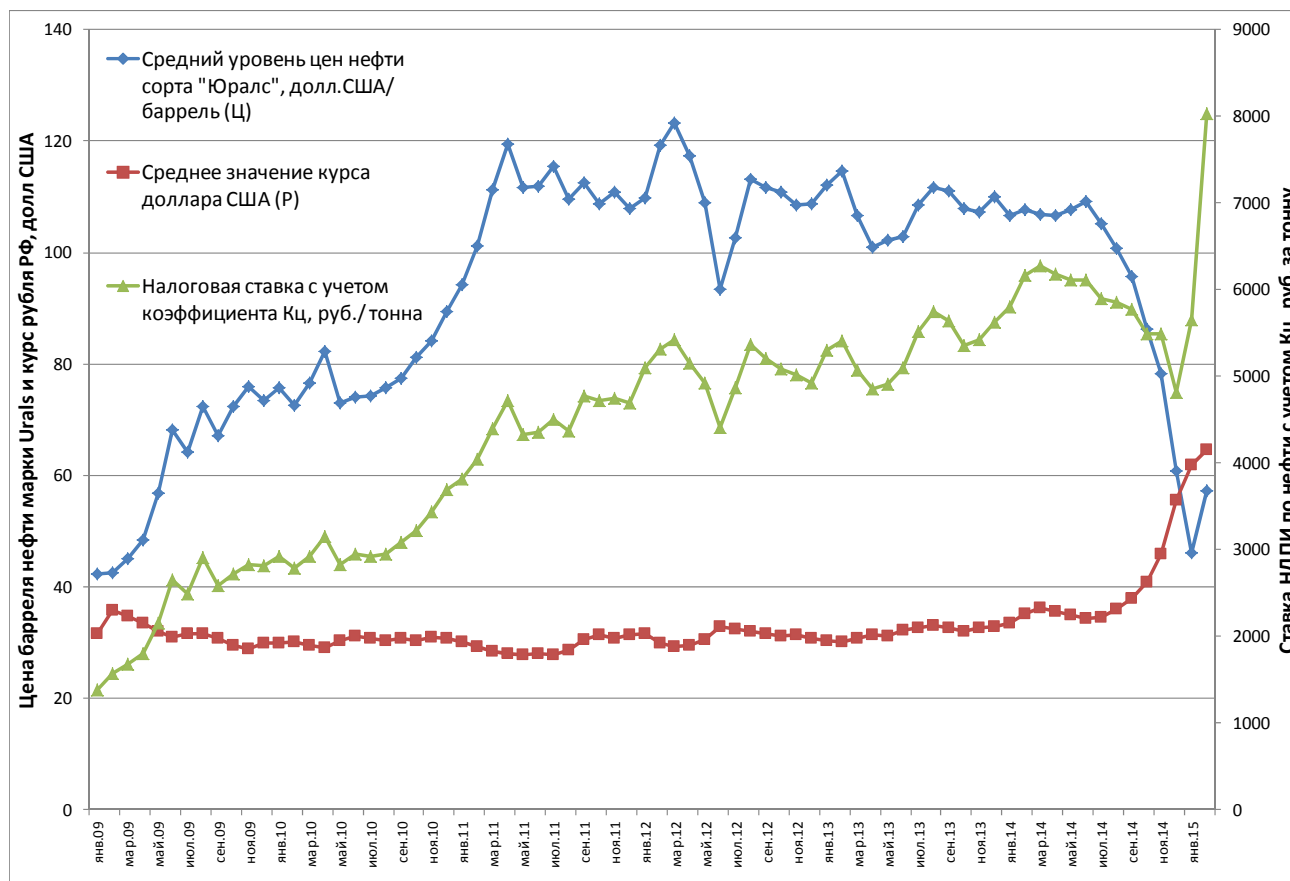


Рисунок 1 – Динамика цены на нефть, курса доллара США к рублю и ставки НДС по нефти с учетом Кц с января 2009 по апрель 2015 гг.

Планируется, что бюджет получит в 2015 г. на 198,3 млрд руб. меньше, чем предусмотрено Законом о бюджете на 2014 год и плановый период 2015–2016 годов (в 2016 г. больше на 120 млрд, в 2017 г. – на 77,8 млрд). Расчеты показывают, что при данных параметрах налогового маневра маржа нефтепереработки снизится в среднем с 55 до 30 долларов США на тонну.

Как видно на графике, до апреля 2014 года наблюдалось полное совпадение динамик цены на нефть и рублевой ставки НДС. Происходило это благодаря стабильному курсу рубля относительно доллара США – второй составляющей определения Кц. Ситуация серьезно изменилась во второй половине 2014 года плюс с 1 января 2015 года подключился налоговый маневр и в феврале мы увидели рублевую ставку НДС 8032 рубля за тонну при цене барреля нефти 57,3 доллара. Напомню, что при абсолютном максимуме цены нефти – в марте 2012 года – 123,2 доллара за баррель ставки НДС была 5427 рублей.

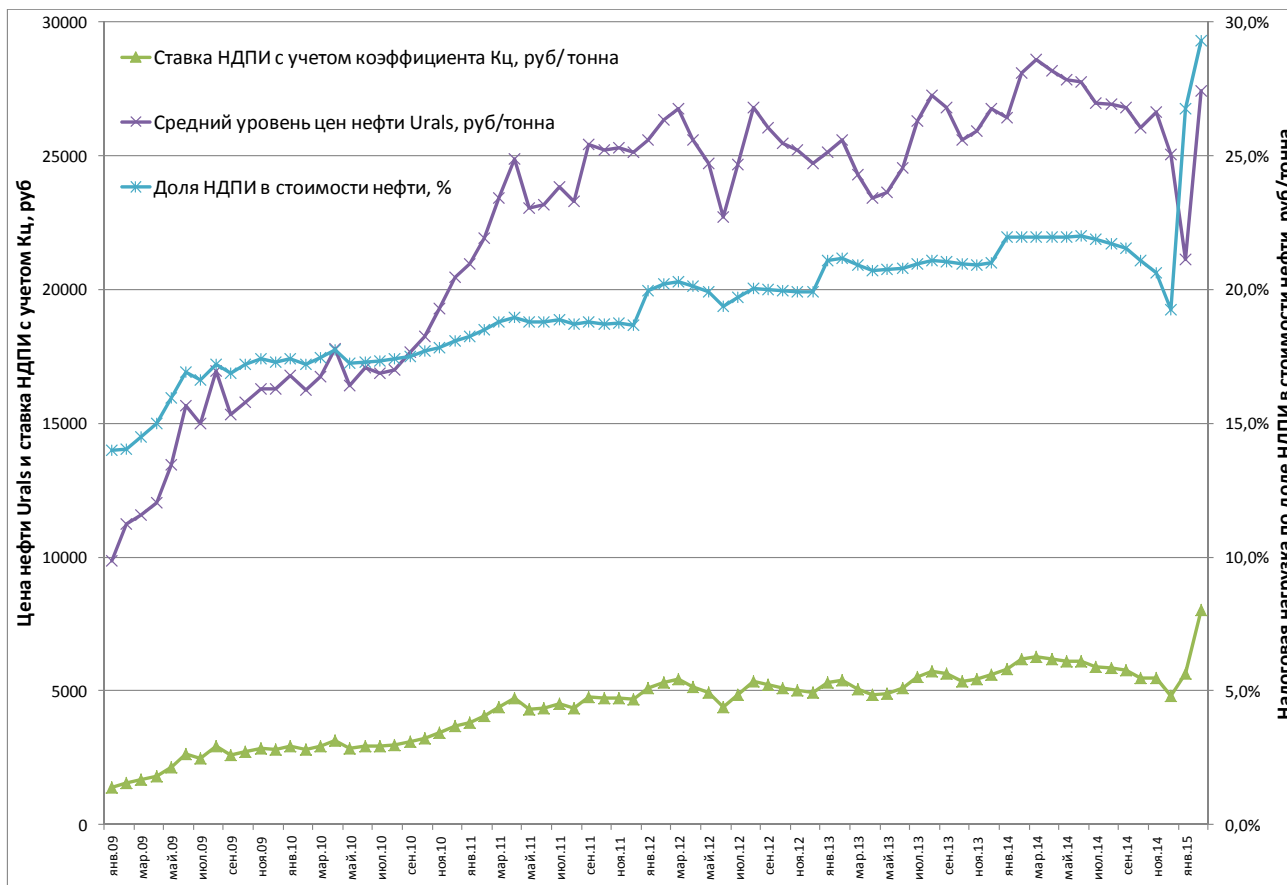


Рисунок 2 – Динамика рублевой цены на нефть, ставки НДС по нефти с учетом Кц и доли НДС в стоимости нефти с января 2009 по апрель 2015 гг.

Преобразуем цену нефти из долларов за баррель в рубли за тонну (рисунок 2). В этом случае динамика ставки НДС с учетом Кц выглядит более сглаженной но по-прежнему полностью повторяет колебания графика цены. Озабоченность вызывает анализ графика доли НДС в цене нефти. С октября 2010 по ноябрь 2014 года мы жили в условиях цены на нефть в интервале 80 – 120 долларов за баррель, и доля НДС в цене составляла от 17 до 22%.

На этом же графике четко видно интервалы налоговых маневров – существенный рост налоговой нагрузки в начале года и выход на стабильное значение. Вызывает озабоченность последний налоговый маневр – в феврале 2015 года цена нефти составила 27 432 руб за тонну, что практически идентично, к примеру, цене в августе 2013 года – 27 263 руб., а вот доля НДС в этой цене возросла с 21% до 29,3%.

Литература:

1. Аналитический доклад «Состояние минерально-сырьевой базы нефти и конденсата Российской Федерации на 01.01.2013» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mineral.ru/Facts/russia/156/506/3_01_oil.pdf (дата обращения: 20.04.2015).
2. BP Statistical Review of World Energy – June 2013.
3. Энергетическая стратегия Российской Федерации до 2030 года.
4. Информация об исполнении консолидированного бюджета центрального правительства Российской Федерации за 2014 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.roskazna.ru/konsolidirovannogo-byudzheta-rf/> (дата обращения: 20.04.2015).
5. *Понкратов В.В.* Совершенствование системы налогообложения добычи нефти и газа с учетом углеводородного потенциала российской экономики // *Налоги и финансовое право.* 2012. №7. С. 223–229.
6. Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2015 год и плановый период 2016 и 2017 годов [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.minfin.ru/ru/tax_relations/policy/index.php (дата обращения: 20.04.2015).
7. Федеральный закон от 30.09.2013 г. №263-ФЗ «О Внесении изменений в Главу 26 части второй Налогового кодекса Российской Федерации и статью 3.1 Закона Российской Федерации «О таможенном тарифе».
8. Федеральный закон Российской Федерации от 24 ноября 2014 г. №366-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

ИЗМЕНЕНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РФ В ОТВЕТ НА САНКЦИИ

**Юшков И.В., ассистент кафедры
«Прикладная политология»
факультета социологии и политологии,
Финансовый университет**

Аннотация: статья посвящена анализу изменений энергетической стратегии России в 2014 – начале 2015 года. Автор рассматривает причины ухудшения отношений России и Европейского союза в области поставок природного газа. В статье проведен анализ ситуации на газовом рынке Евросоюза. Продемонстрированы основные проблемы обеспечения энергетической независимости стран Европейского союза: падение собственной добычи газа, сокращением поставок газа другими производителями, высокая стоимость сниженного природного газа. Автор рассматривает тенденцию на сближение России и Китая в энергетической сфере.

Abstract: This article analyzes the changes in the energy strategy of Russia in 2014 – early 2015. The author examines the reasons for the deterioration of relations between Russia and the European Union's natural gas supply. The article analyzes the situation on the gas market of the European Union. Demonstrate the basic problem of ensuring the energy independence of the European Union: the fall of its own gas production, the reduction of gas supplies to other manufacturers, the high cost of natural gas decreased. The author examines the trend of rapprochement between Russia and China in the energy sector.

Ключевые слова: Газ, «Газпром», «Южный поток», «Сила Сибири», «Алтай», Европейский союз, Китай, энергетика, газопровод.

Keywords: Gas, «Gazprom», «South Stream», «The Power of Siberia», «Altai», the European Union, China, energy, gas pipeline

Со второй половины XX века энергетика стала одной из основных сфер взаимодействия России и Европы. СССР, а потом Россия являлись крупным поставщиком углеводородов на рынки европейских стран. Причем по мере истощения собственных месторождений Европа стала увеличивать закупки российской нефти и газа. Особенно тесные контакты традиционно происходили в газовой сфере, так как транспортировка метана является технологически сложным процессом, поэтому круг продавцов не так широк, как в случае с нефтью. Кроме того, цена на газ определяется на основе двусторонних контрактов, а не на мировых рынках, как в нефтяной отрасли (хотя в самих контрактах на поставку газа традиционно существует привязка цены к нефтяным котировкам).

В начале 2014 года российское руководство и руководители отечественных энергетических компаний рассчитывали на улучшение отношений с западными партнерами, так как для этого существовали объективные предпосылки. В нефтяной отрасли ряд западных компаний вошли в российские проекты по добычи нефти из труднопроницаемых коллекторов и в проекты разработки шельфовых месторождений, в том числе в Арктике. В частности, совместное предприятие для разработки арктического шельфа с «Роснефтью» создали американская ExxonMobil, норвежская Statoil и итальянская Eni. В тоже время британская BP стала крупнейшим частным акционером самой «Роснефти» (BP получила акции российской компании в рамках сделки по продаже ТНК-BP). Учитывая возросшую интеграцию и существенную долю России в импорте нефти Евросоюза, можно говорить, что развитие взаимодействия является взаимовыгодным процессом.

В газовой сфере Россия и Евросоюз имеют еще большие взаимные интересы. По данным Евростата, потребление газа в странах ЕС с 531 млрд куб. м. в 2010 году снизилось до 411 млрд куб. м. в 2014 году¹. Однако падение добычи нивелирует значимость снижения потребления. Собственная добыча в Евросоюзе обеспечивает около 35% внутренних потребностей. При этом в ЕС осталось лишь два нетто-экспортера газа – Нидерланды, которые обеспечили в 2014 году около половины добычи голубого топлива в Евросоюзе, и Дания, имеющая достаточно низкую долю газа в энергобалансе. Еще один крупный производитель газа в Европе – Великобритания, добывающая 38 млрд куб. м. газа в год на месторождениях Северного моря. При этом Великобритания только на половину обеспечивает потребности внутреннего рынка газа.

В период с 2011 по 2014 добыча газа в ЕС уменьшилась на 34 млрд куб. м. (17%)². Правда, в 2013 году благодаря увеличению отбора газа на крупнейшем месторождении Гронинген в Нидерландах, а также присоединению Хорватии, падение добычи прекратилось и даже продемонстрировало небольшой рост (около 300 млн куб. м. к уровню 2012 года). Однако прогноз добычи газа на ближайшие 10 лет по стра-

¹ Final energy consumption by product. Eurostat. // <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=ten00095&plugin=1> (дата обращения: 25.04.2015).

² Добыча газа в странах ЕС в ближайшие 12 лет по прогнозам сократится на 43% // ТАСС <http://tass.ru/ekonomika/1377085> (дата обращения: 25.04.2015).

нам Союза свидетельствует о том, что это всего лишь временное отклонение от основного тренда. В 2014 году в Евросоюзе было добыто 143,5 млрд куб. м. газа, что на 11% меньше, чем годом ранее (почти 162 млрд кубометров). Уже в 2015 году в ЕС будет добыто чуть менее 150 млрд куб. м., к 2020-му добыча снизится до 115 млрд, а еще через 5 лет – приблизится к 90 млрд куб. м. К падению в Британии, которое продолжится чуть менее быстрыми темпами, добавится внушительное снижение в Голландии, где уже к 2020 году добыча уменьшится до 50 млрд куб. м¹.

Таким образом, падение добычи газа в странах ЕС в ближайшие 12 лет может составить 70 млрд куб. м., т.е. снизится на 43% по сравнению с 2013 годом.

В условиях сокращения собственной добычи, Евросоюз будет нуждаться в большем объеме импорта газа. Фактически кроме России никто не сможет предоставить европейским потребителям дополнительные объемы газа.

В 2013 году поставки газа из Алжира сократились на 5 млрд куб.м., так как в стране растет внутреннее потребление «голубого топлива», а импорт все больше осуществляется в виде сжиженного природного газа (СПГ). Сжиженный газ с помощью газозовов можно отправлять на отдаленные рынки, поэтому Алжир поставляет свой газ на рынки АТР, где цены в среднем в 1,5 выше, чем в Европе. По той же причине в Европу не приходит СПГ от других производителей. В 2013 году ЕС недополучил 13 млрд куб. м. газа в виде СПГ. Норвегия в прошлом году сократила поставки на 5,5 млрд куб. м. из-за истощения своих месторождений и падения добычи².

Видя перспективы увеличения экспорта газа на европейский рынок, Россия рассчитывала на содействие со стороны Евросоюза по вопросу повышения надежности поставок. В частности, «Газпром» хотел, чтобы его газопроводные проекты были выведены из-под действия норм, так называемого, «Третьего энергетического пакета» ЕС. Это пакет антимонопольных законов Евросоюза, запрещающий од-

¹ Евросоюз против газа // Pro-gas.ru. <http://pro-gas.ru/persp/news/130.htm>(дата обращения: 25.04.2015).

² BP Statistical Review of World Energy 2014. <http://www.bp.com/content/dam/bp/pdf/Energy-economics/statistical-review-2014/BP-statistical-review-of-world-energy-2014-full-report.pdf> (дата обращения: 25.04.2015).

ному поставщику заполнять газопровод более чем на 50%, а также одновременно владеть газотранспортной инфраструктурой. «Газпром» рассчитывал, что в начале 2014 года Брюссель выдаст ему разрешение использовать на 100% мощности газопровод OPAL, являющийся продолжением газопровода «Северный поток» на территории Германии. Надежда на положительный исход дела подтвердилась тем, что второе ответвление от «Северного потока» – газопровод NEL получил необходимое разрешение от регулятора ЕС. В начале года Еврокомиссия должна была вынести свой вердикт относительно OPAL. Так как даже теоретически никаких альтернативных поставщиков, способных поставлять свой газ в «Северный поток» нет, то с точки зрения экономики решение вопроса должно было быть в пользу «Газпрома». Однако Еврокомиссия стала откладывать окончательное принятие решения. А по мере развития украинского кризиса и расхождения позиций России и Запада по данному вопросу, стало понятно, что решение о заполнении газопровода перешло из экономическо-правовой в политическую плоскость. До настоящего времени Еврокомиссия не разрешила «Газпрому» использовать 100% мощности газопровода OPAL.

Это стало первым красноречивым примером открытой политизации энергетики со стороны западных стран. Хотя ранее США и ЕС обвиняли Россию в том, что она использует нефть и газ как «энергетическое оружие»¹.

Политизация газовых отношений России и Евросоюза породила еще одну тенденцию – снижение надежности поставок российского газа в Европу. ЕС, поддержав государственный переворот в Киеве, взял на себя неформальную ответственность за ситуацию на Украине. Поэтому европейские власти решили принудить Россию транзитировать газ через Украину для того, чтобы киевские власти получали прибыль за транспортировку газа. В 2013 году Украина получила около \$3 млрд. за транзит. Но при этом Брюссель создает проблемы не только «Газпрому», но странам-членам Евросоюза. Ведь Украине не является надежным транзитером. Хотя отопительный сезон 2014–2015 годов был пройден без серьезных сбоев, украинские власти уже предупреждают европейских партнеров о необходимости оплаты вместо

¹ Russia wields the energy weapon // Emma Simpson BBC News. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4708256.stm> (дата обращения: 25.04.2015).

«Нафтогаза» закупок газа при заполнении подземных хранилищ газа¹.

Точкой бифуркации в энергетических отношениях России и Евросоюза стал запрет болгарских властей на строительство участка газопровода «Южный поток». Проект крайне выгоден Болгарии, так как приносит стране инвестиции, рабочие места, транзитные прибыли и надежность поставок. Однако на руководство страны оказывалось большое давление со стороны Брюсселя и США. Фактически Болгарии угрожали отказом выделить финансовую помощь в размере 15 млрд евро до 2020 года. Во время визита в страну делегации американских сенаторов во главе с Дж. Маккейном премьер-министр Болгарии Пламен Орешарски заявил о приостановки всех работ по «Южному потоку».

Таким образом, США и ЕС попытались заставить Россию транзитировать газ через Украину, а «Южный поток» стал своеобразным рычагом давления. Хотя комбинация «Северного» и «Южного потока» должна была повысить энергетическую безопасность Европы, так как лишила бы Украину статуса безальтернативного транзитера. В 2014 году через Украину в Европу поступило 59 млрд куб. м. газа. Пропускная способность «Северного потока» – 55 млрд куб. м. газа в год (мощность на 27,8 млрд куб. м. не используется). Мощность «Южного потока» – 63 млрд куб. м. Т.е. использования газопроводов на полную мощность позволило бы прокачать более 90 млрд куб. м.

В ответ на действия Евросоюза В.В. Путин во время визита в Турцию 1 декабря заявил об отказе от проекта в его старой конфигурации. При этом президент пояснил, что газопровод на ту же мощность может быть построен в Турцию, а не Болгарию².

Новый проект получил название «Турецкий поток». Предполагается, что газопровод пройдет из России по дну Черного моря в Турцию, далее газопровод пройдет до границы с Грецией. Изначально глава «Газпрома» А.Б. Миллер заявлял, что на границе Турции и Греции будет создан газовый хаб. Но для этого необходимы существенные газотранспортные мощности и подземные хранилища газа. Отсутствие данных условий указывает на то, что в реальности газового хаба на

¹ Киев предлагает ЕС взять на себя часть затрат по заполнению газохранилищ // Интерфакс-Украина. <http://interfax.com.ua/news/economic/253891.html> (дата обращения: 25.04.2015).

² Совместная пресс-конференция с Президентом Турции Реджепом Тайипом Эрдоганом // Официальный сайт Президента РФ <http://www.kremlin.ru/events/president/news/47126> (дата обращения: 25.04.2015).

границе Греции и Турции не будет. «Газпром» рассчитывал, что «Турецкий поток» продолжится на территории Европы и пройдет через Грецию в Македонию, далее в Сербию, Венгрию и завершится в Австрии, где расположен газовый хаб Баумгартен, являющийся точкой сдачи приемки по контрактам «Газпрома» с европейскими потребителями. В феврале 2015 года эти страны провели переговоры на уровне министров энергетики и подтвердили свое намерение участвовать в российском газотранспортном проекте. Однако США и ЕС стали оказывать давление на страны, по чьей территории должен пройти газопровод. В частности США открыто призвали Грецию отказаться от участия в «Турецком потоке» и ускорить реализацию проекта ТАР (газопровод для транспортировки азербайджанского газа в Италию). Учитывая финансовые проблемы Греции (страна объявила, что не сможет выплатить свои долги в начале лета 2015 года), США и ЕС смогут продолжать давить на руководство страны. После поддержки Македонией проекта «Турецкий поток» в стране начали выступления оппозиции и призывы к смене власти. В итоге руководство Македонии заявило, что проект будет реализован только при одобрении Брюсселя. Сербия также заявила об изменении своей позиции, так как рассчитывает на вступление в ЕС. Таким образом, Евросоюз и США политическими методами заставляют всех участников проекта «Турецкий поток» отказаться от его реализации. При этом ЕС отказывается исполнять нормы «Третьего энергетического пакета», в соответствии с которыми по заявке поставщика операторы газотранспортных систем должны создать инфраструктуру для транзита газа.

Все это заставляет Россию рассматривать вариант перенаправления газа на альтернативные рынки, что позволяет говорить о «развороте на Восток» в энергетической политике РФ.

Наиболее ярко новая энергетическая политика проявилась в отношениях России и Китая. В мае 2014 года «Газпром» и CNPC подписали соглашение о поставках газа КНР по «восточному маршруту». Данное соглашение предполагает строительство газопровода «Сила Сибири» из Восточной Сибири до восточной границы РФ и КНР, а также далее до Владивостока.

Однако «Силу Сибири» нельзя назвать в полной мере ответом России на позицию Запада. Ресурсной базой проекта станут восточносибирские месторождения: Чайнинское в Якутии и Ковыктинское в Иркутской области. Эти участки только предстоит разработать, а начало

поставок газа по восточному маршруту запланировано на 2019 год. К тому же договор о поставках был подписан в то время, когда отношения России и ЕС только начали ухудшаться.

Плодом «разворота на Восток» стал другой проект поставок газа в Китай – газопровод «Алтай». Проект трубопровода разрабатывался еще в советское время. «Газпром» использовал «Алтай» в качестве угрозы для европейских потребителей в ходе переговоров о стоимости поставок. Поэтому «Алтай» перестал восприниматься реализуемый проект. Главной особенностью «Алтая» является то, что его ресурсной базой станут уже действующие месторождения Западной Сибири и Ямала. Т.е. после строительства газопровода у «Газпрома» появится выбор – куда поставлять газ в Европу или в Китай. Первоначальная пропускная способность «Алтая» составит 30 млрд куб. м. газа в год. Однако глава «Газпрома» А.Б.Миллер заявлял, что мощность газопровода может быть расширена до 60 и даже 100 млрд куб. м. газа в год. При этом руководитель концерна отметил, что «Сила Сибири» может быть расширена с 38 млрд куб. м. до 68 млрд куб. м. газа в год. Таким образом, оба газопровода позволят России экспортировать тот же объем, что и в Европейском направлении.

Однако разворот газовых потоков на Восток имеет ряд рисков. Китай будет давить на «Газпром», стараясь выторговать скидку на новые объемы газа. Руководство КНР понимает, что активизация сотрудничества с Россией обоснована ухудшением политических отношений нашей страна с Западом. Поэтому мотивация «Газпрома» при заключении контракта с CNPC будет высокой. Китай на переговорах может апеллировать к тому, что у него уже есть поставщик газа на западе страны. Китайские компании участвуют в разработке месторождений в Туркмении. При этом газ с данных участков законтрактован для поставок в КНР.

Замедление роста экономики Китая может привести к сокращению спроса на газ. Хотя Китаю придется увеличивать потребление газа из-за перехода от угольной генерации к менее экологически «грязному газу». Но даже небольшие сокращения роста потребления газа приведут к конкуренции поставщиков. В этом случае Китая придется выбирать источник поставки исходя из логики выстраивания диверсифицированного баланса импорта «голубого топлива».

В условиях риска наращивания поставок газа в Китай, России необходимо выстраивать восточный экспортный канал сбыта с учетом

потенциала рынков стран Юго-Восточной Азии. «Сила Сибири» уже предусматривает поставку газа в район Владивостока, где он будет сжижаться. Производство СПГ позволит России диверсифицировать рынки сбыта. Но для этого необходимо построить СПГ завод в районе Владивостока. «Газпром» пока не нашел иностранного партнера для реализации данного проекта. Собственных технологий строительства СПГ заводов у российских компаний нет, что является дополнительным риском для развития отечественной энергетики и экономики в целом.

Таким образом, для полноценной переориентации поставок газа на Восток, России необходимо решить экономические и технологические задачи. Это означает, что «Газпрому» необходимо будет подписать контракт с CNPC о поставках западносибирского газа по приемлемым ценам. Кроме того, отечественным компаниям и предприятиям необходимо разработать технологии создания СПГ заводов.

В будущем российская энергетическая политика должна строиться из расчета невозможности возврата к прежней модели взаимоотношений с европейскими потребителями. Брюссель показал, что может использовать энергетику в качестве инструмента своей политики, даже если это вредит его собственным экономическим интересам. Для того чтобы минимизировать вред от такой позиции Евросоюза России необходимо диверсифицировать рынки сбыта газа за счет строительства газопроводов «Алтай», «Сила Сибири» и СПГ заводов. Сжижая газ, возможно направить его на отдаленные рынки сбыта. Пока в России функционирует только один СПГ завод. Еще один будет запущен в 2017 году на Ямале в порту Сабетта («Ямал СПГ»). Большие перспективы может получить «Балтийский СПГ» – завод, который «Газпром» намерен построить в Ленинградской области для поставок газа в страны Европы, не имеющие доступ к трубопроводному газу «Газпрома». Развитие сегмента СПГ позволит России перебрасывать объемы газа на более маржинальные рынки. Появление возможности выбора рынков сбыта нейтрализует проект Евросоюза по созданию единого энергетического союза, который будет выступать как единый закупщик российского газа. Если Россия не будет иметь выбора рынков сбыта, единый энергозакупщик ЕС сможет диктовать «Газпрому» свои цены на газ, т.е. будет создана ситуация монополии.

«Разворот на Восток» уже становится реальностью. Но в ходе выстраивания новой энергетической политики стоит избегать привязки к

рынкам Китая. Иначе от ситуации монополии в Европе «Газпром» придет к монополии в Азии. Для того чтобы этого избежать, целесообразно создавать экспортные мощности газопроводов по примеру нефтяной отрасли. Построенная система нефтепроводов ВСТО позволила поставлять нефть в Китай, но конечной точкой стал нефтеналивной порт Козьмино в Приморском крае. Это позволит иметь выбор рынков сбыта в Азии. Ведь страны АТР активно наращивают потребление газа, а цены здесь самые высокие в мире. Причем азиатские страны, видя сближение России и Китая, опасаются потерять потенциальные поставки из России. Япония уже заявила о возможности подписания с Россией мирного договора. Японские компании предлагают построить газопровод от Сахалина до Хоккайдо. Но этот вариант технически рискован, так как данный регион сейсмически опасен. России выгоднее привлечь японские компании в качестве партнеров в свои СПГ проекты. Японская сторона даст технологии, а получит надежный канал поставок газа. Таким образом, Россия диверсифицирует рынки сбыта.

АНАЛИЗ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ И ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЕЕ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ

*Анфилатова Ю.О., ассистент,
Московский государственный
педагогический университет*

Аннотация: в статье изложено состояние нефтяной отрасли России в настоящее время, а также в период ее развития, проблемы, существующие в ней, их причины. Рассмотрено положение страны как основного экспортера нефти. предложенные пути выхода из нефтяного кризиса носят практический характер и могут предложены к реализации.

Abstract: The article presents the state of the oil industry at the present time, as well as during its development, the problems existing in it, their reasons. Considered the country's position as a major oil exporter proposed ways out of the oil crisis are practical and can be proposed for implementation.

Ключевые слова: экспорт нефти, санкции, кризис, пути решения, нефтяная отрасль.

Keywords: oil export, sanctions, crisis, solutions of problems, the oil industry.

На российскую внешнюю торговлю и в настоящее время оказывают влияние хозяйственные связи с другими странами, наложенные санкции и политика государства. В настоящее время можно сделать вывод, что роль России в мировой торговле является несущественной, но для самого государства влияние внешнеэкономической сферы крайне существенно. Размер экспортной квоты России, который можно рассчитать на базе паритета покупательной способности рубля к доллару, составляет около 10%, разделяясь между дальним и ближним зарубежьем в соотношении примерно 5:1. Таким образом, внешняя торговля является крайне важным источником поступления инвестиционных товаров в Россию и играет значительную роль в снабжении населения страны продовольственными товарами, различными товарами потребительского назначения, а также энергозапасами [5].

Экспорт нефти и нефтепродуктов – это главная статья поставок товаров из России на международные рынки. Уже длительное время Россия выступает крупным экспортером, держа под контролем 12–4% ми-

рового потребления рынка нефти. При наличии стабилизации внутреннего потребления нетто-экспорт сырья и нефтепродуктов может вырасти путем увеличения добычи.

Итогом увеличения международных цен и ростом объемов поставок за последние пятнадцать лет экспортная выручка российских нефтяных компаний возросла примерно в шесть раз, причем более 90% поступлений приходится на дальнее зарубежье. В структуре экспорта нефтепродуктов наибольшую долю занимают мазут и дизельное топливо, которые предназначены для последующей переработки в странах-реципиентах, в результате чего средние цены суммарных экспортируемых нефтепродуктов не выше цен сырой нефти [2].

Экспорт нефти и нефтепродуктов представлены на таблицах 1 и 2. Все данные рассчитаны по данным Росстата и Центрального банка России методом платежного баланса [6].

По таблицам можно сделать следующие выводы: в 2000–2010 гг. экспорт российской нефти вырос более чем в 1,7 раза с 144 до 240–260 млн тонн в год. Экспорт нефтепродуктов также возростал быстрыми темпами, увеличившись более чем в 2 раза, что явилось итогом фискальной политики, при которой при опережающем увеличении таможенной пошлины на сырую нефть были введены понижающие коэффициенты для нефтепродуктов [4].

По итогам 2013 г. экспорт российского нефтяного сырья снизился:

- в страны ближнего зарубежья на 0,1 млн т (0,4%) до 28,1 млн т;
- в страны дальнего зарубежья на 4,7 млн т (2,2%) до 206,9 млн тонн¹.

В последние 15 лет одной из главных особенностей политики экспорта России в области поставок нефти и нефтепродуктов стало снижение транзита через ближайшие граничные государства. В достаточной мере упало количество поставок через морские терминалы стран Балтии и СНГ.

¹ <http://minenergo.gov.ru/activity/oilgas/>

Таблица 1 – Экспорт нефти из России в 2000–2010 гг.

Годы	Всего		Дальнее зарубежье		СНГ		Средние экспортные цены, долл/ барр.		
	млн т	млрд долл.	млн т	млрд долл.	млн т	млрд долл.	Всего	Дальнее зарубежье	СНГ
2000	144,4	25,3	127,5	22,9	16,9	2,4	24	25	19
2001	164,5	25,0	140,8	22,0	23,7	3,0	21	21	17
2002	189,5	29,1	156,5	25,4	33,0	3,7	21	22	15
2003	228,0	39,7	190,7	34,7	37,2	5,0	24	25	18
2004	260,3	59,0	220,3	51,2	40,1	7,9	31	32	27
2005	252,5	83,4	214,4	73,8	38,0	9,6	45	47	35
2006	248,4	102,3	211,2	90,8	37,3	11,5	56	59	42
2007	258,6	121,5	221,3	107,4	37,3	14,1	64	66	52
2008	243,1	161,1	204,9	142,7	38,2	18,5	91	95	66
2009	247,5	100,6	211,0	88,7	36,5	11,9	56	57	45
2010	247,3	135,9	220,7	124,9	26,6	10,8	74	76	56

Таблица 2 – Экспорт нефтепродуктов из России в 2000–2010 гг.

Годы	Всего		Дальнее зарубежье		СНГ		Средние экспортные цены, долл/ т		
	млн т	млрд долл.	млн т	млрд долл.	млн т	млрд долл.	Всего	Дальнее зарубежье	СНГ
2000	62,6	10,9	59,0	10,2	3,5	0,8	175	172	218
2001	63,3	9,4	60,8	8,8	2,5	0,5	148	145	216
2002	75,5	11,3	72,9	10,8	2,6	0,4	149	149	164
2003	77,7	14,1	74,2	13,4	3,5	0,6	181	181	185
2004	82,4	19,3	78,3	18,3	4,1	1,0	234	234	237
2005	97,1	33,8	93,2	32,4	3,9	1,4	348	348	366
2006	103,5	44,7	97,7	42,0	5,8	2,7	432	430	458
2007	112,3	52,2	105,5	49,1	6,8	3,2	465	465	470
2008	118,1	79,9	107,8	72,7	10,3	7,2	677	675	697
2009	124,5	48,1	115,5	44,8	9,0	3,4	387	388	375
2010	133,2	70,5	126,8	66,8	6,4	3,6	529	527	566

Около 90% всей нефти в России, которая поставляется и для переработки внутри страны, и для экспорта, транспортируется по системе магистральных нефтепроводов АК «Транснефть», совокупный грузооборот которого около 1,1 трлн т км. Оставшаяся часть нефти транспортируется по альтернативным системам магистральных нефтепроводов (например, нефтепровод «Северный Сахалин – Де-Кастри» в проекте «Сахалин-1», нефтепровод «Северный Сахалин – Южный Сахалин» консорциума Sakhalin Energy, нефтепровод КТК (Каспийский

Трубопроводный Консорциум), порты Варандей и Витино) или по железной дороге¹ [1].

Еще одним направлением поставок нефти является Тихоокеанское направление. В его рамках поставки нефти из России осуществляются в на Тихоокеанское побережье США и на страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Крупнейшими потребителями российской нефти на Тихоокеанском рынке являются: Китай (12,8 млн тонн), Южная Корея и Япония по 9,8 млн тонн, США (2,3 млн тонн), Таиланд (2,1 млн тонн). также довольно значительные поставки нефти (до 500 тыс. тонн) ведутся в такие страны, как: Филиппины, в Сингапур, Индию, Тайвань, Гонконг, Новую Зеландию. В настоящее время основные маршруты поставок нефти на Тихоокеанский рынок осуществляются с помощью комбинированных способов поставки по нефтепроводам, железной дороге или перевалкой в морских портах Дальнего Востока, таких как: поставки по нефтепроводам до портов Де-Кастри (проект «Сахалин-1») и Корсаков (проект «Сахалин-2»); поставки по железнодорожной дороге в Китай; прокачка нефти по нефтепроводам ВСТО и «Россия – Китай» (Сковородино – Дацин) [3].

В рамках мероприятий по комплексному развитию системы магистральных нефтепроводов ОАО «АК «Транснефть» в 2013 г. проводились работы по следующим ключевым проектам:

- строительство нефтепровода «Куюмба–Тайшет». В декабре 2013 г. началась прокладка линейной части трубопровода общей протяженностью около 700 км. Ввод нефтепровода в эксплуатацию намечен на 2017 г., проектная мощность–15 млн т в год;
- строительство нефтепровода «Заполярье–Пурпе» (общая протяженность – 488 км, пропускная способность – 45 млн т нефти в год). Завершение строительства I этапа на участке от пос. Тарко-Сале до пос. Пурпе запланировано на IV кв. 2014 г.

Таким образом, Россия является одним из крупнейших мировых экспортеров нефти. Благоприятная ситуация на мировом нефтяном рынке – это один из основных факторов обеспечения стабильно высокого положительного сальдо торгового баланса и увеличения международных резервов страны, по объему которых Россия находится на третьем месте в мире после Китая и Японии.

¹ Аналитический обзор «Мировой рынок нефти». Внешэкономбанк. 2011.

Данные по добыче нефти и ее экспорту за апрель 2015 г. представлены в таблице 3. По данным таблицы видно, что выросла добыча нефти, поставка нефтяного сырья, экспорт нефти и переработка нефтяного сырья в апреле 2015 г. к апрелю 2014 г. С начала 2015 г. снизилась поставка нефтяного сырья на переработку в России и первичная переработка нефтяного сырья.

Таблица 3 – Данные по добыче, поставке, экспорту и переработке нефтяного сырья за апрель 2015 г.

Показатели	За апрель			С начала года		
	Факт	К соотв. периоду прошлого года		Факт	К соотв. периоду прошлого года	
		+/-	%		+/-	%
Добыча нефти с газовым конденсатом	43829,8	681,5	101,6	174842,8	1708,7	101,0
Поставка нефтяного сырья на переработку в России	22751,2	439,8	102,0	92645,3	-910,8	99,0
Экспорт российской нефти	20211	490,2	102,5	79490,8	4324,4	105,8
Первичная переработка нефтяного сырья на НПЗ России	22408,2	183,0	100,8	92617,3	-65,0	99,9

Нынешнее состояние нефтяной промышленности России можно охарактеризуется следующими тенденциями:

Положительные:

- увеличение эксплуатационного фонда скважин;
- модернизация нефтеперерабатывающих предприятий и строительство новых НПЗ, а также возрастающая коммерческая привлекательность нефтепереработки;
- рост капитальных вложений нефтяных компаний в нефтепереработку: прирост относительно уровня 2012 г. составил +25,3% в 2013 г.;
- рост капитальных вложений в нефтедобычу на +4,0% к уровню 2012 г., в том числе в Европейской части и в регионе Восточной Сибири и Дальнего Востока.

Отрицательные:

- снижение объемов прироста промышленных запасов нефти;
- сокращение качества и темпов их ввода;
- отсутствие достаточного резерва крупных месторождений;
- уменьшение среднего дебита действующих скважин на -0,2 т в сутки и увеличение средней глубины одной новой эксплуатационной скважины до 2 920 метров;
- необходимость вовлечения в промышленную эксплуатацию месторождений, расположенных в необустроенных и труднодоступных районах;
- прогрессирующее техническое и технологическое отставание отрасли.

Специалисты выделяют несколько причин столь тяжелого экономического положения отрасли:

- выработка в значительной степени крупных и высокодебитных месторождений эксплуатируемого фонда, которые составляют основу ресурсной базы;
- резкое ухудшение вновь приращиваемых запасов по своим условиям; отсутствие прогресса в открытии крупных и высокопродуктивных месторождений;
- сокращение финансирования геологоразведочных работ. Например, в Западной Сибири, где степень освоения прогнозных ресурсов составляет около 35%, финансирование геологических работ сократилось на 30%, начиная с 1989 года. В такой же степени уменьшились объемы разведочного бурения;
- нехватка высокопроизводительной техники и оборудования для добычи и бурения. Основная часть технических средств имеет износ более 50%, только 14% машин и оборудования соответствует мировым стандартам;
- низкие внутренние цены на нефть не позволяют обеспечивать самофинансирование нефтедобывающих предприятий. Данная ситуация остается неизменной в настоящее время после серии повышений и падений цен на нефть на мировом и внутреннем рынках. В результате произошло серьезное ухудшение материально-технического и финансового обеспечения отрасли.

Таким образом, упадок нефтедобывающей промышленности обусловлен наличием комплекса взаимосвязанных причин. Выход из данного положения затрудняется глобальным характером стоящих проблем, поэтому при продолжении экономического кризиса в стране и усилении процесса политического раздробления в странах бывшего Советского Союза, добыча нефти будет сокращаться и в дальнейшем [7].

В 2014–2015 гг. ухудшение состояния нефтяной отрасли в России было спровоцировано следующими факторами:

- в России взимаются налоги с нефтяной выручки, а не прибыли, что способствует переносу основной налоговой нагрузки с добычи на переработку;
- введение дополнительного налога на бензин качества евро-5;
- санкции для РФ: в частности, запрет на поставку в РФ высокотехнологичного оборудования для добычи нефти;
- стагнация европейской экономики, которая оказывает прямое влияние на потребление нефти, уменьшая ее объем, и рост предложения на рынке нефтедобычи. Вторым фактором стали выделять из-за активизации старых игроков на рынке нефти (Иран, США, Ливия) и появления новых;
- отказ ОПЕК снижать квоту на добычу нефти и снятие функций основного регулятора мировых цен. Странам, занятым в нефтяной промышленности, придется сверстывать антикризисный бюджет, отказываться от долгосрочных инвестиционных проектов и разработки крупных месторождений трудноизвлекаемой нефти.

Можно выделить следующие пути выхода из нефтяного кризиса:

1. Модернизация нефтеперерабатывающей отрасли России путем реконструкции действующих установок и введение инновационных, которые углубляют переработку.

2. Разработка эффективной программы инвестиций в нефтяную промышленность.

3. Разработка системы необходимых нормативных актов, которая позволит обеспечить грамотную законодательную базу для сотрудничества с иностранными компаниями по совместной разработке сложных месторождений трудноизвлекаемой нефти.

4. Стабилизация объемов геологоразведочных работ для восполнения запасов нефти и газа.

5. Диверсификация экономики, в частности, осуществление реального перехода от сырьевой экономики к экономике с развитием обрабатывающих отраслей и наукоемкой промышленности [8].

Таким образом, с учетом резко отрицательного баланса России в торговле услугами, а также серьезный спад цен и спроса на нефть и газ станет крайне негативным моментом для российской экономики и для жизненного уровня населения.

Литература:

1. Аналитический обзор «Мировой рынок нефти». Внешэкономбанк. 2011.
2. Глазьев С.Ю. Нефтяная рента: плюсы и минусы опыта Аляски// Налоги в гражданском обществе. СПб, 2003.
3. Кокурин Д., Мелкумов Г. Участники мирового рынка нефти//Российский Экономический Журнал. 2003. № 9.
4. Лухто К. Российская нефть: производство и экспорт//Российский Экономический Журнал. 2003. № 9.
5. Россия на мировых рынках нефти и нефтепродуктов. Электронный ресурс: <http://burneft.ru/archive/issues/2011-05/3>
6. Структура нефтяной отрасли России. Электронный ресурс: <http://www.econdirect.ru/ecodirs-963-1.html>
7. Статья «Черная душа России». <http://www.vitki.org/ЧЕР-НАЯ%20ДУША%20РОССИИ.html>
8. Хлыпалов В.М. Мировая экономика на рубеже XX – XXI вв. – Краснодар, 2003.
9. <http://minenergo.gov.ru/activity/oilgas/>

«НЕФТЯНАЯ ЗАВИСИМОСТЬ» – МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

*Карасева В.А.,
Российский государственный
университет нефти и газа
им. И.М. Губкина*

Аннотация: статья посвящена волнующей и актуальной в современной ситуации теме – «нефтяная зависимость» России. Мы ли зависим от нефти? Или же нефть зависит от нас? Нефть – это наше «проклятие», или достояние?

Abstract: The article is devoted exciting and relevant in the present situation the subject – «oil addiction» of Russia. Whether we are dependent on oil? Or oil depends on us? Oil - this is our «curse» or treasure?

Ключевые слова: нефть, нефтяная зависимость, российская нефть
Keywords: oil, oil addiction, Russian oil

Цель статьи – проанализировать положительные и отрицательные моменты российской нефтяной политики и выявить: так ли сильно мы зависим от нефти, как нам кажется.

«Черное золото», «черная душа России», «королева ресурсов», какие только эпитеты не используют, говоря о ней. Многие люди говорят, что нефть – проклятие России, что нынешний кризис наступил из-за нашей зависимости от «нефтяной иглы». Но я считаю иначе – нефть – не проклятие России, а её достояние.

Существует несколько взглядов на этот счет. Одни говорят, что Россия полностью зависит от нефти, другие, что нефтяная зависимость не более чем просто миф. Сторонники второй точки зрения полагают, что по сравнению с другими крупными странами-экспортерами нефти, Россия экспортирует в 10 раз меньше нефти (экспорт нефти на душу населения), чем, например, Норвегия, и вообще в разы и в десятки раз меньше, чем по-настоящему нефтяные страны (Саудовская Аравия, Оман). Но в этом то и вся беда. Как живет Норвегия и как мы. Среднемесячная заработная плата в Норвегии по итогам III квартала 2013 года выросла на 1500 норвежских крон (7500 рублей) и составила 43 500

норвежских крон (217 500 рублей)¹. Об этом говорится в материалах Статистического управления Норвегии. По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат), средняя зарплата по России составляет 33 280 рублей на начало августа 2014 года². В Норвегии самый низкий процент безработицы – 1% и самые высокие пособия от 800–1500 евро (при полной оплате государством безработным жилищно-коммунальных услуг, транспорта). Реальность Норвегии – мечта для России. А ведь в России в 12 раз, а то и больше (учитывая Арктику), больше запасов нефти, чем в Норвегии.

Существует мнение, что по сравнению с Советским Союзом и периодом после его распада, зависимость России от нефти и газа сильно увеличилась. Да это так! Анализируя статистику, можем заметить следующее. В федеральном бюджете за 1999 год доля нефтегазовых доходов составляла 18 %, а в бюджете за 2011 год – 54 %³. Это очень легко объяснить. Во времена СССР у нас была хорошо развита нефтегазовая промышленность. Было много учебных заведений готовивших высококвалифицированных специалистов, ученых, инженеров по различным направлениям. Плюс экономика страны держалась не только на нефтегазовом комплексе, но и на иной промышленности.

Россия огромная страна, богатейшая полезными ископаемыми. Помимо нефти, мы еще располагаем крупнейшими запасами газа, торфа, угля, леса, металлов и т.д.

Россия это страна, которая является мостом между Европой и Азией. Китайская газета Global Times of China пишет, что именно географическое преимущество России поможет ей справиться с двойным ударом по экономике (падением цен на энергоресурсы и экономическими санкциями Запада).⁴ Так оно и есть, но во многом тот факт что США и страны Европы нас до сих пор не «уничтожили», это заслуга нашей нефти и газа. Именно с помощью них мы не даем санкциям на себя влиять. Во-первых, за последнее время улучшились отношения с

¹ Веб-журнал о Норвегии – <http://norginfo.com/2011-09-12-22-44-50/obshestvo/2073-yezhemesyachnaya-srednyaya-zarabotnaya-plata-v-norvegii-vyrosla-na-1500-kron> (дата обращения: 25.04.2015).

² Сайт Росстата -http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/itog_monitor/itog-monitor4-14.html (дата обращения: 25.04.2015).

³ Газета «Взгляд» – <http://vz.ru/opinions/2014/12/15/720364.html> (дата обращения: 25.04.2015).

⁴ Global Times of China от 28.01.2015 - <http://ria.ru/world/20150128/1044647878.html> (дата обращения: 25.04.2015).

Китаем, очень сильным и выгодным партнером. Россия начала поставки нефти в Китай через новый нефтепровод. В соответствии с соглашением, подписанным между двумя странами, в течение следующих 20 лет Китай будет ежегодно получать 13 миллионов тонн российского черного золота¹. Китай и Россия решили начать прямую торговлю форвардными контрактами и свопами на российские рубли (данным методом и Россия и Китай отходит от доллара, чтобы не попадать в очередной раз под влияние Америки).

Во-вторых, сложившаяся в стране ситуация показала нам все наши минусы и ошибки во внутренней политике, что возможно заставит задуматься и пересмотреть направление деятельности Правительства Российской Федерации.

Если страны Запада перестанут покупать нефть у России, то Россия, тем не менее, сможет поставлять углеводороды на другие рынки, а также использовать их для внутренних потребностей. Как это и произошло в конце 2014 года, когда Запад от нас отвернулся, к нам повернулся Восток. Если Россия перестанет поставлять на Запад углеводороды, то население этих стран будет мёрзнуть, а не нашей.

Тоже относительно современный пример: история с газопроводом «Южный поток». В 2014 году Болгария по настоянию Евросоюза дважды (в июне, а затем и в августе) останавливала работы по проекту. В ответ на это Россия из-за такого к нам отношения отказывается от строительства «Южного потока» и ведет переговоры с Турцией по поводу строительства морского газопровода через Чёрное море в направлении Турции. После аннулирования прокладки Южного потока через территорию Болгарии, отношение России к европейскому рынку меняется принципиально, заявил в своем выступлении глава Газпрома Алексей Миллер. По его словам, российский концерн отходит от ранее разработанной модели, согласно которой газ доставляется конечному потребителю. Отныне страны юга Европы будут покупать газ на турецко-греческой границе.

Болгарское правительство признало объявленное Россией прокладывание газопровода через Турцию худшим вариантом для Европы. Зачем им в Европе еще один посредник? По подсчетам российской сто-

¹ РИА Новости от 09.11.2014 – <http://ria.ru/spravka/20141109/1032440135.html> (дата обращения: 25.04.2015).

роны, из-за отмены Южного потока Болгария потеряет около 3 миллиардов евро инвестиций, а также доход от транзита газа¹.

Это лишь доказывает, что нефть и газ это по-прежнему сила России и что мы решаем по каким правилам играть. Широко разрекламированные на Западе энергосберегающие технологии, технологии солнечной и ветровой энергетики на настоящий момент недостаточно эффективны и не могут составить нефти и газу существенную конкуренцию. А возвращение к энергетике преимущественно на основе угля, как это было в XIX веке, представляет существенную технологическую проблему, так как инфраструктура и транспортные средства рассчитаны преимущественно на нефть и газ. Кроме того, уголь является крайне неэкологичным топливом.

Также не являются решением проблемы месторождения сланцевого газа и нефти, а также нефти и газа из битуминозных песков. Так как себестоимость добычи этих энергоносителей существенно выше, чем у традиционных нефти и газа, поэтому разработка этих месторождений не выгодна. Что характерно, сами американцы отлично осознают эту проблему, но все равно пошли на эти меры. США среди всех прочих государств имеют наибольшие возможности для контроля над нефтяными ценами, главным образом с помощью рыночных спекуляций и военно-политического давления на страны-производители нефти, но также и благодаря тому, что США являются крупнейшим потребителем и одним из крупнейших производителей нефти.

Поэтому нефть была и будет еще долгое время «королевой ресурсов», самым эффективным энергетическим решением. «Уже разведанной ресурсной базы, в принципе, достаточно, чтобы обеспечить ежегодную добычу до 600 миллионов тонн нефти в течение следующих 30 лет», – сказал Сергей Ефимович Донской, министр природных ресурсов и экологии Российской Федерации².

Сделаем выводы. Россия – страна с недостаточно хорошо развитой (на данный момент) промышленностью, сельским хозяйством, но с огромнейшей ресурсной базой. Наш топливно-энергетический комплекс имеет ряд недостатков, которые надо совершенствовать, но, тем не менее, Россия достаточно уверенно держится на международной арене. Поэтому, сказать, что мы зависим от нефти крайне неправильно,

¹ РИА Новости от 06.12.2014 – <http://ria.ru/world/20141206/1036970097.html?idd>

² РИА Новости от 09.11.2014 – <http://ria.ru/spravka/20141109/1032440135.html> (дата обращения: 25.04.2015).

скорее мы зависим от полезных ископаемых. Но с другой стороны, если у нас их много почему бы и нет.

Я не считаю запасы нефти «ресурсным проклятием» для России. Это наше преимущество. Но важно помнить, что оно не единственное. Не стоит забывать: то, что сегодня-сегодня, завтра уже вчера. Когда исчерпаемые ресурсы закончатся, или спрос на них на рынке сократится в связи с технологическим прогрессом, в выигрыше будут те страны, которые будут более инновационно развиты, которые будут пользоваться биотопливом. Поэтому речь идет не о том, чтобы не добывать нефть и газ, а о том, чтобы использовать рационально добытые запасы и с максимальной экономической выгодой для страны. И средства от реализации добытой нефти вкладывать в какие-то перспективные проекты, в будущее.

Секция «Финансовый маркетинг в условиях оптимизации ресурсов организации: развитие или спад?»

УДК 378.338

ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ УСЛУГА: ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

*Иванова Юлия Олеговна,
аспирант кафедры «Маркетинг и логистика»
Финансового университета
Научный руководитель:
д.э.н., профессор Р.Ю. Стыцюк*

Аннотация: кризисные явления, в последнее время проявившиеся в экономике России на фоне обострения геополитической ситуации в мире, можно наблюдать в различных сферах, в том числе в банковской сфере, инвестиционной, в страховании и на рынке ценных бумаг.

Грамотное продвижение своих финансовых услуг становится основой для выживания компании в условиях кризиса, и увеличивается роль специалистов, обладающие профильным образованием по направлению финансового маркетинга. Но, как и любому другому виду, образовательным услугам необходимо продвижение и правильное рекламное обеспечение, чтобы специалисты, желающие получить образование по направлению финансового маркетинга, знали о существовании соответствующих программ в учебных заведениях.

Ключевые слова: финансовые услуги, образование, банковский маркетинг, страховой маркетинг, инвестиционный маркетинг, маркетинг на рынке ценных бумаг.

Abstract: The crisis in the Russian economy and the worsening of the geopolitical situation in the world can be seen in various fields, including banking, investment, and insurance and securities markets.

Right promotion of the financial services becomes the basis for the company's survival in times of crisis. The role of the specialists with the financial marketing education becomes very important. As any other type of services educational services are necessary to be promoted. The right advertising will inform professionals who want to study financial marketing about the existence of relevant programs in universities.

Keywords: financial services, education, bank marketing, insurance marketing, investment marketing, marketing in the securities market.

Введение

Кризисные явления, проявившиеся в экономике России на фоне обострения геополитической ситуации в мире, охватили почти все сегменты рынка, и повлияли как на сферу финансовых услуг, так и на образование. Образование, ориентированное на бизнес, на финансовый сектор – один из наиболее рыночных сегментов образования. При разработке антикризисных программ компании финансового сектора предпочтут сделать ставку на сотрудников, обладающих либо степенью магистра по направлению финансового маркетинга, либо прошедших соответствующую программу МВА. Но в настоящее время лишь немногие высшие учебные заведения обучают специалистов по соответствующему профилю, при этом у компаний может возникнуть потребность направить на дополнительное обучение сотрудников, обладающих релевантным базовым образованием. Однако в условиях оптимизации расходов компании чаще всего начинают именно с сокращения статей, предназначенных на повышение квалификации персонала, обучение и переобучение кадров.

Финансовый маркетинг как образовательная услуга

Ни для кого не секрет, что в России затраты на персонал за последние несколько лет росли очень высокими темпами (в первую очередь за счёт роста ФОТ). По данным исследования HR-benchmarking – AXES Monitor компании AXES Management компании тратят от 7,6% (FMCG) до 24,7% (банковский сектор) своей выручки на персонал. Издержки на персонал составляют в среднем 10,9% от выручки компании. На обучение компании тратят до 1,6% от всех издержек на персонал. 40% компаний собираются сократить затраты на персонал на 14,1%, в том числе и на обучение.¹

При этом обучение персонала является одним из важнейших бизнес-процессов в компании. Если выпустить необученного сотрудника продавать финансовые продукты или руководить отделением банка, то можно будет прогнозировать как прямые убытки, так и убытки от упущенных возможностей.

Обучение персонала в период кризиса – это мощный инструмент мотивации, благодаря которому сотрудникам можно дать понять, что в них заинтересованы. Таким образом, компания будет представлять

¹ Федеральный экспертный канал «Бизнес-образование в России и за рубежом». URL: <http://www.ubo.ru/articles/?cat=124&pub=2830> (дата обращения – 10.04.2015).

большую ценность и привлекательнее смотреться на фоне других работодателей, уверенность в которых падает во время кризиса.

Если в условиях экономического роста на обучение могут направляться группы сотрудников и целые отделы, то в период кризиса компании дают возможность повысить свою квалификацию только ключевым сотрудникам. Опыт и навыки данных сотрудников автоматически повышают требования к качеству материала и знаний, которые будут предлагаться их вниманию в ходе образовательного процесса. В связи с этим конкуренция между учебными заведениями, представляющими различные услуги в сфере финансового образования, будет возрастать. Борьба будет вестись за каждого слушателя, за каждого клиента. Успех же ждёт те учебные заведения, которые смогут быстро перестроиться и предложить востребованные программы обучения.

Особенности рекламного обеспечения финансового маркетинга как образовательной услуги

Считается, что рекламой и продажей финансовых образовательных услуг занимаются только частные и коммерческие учебные заведения. На самом деле, в подобных методах нуждаются и государственные вузы, открывающие новые профильные факультеты, специальности, дистанционные программы, подготовительные курсы и MBA.

Рассмотрим подробнее некоторые особенности рекламной политики в отношении образовательных услуг по направлению финансового маркетинга.

Учебным заведениям, недавно вышедшим на рынок с такой программой, рекомендуется начинать с увещательной рекламы, убеждающей потенциальных потребителей в серьёзности своих намерений и потенциала, в качестве предлагаемых услуг. Увещательная реклама формирует расположение к учебному заведению.

Целью информативной рекламы является облегчение выведения на рынок новой модификации образовательной услуги по направлению «финансовый маркетинг». Она обычно информирует о содержании программ обучения, технологиях, методиках, об изменении цены, предлагаемых дополнительных возможностях.

Напоминающая реклама на образовательном рынке используется уже известными, признанными учебными заведениями или теми, кто уже провел увещательную и информационную рекламную компа-

нию. Особенно данный вид рекламы уместен в период абитуриентского межсезонья (обычно – зимой, ранней весной), напоминая потребителям о том, что предлагаемые услуги могут им понадобиться в ближайшее время и поэтому важно заранее устанавливать контакты.

Поддерживающая реклама (как разновидность напоминающей) обычно реализуется в стенах учебного заведения и имеет целью убедить обучающихся в правильности сделанного выбора, в открывающихся перед ними перспективах, чтобы предотвратить возможный отток слушателей. Наиболее часто в качестве средства поддерживающей рекламы используется демонстрация преуспевающих выпускников, а также рекламные щиты, информационные материалы, фотографии и отчёты в здании учебного заведения.

Учитывая потребности потенциальных клиентов образовательных услуг по направлению финансового маркетинга, рассмотрим основные рекламные аргументы, действующие в отношении конечного потребителя образовательных услуг – личности обучающегося.

Экономические: уровень будущей заработной платы, уровень стипендии в процессе обучения, возможность снижения оплаты (например, в зависимости от результатов обучения), порядок приобретения различных услуг (медицинского обслуживания, отдыха, получения дополнительных знаний и специализации).

Социальные: будущее высокое профессиональное и социальное положение, общественное признание, престижность учебного заведения, известность научно-педагогических кадров.

Перспективы международных интеллектуальных связей: возможность общения с иностранными студентами и преподавателями, обучения и прохождения практики за рубежом, международного признания диплома учебного заведения или получение сразу двух дипломов (отечественного и иностранного), соответствующие возможности трудоустройства.

Организация образовательного процесса и его обеспечение: высокий уровень преподавания, приоритет активных методов обучения, индивидуальный подход к обучающимся, возможности личного выбора изучаемых курсов и участие в их формировании, уровень кадрового, учебно-методического, библиотечного, программного, технического, коммуникационного обеспечения.

Рассмотрим, какие образовательные программы по направлению «финансовый маркетинг» представлены на данный момент на рынке.

Для бакалавров многие учебные заведения предлагают обучение по профилю «Маркетинг услуг» со специализацией на услугах в финансовой сфере. Примером может служить Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А. «Выпускник профиля «Маркетинг услуг (в финансовой сфере)» – это уникальный специалист, так как владеет знаниями, умениями и навыками изучения, прогнозирования развития финансовых рынков, спроса и продвижения финансовых услуг, а также творчески подходящих к решению различных проблем финансовых компаний»¹.

Среди программ для магистров основной является «Финансовый маркетинг» в Финансовом университете. «Главная цель магистерской программы: подготовка слушателей к профессиональной управленческой деятельности на финансовом рынке, а также обеспечение маркетинговых подразделений компаний финансового сектора высококвалифицированными специалистами, владеющими глубокими научно-практическими знаниями в области маркетинга и финансов.

Программа направлена на подготовку финансовых маркетинговых аналитиков высокой квалификации с ориентацией на разработку обоснованных стратегических решений на финансовом рынке и финансовых маркетинговых организаторов по направлениям бренд-менеджмент, ценообразование, управление продажами, маркетинговые коммуникации на финансовом рынке»².

Среди программ МВА можно выделить программы НИУ ВШЭ со специализацией «Финансы и банки», «Управление инвестициями», в ходе которых преподаётся дисциплина «Маркетинг финансовых услуг».

«Целью курса является: выявить основные тенденции развития маркетинга в отдельных сферах, прежде всего в приложении к сфере финансовых услуг в российской экономике; обозначить наиболее целесообразные пути и подходы к организации маркетинга в финансовых организациях, банках, страховых и инвестиционных компаниях; продемонстрировать методы внедрения маркетинга в финансовой сфере в зависимости от текущих рыночных условий и сложившейся

¹ Официальный сайт СГТУ. URL: <http://www.sstu.ru/obrazovanie/obrazovatelnye-programmy/fem/torgovoe-delo/marketing-uslug.php> (дата обращения – 10.04.2015).

² Официальный сайт Финансового университета. Материалы презентации магистерской программы «Финансовый маркетинг». URL: <http://www.fa.ru/chair/mark/about/Pages/default.aspx> (дата обращения – 10.04.2015).

схемы работы; описать и дать навыки решения отдельных элементов маркетингового комплекса применимых для нужд финансовой сферы»¹.

Нами были рассмотрены примеры программ по направлению «финансовый маркетинг» для бакалавров, магистров, обладателей степени MBA. В секторе краткосрочных программ представлены курсы, семинары и тренинги продолжительностью от одного дня до нескольких месяцев. В качестве преподавателей выступают практикующие специалисты, обладатели степеней MBA зарубежных учебных заведений, российские экономисты. Часто такие семинары носят название «Маркетинг финансовых услуг». В качестве цели определяется «повышение профессиональной квалификации маркетологов компаний, работающих на финансовом рынке (банки, управляющие и брокерские компании, инфраструктурные институты, негосударственные пенсионные фонды, паевые инвестиционные фонды и др.)». В ходе такого образовательного курса слушатели получают ответы на следующие вопросы:

«– В чём специфика финансового маркетинга?

– Чем руководствуется российский потребитель при выборе финансовой услуги?

– Как успешно продвигать на рынке финансовые услуги?

– Как использовать возможности Интернета в финансовом маркетинге?

– Как обосновать бюджет на рекламу, ребрендинг финансовых услуг?»².

Сейчас при выборе учебного заведения всё чаще происходит обращение к Интернету, и в дальнейшем эта тенденция будет только усиливаться. Необходимо использовать возможности рекламы образовательных услуг в Интернете. Большинство специалистов сходятся во мнении, что реклама образовательных услуг и учебных заведений в Интернете отличается высокой эффективностью и относительно невысокой стоимостью по сравнению с другими способами рекламы.

¹ Официальный сайт НИУ ВШЭ. URL:

<http://www.hse.ru/data/2015/02/09/1091931916/Маркетинг%20финансовых%20услуг.pdf> (дата обращения – 10.04.2015).

² Официальный сайт Института фондового рынка и управления. URL: <http://www.ifru.ru/5722/> (дата обращения – 10.04.2015).

Для стимулирования продаж образовательных услуг по направлению «финансовый маркетинг» можно использовать следующие инструменты Интернет-рекламы:

- продвижение сайта учебного заведения, предлагающего образовательную программу по направлению «финансовый маркетинг». Целью является обеспечение стабильного потока клиентов из поисковых систем Яндекс, Google, Рамблер и других при условии попадания сайта в топ 10 по результатам поиска по определенным ключевым словам. Получение результата при таком способе продвижения занимает около 3–4 месяцев (попадание сайта учебного заведения в ТОП-10 поисковой системы);
- баннерная реклама образовательных услуг – продвижение образовательных услуг путем размещения графических, иногда анимационных, блоков на различных тематических сайтах. Для рекламы образовательной программы целесообразно выбирать тематические Интернет-сайты с большой посещаемостью, целевая аудитория которых – специалисты, желающие повысить уровень своей квалификации, получить дополнительное бизнес-образование. Это могут быть справочные сайты по трудоустройству, электронные каталоги высших учебных заведений, сайты с рейтингами учебных заведений, сайты для подготовки к сдаче CFA, GMAT. Рекламирывать учебное заведение и образовательную программу можно как на специализированных площадках, так и в социальных сетях;
- контекстная реклама образовательных услуг – один из самых эффективных видов Интернет-рекламы, нацеленный в первую очередь не на формирование имиджа, а именно на конкретные продажи. Реклама учебного заведения и образовательной программы будет размещена правее и выше естественных результатов поиска в Яндексе, Рамблере или Google. Контекстная реклама учебного заведения обладает неоспоримым преимуществом – она показывается только тем пользователем, которые заинтересованы в приобретении определенных продуктов или услуг. Контекстная реклама учебного заведения хорошо работает и тогда, когда необходимо максимально быстро сообщить потенциальным клиентам о новом наборе на образовательную программу, о периоде подачи документов, проведении дня открытых дверей и т.д.

При работе с потенциальными клиентами учебные заведения могут использовать следующие форматы мероприятий:

- телевизионные, радио и онлайн выступления представителей учебного заведения в виде ответов на вопросы абитуриентов и специалистов, заинтересованных в обучении по направлению «финансовый маркетинг»;
- посещение представителями учебного заведения компаний, выставок, конференций, отраслевых мероприятий, презентация образовательных программ по направлению «финансовый маркетинг»;
- презентация образовательных программ по направлению «финансовый маркетинг» на Днях открытых дверей в учебном заведении.

Заключение

Чрезвычайно важно иметь в виду, что на рынке образовательных услуг негативный эффект от некачественной рекламы приобретает особенно большие масштабы. Рекламное обращение, выполненное непрофессионально, юридически небезупречно, не отвечающее принципам добросовестной конкуренции, будет свидетельствовать о низком образовательном и культурном уровне рекламодача, его некомпетентности, непрофессионализме, вызовет к нему недоверие и может послужить весомой причиной отказа от приобретения данной образовательной услуги.

Литература:

1. Иванова Ю.О. Особенности формирования имиджа инновационного Вуза. – М.: Научные труды Вольного экономического общества. Том 179, 2014. – С.221-226.

2. Иванова Ю.О. Инновационный подход к формированию маркетинговых коммуникаций в вузах.// Москва,. Научные труды Вольного экономического общества. Том 188, 2014. – С.181-187.

3. Стыцюз Р.Ю., Иванова Ю.О. Университетский центр трансфера технологий как конкурентное преимущество. М.: Научные труды Вольного экономического общества. Том 179, 2014. – С.394-398.

4. Стыцюз Р.Ю., Иванова Ю.О. Особенности влияния имиджа вуза на качество и эффективность учебного процесса// Научные труды Вольного экономического общества. Том 188, 2014. – С.246-250.

5. Официальный сайт СГТУ. URL:
<http://www.sstu.ru/obrazovanie/obrazovatelnye-programmy/fem/torgovoe-delo/marketing-uslug.php> (дата обращения – 10.04.2015).
6. Официальный сайт Финансового университета при Правительстве РФ. Материалы презентации магистерской программы «Финансовый маркетинг». URL:
<http://www.fa.ru/chair/mark/about/Pages/default.aspx> (дата обращения – 10.04.2015).
7. Официальный сайт НИУ ВШЭ. URL:
<http://www.hse.ru/data/2015/02/09/1091931916/Маркетинг%20финансовых%20услуг.pdf> (дата обращения – 10.04.2015).
8. Официальный сайт Института фондового рынка и управления. URL: <http://www.ifru.ru/5722/> (дата обращения – 10.04.2015).
9. Федеральный экспертный канал «Бизнес-образование в России и за рубежом». URL: <http://www.ubo.ru/articles/?cat=124&pub=2830> (дата обращения – 10.04.2015).

МАРКЕТИНГ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ И КОНКУРЕНЦИЯ В ФИНАНСОВОМ СЕКТОРЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

*Леднев М.В., к.э.н., доцент кафедры
теории и практики конкуренции
Московского финансово-промышленного
университета «Синергия»*

Аннотация: в статье автор анализирует особенности маркетинга финансовых услуг в России в текущих экономических условиях и определяет возможные методы и стратегии эффективного маркетинга для отечественных финансовых институтов (в рамках данного термина подразумеваются в первую очередь банки, небанковские кредитные организации и другие компании, оказывающие финансовые услуги). Определены три наиболее вероятные стратегии действий финансовых институтов и три возможные кризисные стратегии маркетинга. Проанализированы особенности применения методов конкуренции и конкурентных стратегий на финансовом рынке в текущих условиях.

Ключевые слова: маркетинг, финансовый сектор, конкуренция, финансовый институт, конкурентная стратегия, маркетинговая стратегия

Abstract: The author analyzes the peculiarities of marketing of financial services in Russia in the current economic situation and identifies possible methods and strategies for effective marketing to domestic financial institutions (for example, banks, non-bank credit organizations and other companies providing financial services). The author identified three action strategies, which financial institutions may use in current situation. The author gives description of the peculiarities of competition and competitive strategies in the financial market in the current environment.

Keywords: marketing, finance, competition, financial institutions, competitive strategy, marketing strategy

В 2014–2015 гг. в России произошли значительные изменения в макро- и микросреде бизнеса, связанные как с экономическими, так и политическими факторами. Все они так или иначе затронули деятельность российских финансовых институтов.

К наиболее значимым факторам, которые оказали деятельность на уровень российского финансового сектора в последнее время стоит отнести: введение санкций и контрсанкций, резкое повышение ставки рефинансирования ЦБ РФ в конце 2014 г., резкие колебания курса рубля.

В первом квартале 2015 г. мы можем наблюдать результаты воздействия перечисленных выше факторов, выраженные в цифрах. Так, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года выросли темпы роста инфляции, снизились темпы экономического роста, значительно выросли банковские ставки для корпоративных клиентов, что в свою очередь привело к замедлению темпов развития бизнеса.

По данным рейтингового агентства «Эксперт РА» объем банковского кредитования малого и среднего бизнеса по итогам 2014 г. продемонстрировал падение на 1% (в то время как последние несколько лет он регулярно демонстрировал рост)¹. Особенно ярко тенденции снижения банковского кредитования проявились в 4 кв. 2014 г.

В текущих условиях банки переориентировали бизнес с кредитования малого и среднего бизнеса на сегмент крупных клиентов как менее рискованный.

Какие тенденции сейчас наблюдаются на финансовом рынке в целом? Банки и финансовые компании значительно ужесточили процедуры риск-менеджмента, многие даже значительно пересмотрели действующие политики в отношении рисков. Как следствие, выросли требования к потенциальным клиентам, ужесточились процедуры контроля за действующими клиентами. Это в частности выразилось в более жесткой позиции по отношению к клиентам, допускающим просрочки платежей. Ряд банков стали требовать досрочного погашения кредитов от отдельных категорий клиентов.

Кроме того, в связи с ростом ставки рефинансирования и закрытием для подавляющего большинства российских финансовых институтов западных рынков капитала (в связи с санкциями) выросла стоимость всех финансовых продуктов, связанных с финансированием.

При этом, несмотря на удорожание услуг спрос на многие кредитные продукты, в первую очередь связанные с получением финансирования, даже вырос. Это связано с тем, что крупные компании оказались лишены возможности заимствований на внешних рынках и переключились на внутренний, а малый и средний бизнес, с другой стороны, столкнулся с проблемой ужесточения требований финансовых институтов к клиентам. В этих условиях доступность таких финансовых продуктов как кредит, лизинг, факторинг резко снизилась для этой категории клиентов.

¹ Темпы кредитования малого и среднего бизнеса продолжают снижаться [Электронный ресурс] // Клерк. Ру. - Режим доступа: <http://www.klerk.ru/bank/news/417564/>.

Таким образом, к тенденциям, определяющим специфику рынка российских финансовых услуг, на текущий момент относятся: рост стоимости услуг, ограниченность предложения, ужесточение мер риск-менеджмента.

В этой связи на первый план в сегменте продуктов, связанных с финансированием, вышли неценовые методы конкуренции. Однако, если традиционно наиболее часто под ними подразумевается дифференциация потребительских свойств продукта или услуги, дифференциация по группам клиентам или по географическому признаку, то сейчас для многих клиентов самым важным фактором стала не цена финансовой услуги, а сама возможность для клиента получить какую либо услугу. Это в первую очередь относится к услугам, связанным с финансированием, таким как кредит, лизинг, продукты торгового финансирования и связано с описанными выше факторами, которые определяют ограниченность предложения услуг на финансовом рынке. В подобных условиях для банков и финансовых компаний, которые готовы принимать на обслуживание клиентов рамках умеренных требований к рискам, нет необходимости в дифференциации своего продукта, от них требуется лишь наличие доступных продуктов в любом виде (иногда даже по завышенной цене). Спрос в сегменте малого и среднего бизнеса в подобных условиях неэластичен по цене и роль ценовых методов конкуренции резко снижается. В противоположность этому, в сегменте крупного бизнеса идет борьба крупных банков за крупнейших клиентов, для которых определяющим фактором является как раз стоимость финансирования. Данная категория клиента традиционно привыкла к получению «дешевых» денег из-за рубежа и сейчас пытается заместить эти финансовые ресурсы в России по максимально низким ставкам. Поэтому в этом сегменте финансового рынка идет конкуренция по цене.

Замедление темпов роста экономики и бизнеса привело к сокращению числа новых предприятий, а существующие повсеместно сворачивают программы развития. В связи с этим на ряд финансовых продуктов, не связанных с финансированием бизнеса, таких как расчетно-кассовое обслуживание, валютные и комиссионные операции снижается спрос со стороны клиентов. Предложение остается на стабильном уровне, а спрос падает. Это вынуждает финансовые институты прибегать к неценовым методам конкуренции и дополнительным шагам по привлечению клиентов в сегменте продуктов, не связанных с финансированием.

Рассмотрим возможные стратегии маркетинга, которые применяют российские финансовые институты в текущих условиях. Абсолютно все из них повысили стоимость услуг, связанных с финансированием. Большинство, как было отмечено раньше, ужесточили требования к клиентам. При этом обычно каждая финансовая компания или банк выбрали одну из двух возможных стратегий в отношении клиентов: сокращение текущего портфеля или сохранение текущего портфеля.

Первая стратегия предусматривает «чистку» портфеля в том или ином виде. Это может выражаться в отказе от ряда наиболее высокорискованных клиентов по результатам мониторинга портфеля либо во введении заградительно-высоких цен для определенных клиентов, что автоматически повлечет отказ последних от обслуживания. Отдельные финансовые институты полностью приостановили обслуживание по ряду продуктов или для отдельных категорий клиентов. Например, существенно сокращены объемы выдаваемых кредитов малому бизнесу в рамках «кредитных фабрик», которые активно развивались в последние годы в крупных российских банках, а также на основе автоматизированных скоринговых систем. Переход на индивидуальное рассмотрение сделок приводит к увеличению продолжительности сроков рассмотрения заявок и увеличению процента отказов, что также способствует реализации стратегии сокращения портфеля.

Данная стратегия в силу своей цели с одной стороны не может подразумевать увеличения или даже сохранения маркетингового бюджета. Количество клиентов сокращается, и у финансовых институтов на сегодняшний день нет необходимости в привлечении новых. С другой стороны, если финансовая организация не планирует полное сворачивание бизнеса, то необходимо заботиться о сохранении лояльности бывших и потенциальных клиентов. Сведение о компаниях и банках, которые приостанавливают финансирование и не принимают новых клиентов, очень быстро распространяются среди предпринимателей и важно, чтобы эта информация сопровождалась определенными сообщениями от финансовой организации о том, что это временная мера и в перспективе не планируется остановка бизнеса. Для подобных задач целесообразно использовать инструменты имиджевого маркетинга, целью которых является не увеличение продаж, а упоминание о бренде.

Кроме того, отказ от работы с рядом клиентом в кризис может вызвать ухудшение уровня лояльности со стороны целевого сегмента клиентов. Для этих целей также необходимо применять маркетинг и PR.

Клиенты, которые были вынуждены прекратить работы и которым было отказано в продолжении сотрудничества чаще всего сохраняют негативное отношение к финансовому институту. Это связано в основном с продуктами, которые предусматривают финансирование. Ведь для них прекращение финансирования приводит к серьезным проблемам в текущей деятельности, вынуждает сокращать размеры продаж, изымать деньги из оборота, экстренно искать альтернативные источники финансирования.

В подобных случаях стоит задуматься о том, как восстановить репутацию. Ведь рано или поздно кризисные явления прекратятся и при нормальном сценарии большинство финансовых институтов продолжат развиваться и будут заинтересованы в расширении клиентской базы. При этом, на них будет лежать негативный «груз» отрицательной репутации, заработанной в кризис. Одним из вариантов решения данной проблемы может стать создание и вывод на рынок нового бренда или новых продуктовых линеек для продуктов, которые в кризисных условиях были «заморожены» или сведены к минимуму. Это позволит избежать негативных ассоциаций со старыми продуктами среди клиентов.

Вторая стратегия деятельности российских финансовых институтов в кризис предусматривает удержание текущего портфеля, сохранение его общего размера на докризисном уровне, но без увеличения. В этом случае могут привлекаться на обслуживание новые клиенты, но лишь за счет замещения ими в портфеле старых клиентов. При подобной стратегии финансовые организации также напрямую не заинтересованы в маркетинговых активностях, поскольку объем необходимых продаж довольно ограничен. Благодаря наличию устойчивого спроса на рынке поиск новых клиентов (когда возникает необходимость их привлечь) не составляет труда.

Для повышения доходов действующим клиентам предлагают новые продукты, которые могут быть актуальны в условиях нестабильности экономики, например, управление дебиторской задолженностью, взыскание просроченных долгов. Но поскольку продажи данных

дополнительных услуг осуществляются, в основном, среди действующих клиентов, то обычно для этих целей используют прямые продажи без дополнительного привлечения инструментов маркетинга.

Однако, при любой из стратегий упомянутых выше стратегий маркетинговый бюджет оказывается минимален или он вовсе отсутствует. Поэтому возможно применение трех стратегий маркетинга в условиях кризиса (назовем их стратегиями кризисного маркетинга).

В первом случае целью маркетинговой стратегии является не продажа услуг, а сохранение или восстановление имиджа финансовой организации. Задачами подобной стратегии является сохранение приемлемого уровня лояльности клиентов и уровня упоминаемости бренда. Для этих целей подходят различные PR-активности и работа со СМИ: статьи, интервью, новостные поводы, участие в мероприятиях. Желательно также проводить индивидуальное информирование клиентов посредством телефонных звонков или рассылок, в которых сообщать актуальную информацию о планах организации. Большинство из данного вида активностей могут быть реализованы на бесплатной основе, поэтому данную стратегию можно реализовывать даже в условиях, когда бюджет на маркетинг отсутствует. Она может быть реализована лишь на основе усилий маркетологов и внутренних ресурсов других подразделений компании.

Как было отмечено выше, большинство компаний, и финансовый сектор не исключение, в кризис сокращают масштабы деятельности. Но, если посмотреть с другой стороны, кризис дает новые возможности и точки роста для развития бизнеса. И именно в кризис нередко начинается деятельность проектов, которые далее становятся очень успешными. С точки зрения текущей ситуации на российском финансовом рынке, сейчас удачное время для развития для тех организаций, которые готовы принимать на себя более высокий уровень риска. Наиболее привлекательный, но в то же время и наиболее рискованный клиентский сегмент, на данный момент, это малый и средний бизнес. Этот сегмент достаточно массовый и в кризис при наличии возможностей для финансирования и принятия рисков на эту категорию клиентов, можно захватить существенную долю рынка.

В этом случае можно говорить о реализации кризисной стратегии массового выхода на рынок или захвата доли рынка нужно использовать агрессивную тактику маркетинга. Но при этом уровень затрат на

маркетинговые мероприятия может быть ниже чем в докризисный период. Это связано с общим снижением маркетинговой активности, в том числе и со стороны всех возможных конкурентов. Поэтому для получения отклика от клиентов достаточно будет меньших вложений в маркетинг.

Третья стратегия кризисного маркетинга представляет собой маркетинг с минимальным бюджетом. Для ее реализации необходимо наличие хотя бы минимального количества денег. Она может применяться как в случае сокращения объемов бизнеса, так и при сохранении текущего портфеля. В любом случае, организация должна поддерживать минимально необходимый уровень маркетинговой активности. В первую очередь, это поддержка веб-сайта, в том числе поддержание высоких позиций в поисковых системах (SEO), наличие необходимого материала маркетинговых материалов для клиента, оформление и брендинг офисов продаж, представительство в социальных сетях и SMM, публикации и упоминания в СМИ, участие и выступления на профессиональных и клиентских мероприятиях. Все вышеперечисленные активности являются довольно низкочастотными при разумном подходе к их планированию и организации в условиях кризиса.

В заключение также необходимо определить и особенности конкурентных действий финансовых институтов в условиях кризиса. Вопросы сочетания методов ценовой и неценовой конкуренции уже были освещены выше. Остановимся кратко на применяемых стратегиях конкурентных действий. Согласно современной российской классификации конкурентных стратегий Ю.Б. Рубина выделяются четыре их основных типа¹:

- стратегии, направленные на устранение конкурентов;
- стратегии, направленные на отступление под влиянием конкурентов;
- стратегии, направленные на обособление от конкурентов;
- стратегии, направленные на сближение с конкурентами.

На наш взгляд, наиболее перспективными конкурентными стратегиями в условиях кризиса (кризисными конкурентными стратегиями) являются стратегия сближения с конкурентами и обособления от

¹ Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. 5-е изд. М.: Маркет ДС, 2006, Рубин Ю.Б. Стратегии конкурентных действий//Современная конкуренция. 2014. №4 (46).

конкурентов. В сегодняшних условиях практически ни один из финансовых институтов не проводит агрессивных наступательных конкурентных действий, поэтому стратегии отступления утрачивают свою актуальность. Нет необходимости и наступательных стратегиях для устранения конкурентов, поскольку конкуренция перешла в плоскость доступности финансовых продуктов, и при желании, можно относительно легко увеличить долю рынка. Другое дело, что практически никто сейчас не ставит такой цели, что приводит к снижению общего уровня конкурентной борьбы на рынке.

Гораздо чаще стали применяться стратегии обособления или изоляции от конкурентов. Финансовым организациям не выгодно, чтобы их соотносили с другими участниками рынка, поскольку многие из конкурентов сейчас испытывают проблемы. Для того чтобы казаться более устойчивым и надежным выгоднее позиционировать себя обособленно и не реагировать на возможные действия со стороны конкурентов и партнеров.

Поскольку весь финансовый сектор без исключения испытывает трудности, то логично объединение усилий его участников в рамках конкурентных стратегий сближения. Совместными усилиями участники рынка стараются получить поддержку государства, в виде законодательных изменений и финансовых ассигнований, а также консолидировать усилия в борьбе с недобросовестными клиентами.

Таким образом, в данной статье были проанализированы и рассмотрены особенности маркетинговых стратегий, применяемых отечественными финансовыми институтами в условиях кризиса, а также особенности конкуренции и актуальных конкурентных стратегий в данном секторе экономики.

Литература:

1. *Рубин Ю.Б.* Теория и практика предпринимательской конкуренции. 5-е изд. М.: Маркет ДС, 2006, с.216.

2. *Рубин Ю.Б.* Стратегии конкурентных действий// Современная конкуренция. 2014. № 4 (46).

3. Темпы кредитования малого и среднего бизнеса продолжают снижаться [Электронный ресурс]//Клерк. Ру. Режим доступа: <http://www.klerk.ru/bank/news/417564/>.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

*Нестеренкова О.А., аспирант кафедры
маркетинга и логистики
Финансового университета*

Аннотация: в статье автор анализирует особенности продвижения консалтинговых услуг на рынок, определяет цели товарной, ценовой и коммуникативной политики. Определяет особенности продвижения консалтинговых услуг на отраслевой рынок.

Ключевые слова: маркетинг, продвижение, консалтинговые услуги, отраслевой рынок

Abstract: The author analyzes the peculiarities of promotion of consulting services to the market, determines the purposes of commodity, pricing and communication policies. The author determines the particular characteristics of promotion of consulting services to the industry market.

Keywords: marketing, promotion of consulting services, industry market.

Концепция маркетинга существенно зависит от того, на каком рынке работает предприятие. Маркетинговые технологии и выбранные инструменты воздействия также зависят от специализации рынка, на котором работает компания. Услуги, как третичный сектор экономики в США обеспечивает 83 % ВВП, ЕС – около 73 %, Японии – 60% ВВП. Одновременно сфера услуг предоставляет рабочих мест 77 % в США, 72 % в ЕС, 66 % в Японии. По данным российской компании Келис Консалтинг доля услуг в ВВП России в 2010 году составила 55%. [2, с.118]. Консалтинг же является одним из видов профессиональных услуг, выступающим определенным связующим звеном между теоретической и практической составляющей экономики. Особенно актуальным этот вопрос становится во время условий «импортозамещения».

Специалисты консалтинговых компаний направляют весь багаж собранных знаний на решение задач, поставленных клиентом. В основном эти усилия направлены на решение стратегических, управленческих и тактических вопросов. Консалтинг достаточно многообразен в

своих направлениях оказания услуг, но все они являются услугами интеллектуального характера.

Маркетинг консалтинговых услуг относится к рынку B2B и нацелен на построение более эффективной работы бизнеса. При разработке маркетинговой стратегии в сфере консалтинговых услуг следует понимать, что в силу высокой клиентоориентированности и разнообразности задач, модель сотрудничества предполагает развивающиеся партнерские доверительные и долговременные взаимоотношения консультанта и клиента. Каждый отраслевой рынок требует разработки и внедрения определенных маркетинговых решений в зависимости от задач и специфики бизнеса. Этого очень сложно достичь в рамках крупных консалтинговых компаний, где обслуживаются тысячи клиентов. В рамках процесса вступления России во Всемирную торговую организацию (ВТО) консалтинговые услуги классифицируются на основе классификационного перечня отраслей экономики. Эта классификация определена Генеральным соглашением по торговле и услугам (ГАТС) [General Agreement on Trade in Services (GATS)]. Каждый из перечисленных секторов делится на подсекторы. Консалтинговые компании в своей повседневной деятельности руководствуются Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД), который входит в состав Единой системы классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации (ЕСКК) Российской Федерации. [3, p.27].

Маркетинг консалтинговых услуг имеет три основных сегмента направленности: привлечение новых клиентов, удержание и выстраивание отношений с существующими и возобновление обращений бывших клиентов. Важнейшим при этом является индивидуальный подход к клиенту, создание у него впечатления желанности, особенности и важности в его обращении. В консалтинге развитие маркетинговой стратегии происходит в трех направлениях – внешний маркетинг, внутренний маркетинг и маркетинг взаимодействия. В консалтинге нет дорогостоящих продуктов и высокотехнологичных разработок, и наиболее ценным продуктом продажи являются знания специалистов. Поэтому особенностью маркетинга консалтинговых услуг действительно является такой инструмент, как, как внутренний маркетинг. Аспекты внешнего маркетинга важны также как и в любой другой сфере и включают формирование ассортимента услуг, цен, и системы ком-

муникаций. А маркетинг взаимодействия важен т.к. в консалтинге одним из важнейших аспектов является процесс взаимодействия с клиентом и выстраивание правильных с ним взаимоотношений.

Знание рынка и участие в жизни и событиях индустрии очень важны на пути к достижению успешных продаж консалтинговых услуг (КУ). Цели маркетинговых технологии (МТ) продвижения данных услуг на отраслевой рынок можно разделить на три важные группы в рамках ценовой, товарной и коммуникационной политики:

1) *маркетинговые технологии в рамках ценовой политики применяются с целью адаптации фирмы к меняющимся экономическим условиям и обеспечения гибкого подхода к процессу ценообразования;*

2) *маркетинговые технологии в рамках товарной политики используются с целью создания комплекса услуг, которые будут пользоваться спросом на отраслевом рынке;*

3) *маркетинговые технологии в рамках коммуникационной политики.*

На рисунке 1 автором приведена схема маркетинговых технологий продвижения консалтинговых услуг на отраслевой рынок.

Ценовая политика фирмы является одной из важнейших частей маркетинговой политики, обеспечивающей адаптацию фирмы к меняющимся экономическим условиям. Это средство завоевания потребителя посредством применения определенных форм и методов организации предпринимательской деятельности и приемов рыночного ценообразования.

Подход к процессу ценообразования в консалтинге зависит от сезона, качества услуг и рынка сбыта, т.е. от выбранного сегмента отраслевого рынка, возможностей и потребностей его ключевых игроков.

Товарная политика формируется на основе стратегических целей и установок, а также посредством адаптации к меняющимся рыночным условиям и потребностям клиентов.

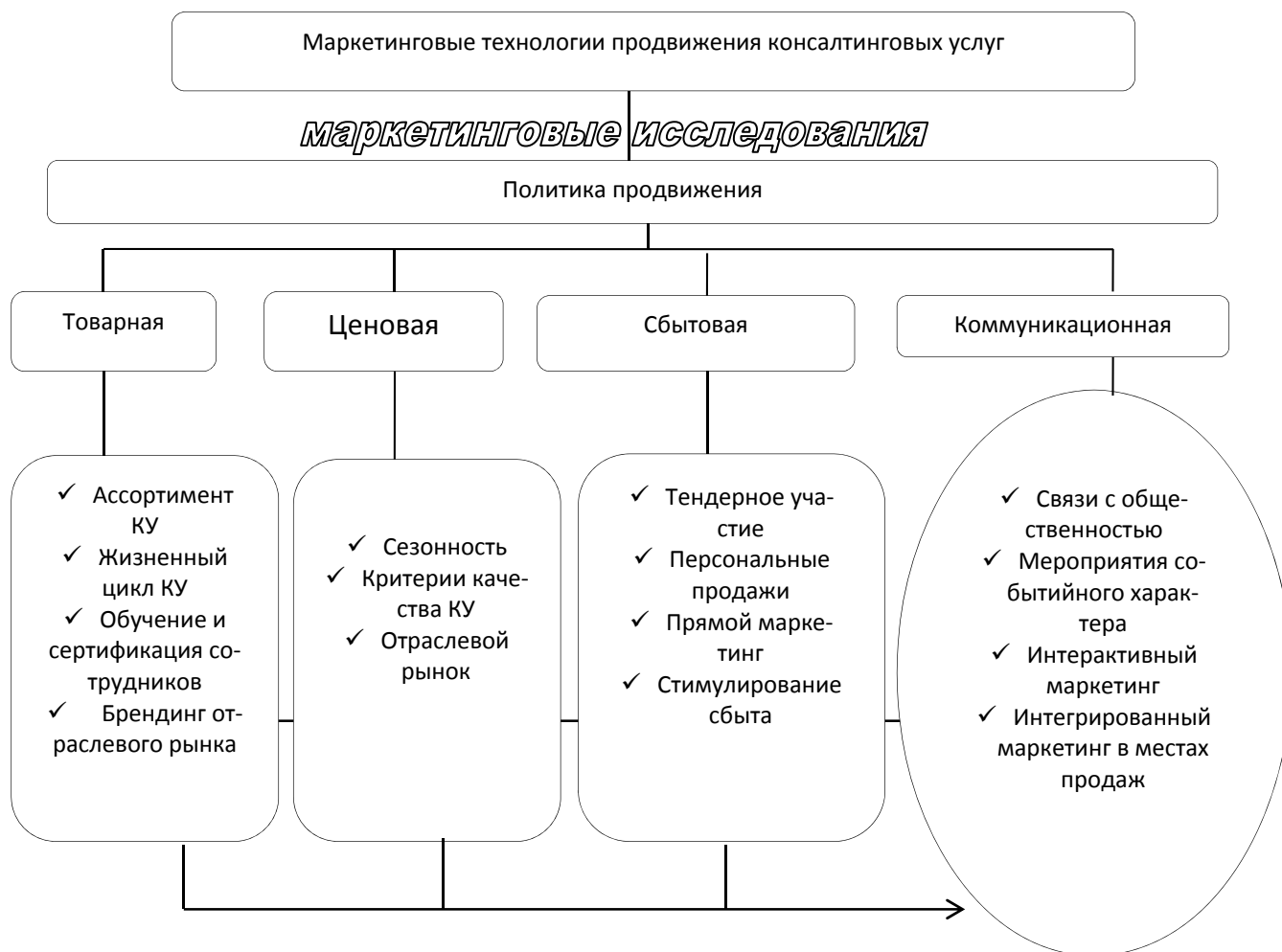


Рисунок 1 – Маркетинговые технологии продвижения консалтинговых услуг на отраслевой рынок

Сбытовая политика охватывает межличностные коммуникации. В процессе формирования мотивации и обучения персонала, а также контроля результатов применения той или иной маркетинговой технологии осуществляются межличностные коммуникации (например, в процессе личных продаж).

Коммуникационные связи с потребителями, посредниками и другими субъектами процесса маркетинговых коммуникаций нацелены на поиск идей, проверку концепций и внедрение новых услуг на отраслевой рынок, обеспечение коммерческого успеха товара. Основными составляющими товарной политики в консалтинге являются ассортимент услуг, жизненный цикл товара и обучение и сертификация сотрудников (поскольку это основные инвестиции в данной сфере). В задачи товарной политики входит поиск приемлемых рыночных ниш, обеспечение конкурентоспособности услуги.

Маркетинговые технологии продвижения консалтинговых услуг в рамках товарной, ценовой и коммуникационной политик продвижения направлены на продажу и реализацию коммерческого предложения.

Литература:

1. Jan-Daniel Laufhütte, Marketing of Consulting Services – Marketing methods used by Management Consultancies to market their services and position themselves in the market – Dissertation submitted in part fulfilment of the Degree of Bachelor of Arts (Honours) in Business Administration London South Bank University, 5 May. 2004.

2. *Синяева И.М.* Маркетинг в сфере коммерческих услуг: учебник /под редакцией Л.П. Дашкова) / Романенкова О.Н., Синяев В.В.// 2013.

3. *Зимин В.* (генеральный директор экспертно-аналитической и информационно-рейтинговой компании «ЮНИПРАВЭКС») / Журнал «Промышленный маркетинг»/ 2012, № 1 (январь – февраль), с. 36.

ВЛИЯНИЕ КОНСЮМЕРИЗМА НА МАРКЕТИНГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

*Панюкова В.В., к.э.н., доцент
кафедры «Маркетинг и логистика»
Финансового университета*

Аннотация: В статье проанализировано влияние консюмеризма на развитие деятельности торговых организаций в условиях неустойчивости. Доказан тезис, что для повышения качества торгового обслуживания необходимо усиление применения программно – целевого регулирования при защите прав потребителей.

Ключевые слова: торговая отрасль, розничная торговля, сетевая торговля, качество товаров, государственное регулирование

Abstract: In the article the author analyzes the influence of consumerism to the development of activity of trade organizations in the conditions of instability. The author proves the thesis that for improvement of the quality of trade services is necessary to use the program – target regulation in protecting the rights of consumers.

Keywords: trade industry, retail trade, net trade, the quality of products, government regulation

Термин «консюмеризм» традиционно рассматривается в двух значениях:

- общественное движение, направленное на обеспечение прав потребителей;
- «культ потребления».

В первом значении термин применяется в юридической и научной литературе, во втором – в периодических изданиях, а также используется в бытовой речи.

В рамках данного доклада термин будет использоваться в первом значении. Впервые в научный оборот термин «консюмеризм» вошел за рубежом в 1960 г. В это время сформировалось организованное движение по защите прав потребителей, деятельность которого было направлено на расширение прав потребителей и повышение степени их воздействия на продавцов и потребителей.

Влияние консюмеризма на маркетинг достаточно точно отражают тезисы работ П. Друкера (1973 г.):

- «консюмеризм – это позор маркетинга»;
- «консюмеризм открывает новые возможности для маркетинга, заставляет компании в своих действиях и заявлениях ориентироваться на потребности рынка».

Анализ истории развития законодательства в сфере защиты прав потребителей в России и за рубежом и развития движения консюмеризма демонстрирует, что отношения в данной сфере многообразны и их рассмотрение должно носить системный характер (рисунок 1).

Консюмеризм как общественное движение объединяет деятельность следующих основных субъектов:

- органы государственной власти, осуществляющие государственное регулирование вопросов защиты прав потребителей;
- общественные организации, ориентированные на защиту прав потребителей;
- хозяйствующие субъекты, осуществляющие реализацию принципов конкуренции и саморегулирования в интересах потребителей.

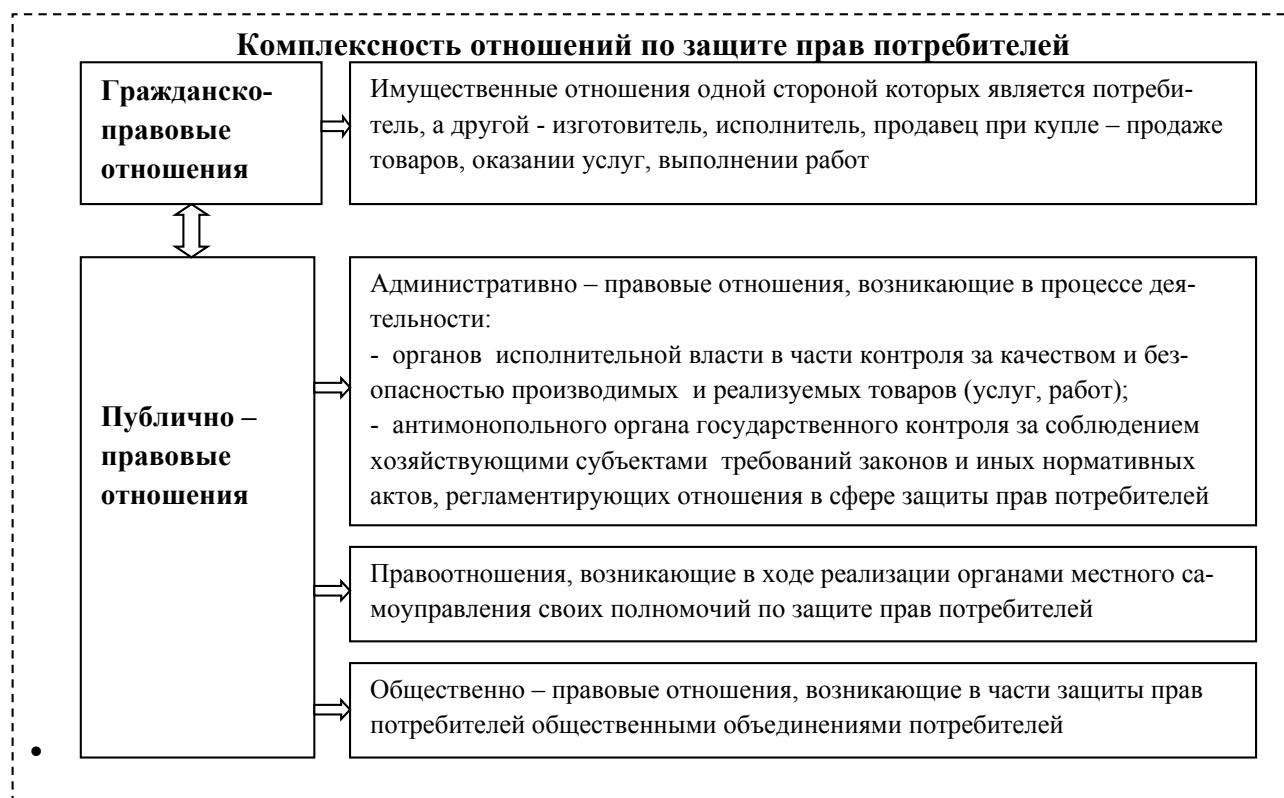


Рисунок 1 – Правоотношения, возникающие в процессе реализации законодательства о защите прав потребителей

В России за последние 20 лет постепенно на российском рынке развивалась инфраструктура защиты прав потребителей. Однако наиболее глобальные изменения произошли за последние пять лет. Существенные изменения произошли в 2011 году, после внесения изменений в «Закон о защите прав потребителей». Внесенные изменения позволили ликвидировать ряд юридических коллизий связанных с дублированием функций различных органов исполнительной власти. В настоящее время контрольные функции в сфере защиты прав потребителей возложены на Федеральную службу по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор).

На совершенствование механизма защиты прав потребителей оказывает непосредственное влияние изменения во внешней среде, в частности развитие информационного общества, что способствовало появлению новых форм коммуникации потребителей с органами власти в части защиты прав и свобод потребителей. С 2012 года введен в действие новый канал коммуникации представителей органов исполнительной власти с потребителями, так прием жалоб потребителей теперь также осуществляется через многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг.

В 2014 году Роспотребнадзор установил максимальное число нарушений по показателю ненадлежащее качество товаров иностранного происхождения по следующим группам: мебель – 33 процента от количества отобранных образцов (проб); швейные изделия – около 28 процентов; телевизоры – 11 процентов¹ (более подробная информация представлена на рисунке), так и уровня торгового обслуживания, так и существенному снижению эффективности работы торговых организаций (рисунок 2).

¹ По данным, представленным на официальном сайте Росстата

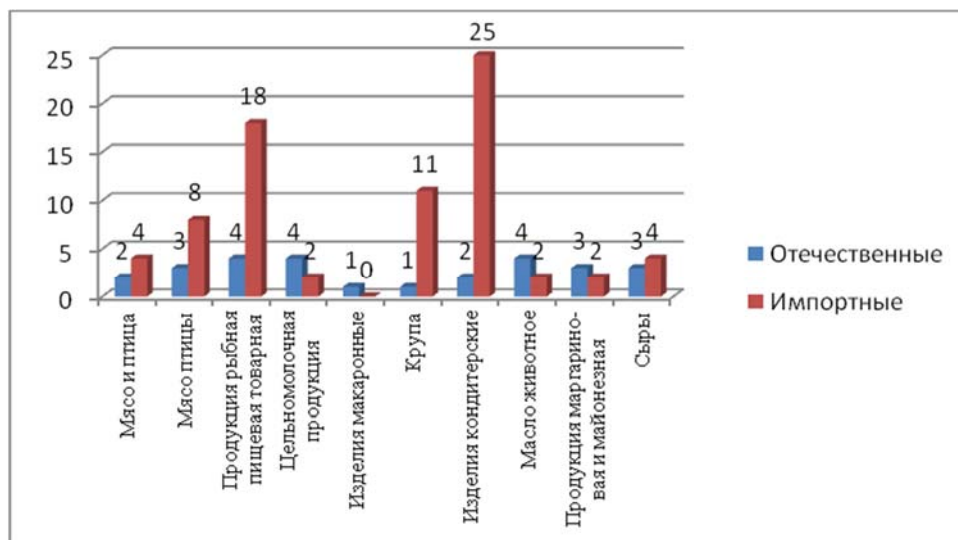


Рисунок 2 – Качество отечественных и импортных продовольственных товаров, поступивших на потребительский рынок, в процентах от количества отобранных образцов (проб) товаров по каждой товарной группе
 Источник: построено автором на основе данных Росстата

Представленные выше цифры красноречиво свидетельствуют о необходимости контроля и регулирования отношений в части качества товаров, поступающих в розничную сеть, ведь качество потребительских товаров непосредственно влияет на жизнь и здоровье населения, а государственные органы власти и контролирующие органы должны брать на себя функции по обеспечению безопасности, в первую очередь, на продовольственном рынке.

Значительную роль в разработке мероприятий по повышению качества товаров, поступающих в розничную сеть может сыграть совершенствование мероприятий по защите прав потребителей. По мнению автора, по своему содержанию и назначению программные документы в сфере защиты прав потребителей следует рассматривать как установочные документы в части построения системы общественных отношений в области защиты прав потребителей. Резолюцией, принятой 2-м съездом Объединения потребителей России 22 мая 2013 года предусмотрено «осуществление действенных мер по активизации разработки и принятия программ по защите потребителей в масштабе страны». Одним из результатов реализации деятельности Роспотребнадзора в 2014 должна также стать «подготовка предложений по обес-

печению программного метода осуществления защиты прав потребителей на региональном уровне»¹.

В настоящее время вопросы защиты прав потребителей включены как в различные отраслевые программные документы, регулирующие общественные и, в первую очередь, социально – экономические отношения на потребительском рынке, так и в специальные целевые программные документы, посвященные только вопросам защиты прав потребителей.

В современных условиях хозяйственной деятельности особую роль в реализации полномочий органов исполнительной власти в сфере защиты прав потребителей играет применение программно – целевого метода в процессе реализации стратегических направлений деятельности, причем ежегодно их значимость в осуществлении государственной политики в сфере обеспечения защиты прав потребителей будет усиливаться.

Анализ действующих региональных программных документов показывает, что значительное внимание вопросам защиты прав потребителей уделяется в следующих документах:

- региональных стратегиях, концепциях, программах развития потребительского рынка;
- - региональных программах развития торговли;
- - целевых программах развития малого и среднего предпринимательства;
- - целевых региональных стратегиях и программах по защите прав потребителей.

Анализ существующих региональных программ в сфере защиты прав потребителей, показывает, что в отдельных субъектах Российской Федерации уже утверждены и реализуются целевые программы и стратегии обеспечения прав потребителей (таблица 1).

¹ Приказ Роспотребнадзора от 23.10.2013 № 781 «Об утверждении основных направлений деятельности Роспотребнадзора, его органов и организаций на 2014 год».

Таблица 1 – Характеристика целей программных документов в сфере защиты прав потребителей

Наименование программного документа	Цель программы
Стратегия развития региональной системы защиты прав потребителей в Белгородской области на 2011–2020 годы ¹	совершенствование региональной системы защиты прав потребителей и ее интеграция в различные сферы потребительского рынка, а также повышение способности потребителей быстро и эффективно самостоятельно решать возникающие проблемы с минимальным применением административного и судебного вмешательства
Ведомственная целевая программа «Защита прав потребителей в Воронежской области на 2012–2014 годы» ²	создание условий для эффективной и доступной защиты прав потребителей в Воронежской области, установленных законодательством Российской Федерации
Республиканская программа «Защита прав потребителей в Кабардино-Балкарской Республике» на 2011–2015 годы ³	предотвращение нарушений прав потребителей; создание эффективной системы защиты установленных законодательством Российской Федерации прав потребителей; обеспечение равных условий для их реализации каждым гражданином
Областная программа «Качество, безопасность, конкурентоспособность и защита прав потребителей на территории Костромской области на 2010–2014 годы» ⁴	Создание на территории Костромской области благоприятного климата для повышения качества, безопасности и конкурентоспособности продукции и услуг, а также защиты прав потребителей
Долгосрочная целевая программа «Развитие комплексной системы защиты прав потребителей в Республике Татарстан на 2013–2015 годы» ⁵	создание в Республике Татарстан условий для эффективной защиты установленных законодательством Российской Федерации прав потребителей; развитие потребительского рынка товаров, работ и услуг
Долгосрочная целевая программа «Развитие системы защиты прав потребителей в Ленинградской области на 2012–2014 годы» ⁶	создание необходимых условий для максимальной реализации потребителями Ленинградской области своих законных прав и интересов
Областная программа «Комплексная система обеспечения защиты прав потребителей Саратовской области» на 2013-2015 годы ⁷	становление эффективной и доступной системы по защите прав потребителей на территории Саратовской области, а также защита потребительского рынка области от проникновения некачественной продукции (работ, услуг)

¹ Утв. Постановлением правительства Белгородской области от «11» января 2011 года № 2-пп.

² Утв. Приказ департамента по развитию предпринимательства и потребительского рынка Воронежской области от 30 августа 2011 года № 109.

³ Утв. Постановлением Правительства Кабардино-Балкарской Республики от 1 июня 2011 г. №158-ПП.

⁴ Утв. Постановлением администрации Костромской области от «26» апреля 2010 г. № 133-а.

⁵ Утв. Постановлением Кабинета Министров Республики Татарстан № 814 от 29.09.2012.

⁶ Утв. Постановлением Правительства Ленинградской области от 13.09.2012 № 286.

⁷ Утв. Постановлением Правительства области от 13 февраля 2013 года № 60-П.

Следует отметить, что в программные документы по защите прав потребителей разработчики включают, прежде всего, вопросы защиты прав потребителей в сфере розничной торговли, игнорируя тот факт, что значительное число споров в сфере защиты прав потребителей касаются нарушений на рынке работ и услуг, в первую очередь, в финансовой сфере. Такой подход обусловлен тем, что заказчиками и разработчиками указанных программных документов являются региональные органы исполнительной власти, ответственные за развитие потребительского рынка, в компетенцию которых не входит регулирование финансовых отношений.

Подготовленные в отсутствие единой методики Региональные программы по защите прав потребителей существенно различаются между собой по целям, задачам и содержанию. В большинстве субъектов Российской Федерации такие программы отсутствуют.

Исследование показывает, что представители органов исполнительной власти далеко не всегда осознают важность и целесообразность принятия специальных региональных программ в сфере защиты прав потребителей.

Для активизации работ по разработке и утверждению региональных программ в области защиты прав потребителей рекомендуется принять «Методические рекомендации по разработке региональных программ по защите прав потребителей» в целях унификации подходов к разработке региональных программ по защите прав потребителей на территории Российской Федерации.

Региональные программы в сфере защиты прав потребителей являются составной частью социально-экономической политики страны и способствуют:

- проведению согласованной политики на потребительском рынке;
- созданию условий для экономического развития местных товаропроизводителей, торговых и финансовых организаций, в том числе за счет выпуска и продажи качественной и конкурентоспособной продукции, оказания современных услуг;
- формированию общественного мнения о широких возможностях населения по защите своих прав.

Проведение мероприятий по разработке региональных программ по защите прав потребителей позволит в 2015–2016 гг. усовершенствовать систему торгового обслуживания.

Литература:

1. *Грибанов Д.В.* Стратегии и программы как специфические правовые документы в сфере инновационного развития// Российская юстиция, 2011, № 11, с. 2–6.
2. *Панюкова В.В.* Анализ состояния и основных направлений развития региональной торговли России// Региональная экономика: теория и практика, 2012, № 41, с. 46–53.
3. S. Lebersorger, F. Schneider Food loss rates at the food retail, influencing factors and reasons as a basis for waste prevention measures. Original Research Article. Waste Management, Volume 34, Issue 11, November 2014, Pages 1911–1919.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

*Рожков И.В., к.э.н., доц.
кафедры «Маркетинг и логистика»
Финансового университета,
член Гильдии маркетологов*

Аннотация: в статье предпринята попытка систематизировать совокупность технологий интернет-маркетинга, применяемых в финансовой сфере. Выявлены основные задачи, стоящие перед российской финансовой отраслью, по применению интернет-маркетинга. Определены основные технологии интернет-маркетинга, применяемыми российскими банками и примеры их успешной реализации на практике. Выявлены наиболее успешные российские банки с точки зрения эффективности продвижения в Сети.

Ключевые слова: интернет-банкинг, поисковое продвижение и оптимизация (SEO), маркетинг в социальных сетях (SMM), мобильные приложения, мобильный банкинг, геймификация.

Abstract: The author makes an attempt to systematize the types of Internet marketing technologies used in the financial sector. In the article the basic technology of Internet marketing, applied by Russian banks, are analyzed. The author gives the examples of the successful implementation of Internet – technologies.

Keywords: Internet banking, search promotion and optimization (SEO), Social Media Marketing (SMM), mobile applications, mobile banking, gamification.

Главными задачами, решаемыми российскими банками в настоящее время, являются поиск новых высокоэффективных инструментов взаимодействия с потребителями, диверсификация банковских продуктов и исследование новых путей их сбыта, укрепление имиджа банков, позиционирование бренда финансовых организаций на фоне возрастающей конкуренции за клиентов. Решение большинства перечисленных задач можно найти в сфере интернет-технологий [5].

Так, проблемы высоких затрат на сбор информации о клиентах могут быть решены с помощью интернет-статистики, CRM-систем и мобильных приложений банков [3,4]. Интернет позволяет банку организовать постоянно действующее виртуальное представительство (веб-сайт или WAP-сайт), которое будет оперативно обеспечивать информацией клиентов. В результате произойдет уменьшение нагрузки

на персонал банка, соответственно нагрузка телефонных линий будет снижена и как следствие, время сотрудников будет использовано более рациональным путем, что позволит также сократить расходы. Проникновение интернет-технологий в банковскую сферу может не только давать преимущества по транзакционным издержкам. Интернет позволяет банкам создавать новые финансовые услуги, доступ к которым не ограничен временем и местом, вследствие чего диверсифицируется продуктовая политика финансовой организации, создаются и охватываются новые рыночные ниши.

Банковский бизнес в настоящее время использует цифровые каналы во всем мире все чаще. Все начиналось с онлайн-банкинга, в настоящее же время обороты набирает мобильный банкинг. Применение интернет-маркетинга в развивающихся и развитых странах немного отличаются в связи с низким уровнем использования Интернета и медленной скорости доступа к нему. Однако общая тенденция к более широкому использованию цифровых каналов для банков положительна. Не исключением является и Россия.

По мнению экспертов, Интернет является одним из наиболее перспективных каналов коммуникации финансовых организаций с потребителями. Так, Инесса Ишунькина – руководитель отдела Интернет-проектов компании TNS Россия – утверждает, что если раньше считалось, что пользователи Интернета в России – это граждане с доходом выше среднего, то сейчас Сеть охватывает все более широкие слои населения. В последнее время Интернет по количеству пользователей опережает телевидение. При этом лидерами по посещаемости являются социальные сети. Россияне проводят в них в среднем по 37 минут в день [9].

Интернет-маркетинг российских банков претерпел значительные изменения за последние 10 лет. Если ранее маркетинг и интернет-технологии зачастую действовали автономно и параллельно, то сейчас синтез этих двух областей в результате дает довольно продуктивный и эффективный инструмент, помогающий привлечь целевую аудиторию, качественно проинформировать о продукте и укрепить бренд банка. Во многих отечественных банках стали возникать и активно развиваться отдельные функциональные подразделения, отвечающие за интернет-маркетинг и коммуникации с потребителями в социальных сетях.

В результате, за последнее время российские банки начали относиться к интернет-инструментам более зрело. К примеру, перед практиками ранее мог вставать тривиальный вопрос: делать мобильную версию сайта или нет? Сейчас вопросы более комплексны: какой продукт или услугу стоит предложить на мобильной версии сайта, как улучшить функционал системы интернет-банкинга, как привлекать лидов на сайт финансовой организации и пр. Определенно, предлагать оформить ипотечный кредит через мобильную версию не имеет смысла, а вот оплатить счет телефона или перевести деньги со счета на счет будут хорошими идеями.

Можно выделить наиболее эффективные и наиболее часто используемые на российском рынке инструменты интернет-маркетинга, использование которых в 2014 году в российской банковской сфере стало все более интенсивным (рисунок 1): веб-сайт (системы интернет-банкинга); поисковое продвижение и оптимизация (SEO); маркетинг в социальных сетях (SMM); мобильные приложения; геймификация. Рассмотрим некоторые направления развития перечисленных инструментов интернет-маркетинга в отечественной банковской сфере за 2014 г.

Веб-сайт (системы интернет-банкинга). Веб-сайт банка – это его лицо. Заходя на страницу банка, клиент (потенциальный или уже действующий) обращает внимание на множество деталей: интуитивно понятный интерфейс, приветливый дизайн, количество предлагаемых услуг, разнообразие контента и его уместность. Совершенно очевидно, что именно веб-сайт формирует первое мнение о бренде банка. И здесь юзабилити, навигация и дизайн сайта могут играть гораздо более значимую роль, чем в других видах бизнеса. Получив негативный опыт в проведении транзакции через веб-сайт банка, потребитель может перенести свое впечатление на бренд всей финансовой организации и уйти к конкуренту.

Одним из направлений развития технологий интернет-маркетинга банков является совершенствование веб-сайта на основе систем интернет-банкинга. Можно с уверенностью сказать, что новый функционал интернет-банков уже на горизонте: интеграция с социальными медиа, распознавание речи, биометрическая безопасность и многое другое. Главное – это грамотно и эффективно использовать совершенствующиеся интернет-технологии и хорошо себя зарекомендовавшие маркетинговые инструменты. Согласно результатам Internet Banking

Rank 2014 – ежегодного исследования эффективности сервисов интернет-банкинга физических лиц, проводимого аналитическим агентством Markswebb Rank & Report [6], лучшим интернет-банком в 2014 г. стал интернет-банк ТКС Банка¹, набравший 76 баллов из 100 возможных в общем рейтинге эффективности. Однако по количеству пользователей по-прежнему с существенным отрывом от конкурентов лидирует Сбербанк Онлайн – им пользуются 3 из 4 пользователей интернет-банкинга в нашей стране (рисунок 1).

9 из 10 пользователей интернет-банкинга в России пользуются одной из этих пяти систем

Интернет-банк	%
Сбербанк России	73,6%
Альфа-Банк	15,0%
ВТБ24	14,1%
Русский Стандарт	7,8%
ТКС Банк	5,6%
Связной Банк	4,2%
ХоумКредит Банк	4,1%
Райффайзенбанк	4,1%
Промсвязьбанк	3,0%
Банк Уралсиб	2,8%

Рисунок 1 – Топ-10 наиболее популярных интернет банков по доле пользователей интернет-банкинга

Основным полем для конкуренции банков в сфере разработки систем интернет-банкинга за текущий период стало совершенствование их функциональной и технологической составляющей. Большинство из представленных на рисунке 1 российских банков в течение предыдущего года занимались обновлением технологических платформ, дизайна, добавлением новых функций (например, составлению и контролю личного бюджета) и т.д. (рисунок 2) [12].

Сбербанк Онлайн имеет довольно простой интерфейс и демократичный дизайн, строго соответствует политике бренда, выполнен в корпоративной цветовой гамме. В отличие от Сбербанка Онлайн, ин-

¹ Сокр. от Тинькофф Кредитные Системы.

тернет страница банка Тинькофф Кредитные Системы имеет более современный дизайн, рассчитанный на более молодую аудиторию, а также имеет описания продукта и нацелен не только на предоставление удобного пребывания существующих клиентов, но и на привлечение новых – сайт имеет описание основных продуктов и услуг прямо над окном авторизации.

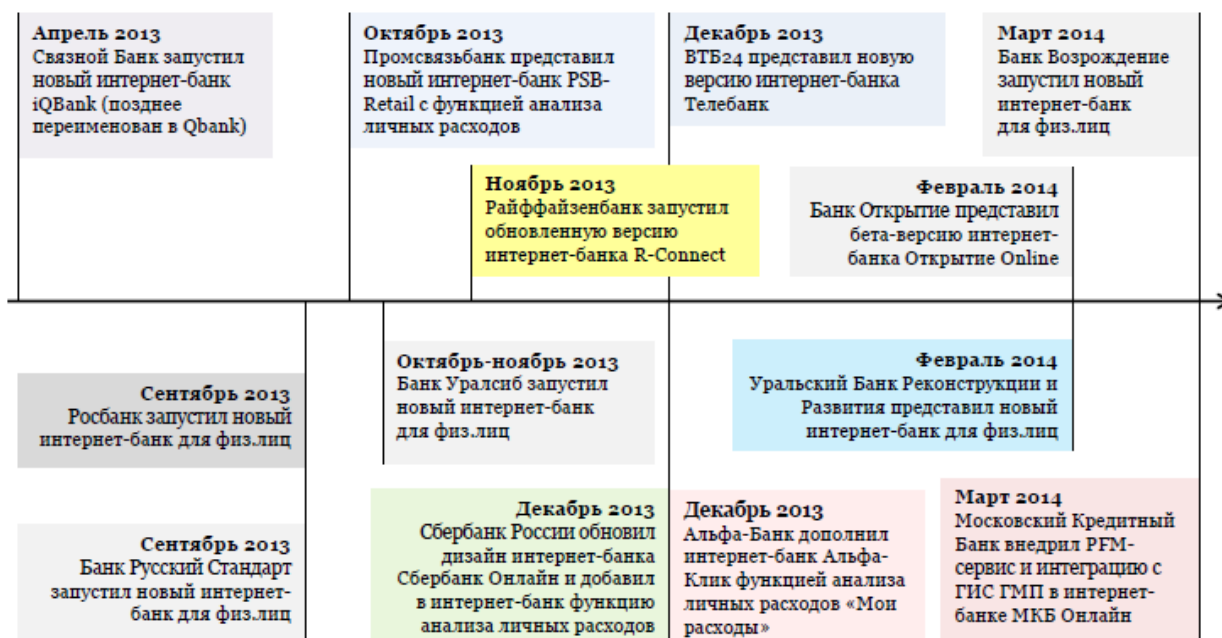


Рисунок 2 – Наиболее значимые изменения в российском интернет-банкинге за год

Количественное превосходство по числу пользователей может уступить натиску качественных характеристик систем интернет-маркетинга новых игроков рынка. Таким образом, можно сделать вывод о постоянном совершенствовании систем интернет-банкинга, которым ознаменовался 2014 г. и который сохранится в будущем.

Поисковое продвижение и оптимизация под поисковые системы. Сайт банка и его система интернет-банкинга могут быть великолепными, но если у него не будет качественно проработанной SEO-стратегии, деньги будут выброшены на ветер. SEO¹ оптимизирует веб-сайт таким образом, чтоб он отображался в первой десятке после ввода

¹ Поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO) – комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта.

ключевой фразы. Тем самым SEO помогает построить бренд и узнаваемость банка. По статистике только 10–20% пользователей заходят на вторую страницу поиска, поэтому очень важно добавлять или изменять контент и HTML-код страниц, чтобы поисковые системы индексировали сайт и располагали его как можно выше к началу списка поисковой выдачи.

Представляет интерес исследование, опубликованное компанией Яндекс в октябре 2014 г [14]. В нем были изучены три группы российских городов: с населением более 1 млн человек (миллионники), от 100 тыс. до 1 млн, менее 100 тыс. человек (маленькие города). Отдельно аналитики крупнейшей российской поисковой системы рассмотрели столицы – Москву и Санкт-Петербург. Основные данные получены от поиска Яндекса и охватывают период с сентября 2013 по май 2014 года. Из полученных данных видно, что одной из наиболее популярных тем запросов пользователей сети в столицах и крупных городах стали банки и их финансовые продукты (рисунок 3).

При этом в регионах России наблюдается иная картина – наибольшее внимание интернет-аудитории обращено на городские сайты, развлечения и всё, что связано с образованием. Таким образом, аудитория пользователей сети проявляет интерес к банковской сфере преимущественно в крупных городах, что может быть связано с уровнем жизни и платежеспособности проживающего там населения. В связи с чем, SEO остается важным приоритетом в маркетинговой деятельности отечественных финансовых организаций. Следовательно, в ближайшем будущем, в борьбе за потребителей финансовым организациям придется усиливать свое присутствие на региональных интернет-площадках.



Рисунок 3 – Популярность поисковых запросов в Яндексе по индексу интереса за 2014 г.

Показательны результаты рейтинга, проводимого журналом для инвесторов «Биржевой лидер». Он основан на двух объективных критериях в поисковой системе Яндекс:

- оценка частотности слов для Яндекс.Директа за месяц, рассчитанная с помощью сервиса wordstat.yandex.ru;
- количество упоминаний за тот же период о банке в интернет-СМИ и электронных информационных агентствах, рассчитанное при помощи агрегатора Яндекс.Новости (news.yandex.ru).

Так в середине 2014 г. в число лидеров по продвижению в поисковых системах вошли следующие банки [13]:

1. *Сбербанк*, который за длительное время плодотворной деятельности смог доказать свою надежность и оперативность, качество и профессионализм. Он имеет разветвленную сеть представительств, что дает возможность клиентам обслуживаться практически в любом уголке страны.

2. *Альфа-Банк*, который действует на рынке РФ с 1990 года и сегодня является универсальным финансово-кредитным учреждением, осуществляющим наиболее важные банковские операции.

3. *Банк Москвы*, который входит в список крупнейших учреждений финансового рынка в стране, и контролирует более 300 представительств. Банк Москвы предоставляет обширный перечень услуг для юридических и для физических лиц.

Маркетинг в социальных сетях (SMM). Реализация SMM¹ осуществляется через создание групп в соцсетях, куда входят клиенты, которые уже пользуются продукцией финансовой организации или могут ей заинтересоваться. Интерес людей к продукту, услуге и тому, что происходит в группе (то, что называется «вовлеченность»), – это основной связующий элемент группы в социальных медиа. То есть на корпоративный сайт может зайти кто угодно, а вот в группах преимущественно находится целевая, и что немаловажно – лояльная, аудитория финансовой организации. Чтобы поддерживать бренд банка в социальных медиа нужны большие усилия: постоянная поддержка сообществ, быстрый отклик на вопросы или комментарии потребителей, открытость сообщества и модераторов и фильтрация сообщений от спама [2].

Больше всего времени люди проводят в Интернете, общаясь со своими друзьями в социальных сетях. Значит, этот ресурс можно использовать для продвижения банковских услуг. «Имидж банка сейчас во многом определяется в социальных сетях», – говорит Павел Буриан, креативный директор MOSAIC. – «И здесь главная задача – оперативно отвечать на вопросы клиентов». Банки, как и многие другие компании, в последнее время ведут активную работу в социальных сетях [9].

Примером удачного SMM в банковской сфере является акция Нордеа банка. Любой участник проекта «Одноклассники» с недавних

¹ Social media marketing (SMM) – процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы.

пор может с помощью теста выяснить, какому литературному персонажу соответствует его любовный темперамент. Женские персонажи: Кармен, Клеопатра, Джульетта или Снежная Королева. Мужчины могут стать Ромео, Отелло, Казановой или Онегиным.

Тест пользуется популярностью. Его прошли около 3,3 млн человек. Этот тест разработал и запустил в «Одноклассниках» Нордеа банк, который осенью провел имиджевую рекламную кампанию под слоганом «Потому что любим. Потому что Нордеа». Тест – часть этой кампании. Сейчас, по данным самого банка, из ста потенциальных клиентов бренд «Нордеа» знают лишь 10 человек. А после проведения акции в «Одноклассниках» в банке надеются увеличить узнаваемость как минимум вдвое [16].

В таблице 1 представлены результаты ранжирования российских банков по количеству подписчиков в наиболее популярных социальных сетях. Из табл. видно, что и в социальных сетях также лидирует Сбербанк, благодаря большому количеству клиентов. Другие банки отстают от него на порядок. Практически все исследованные в табл. банки представлены во всех четырех социальных сетях. Наиболее популярной соцсетью в продвижении банков является Вконтакте.

Таблица 1 – Топ 15 банков по количеству подписчиков в социальных сетях в 2014 г. [8]

Банк	Вконтакте	Facebook	Twitter	Одноклассники
	Число подписчиков			
Сбербанк	1 389 543	294 729	232 501	1 071 034
ЮниКредит	167 778	26 597	1543	0
УБРИР	161 408	2 432	1 641	1 986
ВТБ	0	151 870	15 887	0
Траст	53 373	76 735	21 212	32 081
Связной банк	50 825	17 225	7 866	0
ТКС	33 017	18 648	18 184	0
Промсвязьбанк	12 972	31 714	5 016	0
Банк24.ру	13 748	17 955	27 324	0
Альфа-банк	25 924	10 245	21 218	15 696
Русский Стандарт	25 368	3 682	2 675	12 460
ВТБ24	2 228	24 183	8 435	0
Хоум кредит	23 875	2 662	4 323	14 066
Банк С.-Петербург	21 945	2 959	1 627	5 136
ОТП Банк	18 579	856	1 787	0

Мобильные приложения. Мобильные каналы, стали одним из основных трендов развития маркетинга в банковской сфере в 2014 году. Мобильные приложения в настоящее время являются инструментом, удержания потребителей, а также облегчения взаимодействия с ними. Современные потребители больше ориентированы на мгновенный доступ к услугам банка, а, следовательно, предпочитают проводить операции через смартфон. Банки движутся вперед в их эволюции цифровых каналов, но это медленный и иногда запутанный процесс. Это не удивительно, что банки не считаются новаторами: это сложно, дорого, и рискованно. Тинькофф Кредитные Системы имеет приложения, пожалуй, для всех видов смартфонов: iPhone, Android, Windows Phone, BlackBerry, а также планшетов на Windows 8 и iPad.

По результатам Mobile Banking Rank 2014 – исследования эффективности сервисов мобильного банкинга физических лиц, проводимого аналитическим агентством Marksw Webb Rank & Report, лучшие мобильные приложения банков в 2014 г. проранжированы следующим образом (таблица 2).

Таблица 2 – Топ 5 приложений банков для мобильных устройств в 2014 г.¹

Банк	Позиция в рейтинге Mobile Banking Rank 2014		
	iPhone	Android	Windows Phone
ТКС Банк	1	1	1
Альфа банк	2	2	-
Московский Индустриальный Банк	3	4	2
Банк Санкт-Петербург	4-5	5	-
ФК Открытие (Номос-Банк)	4-5	3	-

Проанализировав явного лидера среди банковских приложения – ТКС, можно сделать вывод, что для успеха в данной сфере в приложении должен быть простой и удобный интерфейс, но в то же время максимальный функционал. В приложении ТКС банка можно получать полную информацию по счетам и картам, просматривать историю операций и транзакций, узнать реквизиты для пополнения счета и карты, совершать платежи и переводы в другой банк (по шаблонам, созданным в Интернет-банке), найти ближайшие точки пополнения и оплаты и многое другое.

¹ <http://marksw Webb.ru/e-finance/mobile-banking-rank-2014/>

По словам вице-президент Банка Москвы Максима Патрина, мобильный Интернет становится более популярным, чем стационарный, а если рассматривать такой показатель, как количество входов, то он уже занимает первое место. В 2015–2016 годы мобильный Интернет также может занять первое место и по длительности времени, проводимого клиентом в Интернете. Согласно исследованиям «Интерфакс», через интернет-банк сейчас проводится больше операций, чем через мобильный банк. Однако уже в 2015 году мобильный банк станет самым популярным каналом общения банка с клиентом, даже более популярным, чем колл-центр и отделения. Розницу без мобильного банка можно закрывать уже сейчас. Через несколько лет при отсутствии мобильного банка можно будет закрывать и корпоративный банковский бизнес [15].

Мобильный банк является достаточно дорогим каналом взаимодействия с клиентом. Конечно не таким дорогим, как сеть отделений, однако его развитие требует значительных инвестиций. Также иногда возникают дополнительные расходы, с которыми банки вынуждены так или иначе справляться. Например, когда выросли цены на смс-сообщения, банки стали переходить от смс к новым каналам информирования, а также оптимизировали свой рекламный трафик и рассылки. Что касается общих трендов в мобильном банкинге, то в последнее время безопасность становится важнее функциональности, а может быть, и важнее удобства.

Геймификация. Геймификация – явление в маркетинге самого последнего времени. Суть его заключается в формировании вовлеченности и лояльности у клиентов на основе игровых методик, когда бренд осуществляет взаимодействие со своей целевой аудиторией в формате игры. Такое понимание взаимодействия с потребителями хорошо встраивается в современную концепцию маркетинга – «Маркетинг 3.0», авторство которой принадлежит Филипу Котлеру. Современным маркетологам необходимо апеллировать к чувствам, разуму и душе каждого потребителя [1]. Очевидно, что в игровой форме достичь этого значительно проще.

Термин «геймификация» часто применяют к отраслям, которые не имеют отношения к игровой индустрии. Так, в качестве удачной реализации геймификационных механизмов приводят примеры Foursquare, Nike Plus, Xbox Live и др. Наиболее универсальной плат-

формой реализации этого маркетингового инструмента является Интернет и социальные сети. В российской практике геймификация только начинает завоевывать популярность. Одним из наиболее известных ее примеров является стартап «Пряники», который использует игровые механики в различных бизнес-процессах, например, в управлении персоналом.

Однако широкое распространение использования геймификации в России пока происходит не во всех отраслях, например, в российской банковской практике пока нет таких примеров, считает директор направления дистанционного банкинга «iBankingТехносерв консалтинг» Станислав Мартынов [10]. Связано это не только с консервативностью отрасли, но и с тем, что рынок финансовых услуг не насыщен и базовые банковские сервисы все еще работают на привлечение клиента, уверен он. На западных рынках ситуация похожая. Из 160 опрошенных по всему миру банков только 9% используют некоторые формы геймификации. Однако в ближайшие два года 35% банков планируют использовать эту технологию.

Это связано с тем, что в интернет-банкинге геймификация имеет широкое применение: в процессе игры можно быстрее обучить пользователя даже сложным операциям и создать у него привычку пользоваться мобильным или интернет-банком (т.е. лояльность к конкретному бренду). Даже далекий от мира финансов и современных технологий человек с помощью игровых технологий быстро освоит управление системой и оценит ее удобство. Да и переманить такого клиента конкуренту окажется намного сложнее, чем первоначально вовлечь его в игру.

Подтверждением этого служит следующий пример. Осенью прошлого года банк «Уралсиб» совместно с компанией Gameland в сети V Kontakte.ru запустили игру «Счастливый фермер». «В своих маркетинговых решениях мы стремимся быть инновационными, не боимся использовать новые, нестандартные каналы коммуникации, позволяющие сделать бренд естественной составляющей «ежедневного круга общения» целевой аудитории. Во многом благодаря такому подходу Уралсиб сумел стать одним из самых узнаваемых банковских брендов», – говорит Максим Савицкий, старший вице-президент, руководитель Службы маркетинговых коммуникаций и связей с общественностью банка Уралсиб. Социальные сети и социальные игры – один из самых быстроразвивающихся сегментов интернета. Полтора года

назад мы первые осуществили интерактивное присутствие в социальной сети «Одноклассники», теперь мы – «пионеры» в «Счастливом фермере» [11]. Для развития собственной виртуальной фермы игроки могли использовать виртуальные кредиты и депозиты Уралсиба. Результаты поразили самих банкиров. За два месяца они получили порядка 1,5 млн уникальных контактов с брендом, а число посетителей корпоративных сайтов «Уралсиба» выросла в разы.

Развитие рассмотренных технологий интернет-маркетинга в банковском секторе России в будущем позволит отечественным финансовым организациям повысить свою конкурентоспособность, укрепить рыночные позиции, повысить удовлетворенность потребителей, а, следовательно, – создать основу для устойчивого функционирования всей финансово-экономической системы нашей страны.

Литература:

1. Котлер Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Ф.Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван; пер. с англ. А. Заякина. М.: Альпина Бизнес Букс, 2012.

2. Рожков И.В. Совершенствование технологий маркетинговой деятельности в процессе информатизации общества. Международный научно-практический журнал «Экономика, бизнес, банки», №4, октябрь-ноябрь 2013. с. 79–91.

3. Рожков И.В. Современные подходы к маркетингу взаимоотношений и CRM-системам. Экономика и управление в машиностроении. 2014. №2. С. 63–64.

4. Рожков И.В. Реализация принципов клиентоориентированного бизнеса на основе информационных технологий. Экономика и управление в машиностроении. 2014. №5. С. 63–64.

5. Рожков И.В., Тихомиров А.О. Опыт и результаты применения технологий интернет-маркетинга в российской банковской сфере. Маркетинг в России. 2015. Справочник Гильдии Маркетологов / Под общей редакцией И.С. Березина. М.: Типография Автограф. 2015, с. 209–221.

6. Аналитическое агентство Marksw Webb [Электронный ресурс] / Internet Banking Rank 2014. Режим доступа: <http://marksw Webb.ru/e-finance/internet-banking-rank/> свободный. Загл. с экрана.

7. Аналитическое агентство Marksw Webb [Электронный ресурс] / Mobile Banking Rank 2014. Rank & Report. Режим доступа: <http://marksw Webb.ru/e-finance/mobile-banking-rank-2014/> свободный.

8. Аналитическое агентство Frank Research Group [Электронный ресурс]/Обзор представленности банков в социальных сетях. Режим доступа:

<http://www.frankrg.com/userfiles/Frank%20RG%20%20Social%20Media%20%202013-03.pdf> – свободный. Загл. с экрана.

9. Газета «Комсомольская правда» [Электронный ресурс] /Пять способов продвинуть услуги банка в Интернете. Режим доступа: <http://www.kp.ru/daily/26095.4/2994372/> свободный. Загл. с экрана.

10. Ежедневная деловая газета «Ведомости» [Электронный ресурс] / Игры всерьез. Режим доступа:

<http://www.vedomosti.ru/tech/news/33179021/igry-vserez#ixzz3NEbZYR9S> – свободный. Загл. с экрана.

11. Информационный портал AdMe. [Электронный ресурс] / «Счастливый фермер» от Уралсиба. Режим доступа:

<http://www.adme.ru/kompanii/schastlivyj-fermer-ot-uralsiba-69796-> свободный. Загл. с экрана.

12. Информационный портал banki.ru [Электронный ресурс] / Internet Banking Rank 2014. Режим доступа:

<http://www.banki.ru/news/research/?id=6473844> свободный. Загл. с экрана.

13. Интернет-журнал «Биржевой лидер» [Электронный ресурс] /Самые популярные банки России в Интернете в мае 2014г. Режим доступа: [http://www.profi-](http://www.profi-forex.org/biznes/banks/russia/entry1008214142.html)

[forex.org/biznes/banks/russia/entry1008214142.html](http://www.profi-forex.org/biznes/banks/russia/entry1008214142.html) свободный. Загл. с экрана

14. Исследование компании Яндекс [Электронный ресурс] / Поиск в разных городах России. Октябрь 2014 г. Режим доступа: http://company.yandex.ru/researches/reports/2014/ya_internet_regions_2014.xml- свободный. Загл. с экрана.

15. Портал о банковском бизнесе «bankir.ru» [Электронный ресурс] / Мобилизация и геймификация. Режим доступа:

<http://bankir.ru/novosti/s/mobilizatsiya-i-geimifikatsiya-10079814/>- свободный. Загл. с экрана.

16. Финансово-экономический журнал Forbes. [Электронный ресурс] / Зачем российские банки осваивают социальные сети. Режим доступа: <http://www.forbes.ru/node/60202> – свободный. Загл. с экрана.

МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ

*Лукьяненко Н.А., магистрант
второго года обучения,
магистерская программа
«Маркетинговые технологии»,
Финансовый университет*

Аннотация: в статье проанализированы ключевые аспекты применения мобильного маркетинга, описаны его характеристики, технологии мобильной рекламы и определена ее эффективность.

Abstract: this article describes the key aspects of mobile marketing, its characteristics, technologies of mobile advertising and its effectiveness.

Ключевые слова: мобильный маркетинг, мобильная реклама, возврат инвестиций на рекламу, интернет-маркетинг

Key words: mobile marketing, mobile advertising, return of investments, internet-marketing

Представить современный мир без Интернета и сотовой связи невозможно. Мобильный телефон прочно используется в быту современного человека: написать сообщение, посмотреть погоду, почитать новости, обновить статус в социальных сетях или послушать радио можно с помощью мобильного телефона. Это значит, что с пользователем мобильного телефона можно легко установить коммуникацию. Помня, что мобильный телефон вещь личная и пользуется ей обладатель 24 часа в сутки и 7 дней в неделю, делаем вывод, что прокоммуницировать с ним труда не составит. Соответственно, для маркетологов появляется новый канал продвижения. «Мы практически полностью ушли от мониторов ПК к мобильным гаджетам, а трафик мобильного интернета в прошлом году превзошел стационарный интернет трафик», – говорит Jeff Malmad, управляющий директор всемирно известного медийного агентства Mindshare (среди клиентов которого такие известные компании, как Ford и Nike). В 2014 году для 18 процентов пользователей мобильный интернет – основной способ выхода в

сеть, соответственно, маркетологи направили свои взгляды на мобильный маркетинг, как средство продвижения товаров и услуг.

Под термином «мобильный маркетинг» мы понимаем интерактивный маркетинговый инструмент, маркетинговые коммуникации, в реализации которых задействован мобильный телефон. Основные достоинства мобильного маркетинга – эффективность, и то, что он легко интегрируется в традиционную рекламную компанию, расширяет рекламные и медийные возможности других медиа.

Основными характеристиками мобильного маркетинга мы выделяем следующие:

- массовость (около 80% населения России имеют мобильный телефон и могут быть вовлечены в различные мобильные акции, рассылки, викторины);

- интерактивность (незамедлительная реакция пользователя на рекламу, быстрый отклик);

- персонификация (возможна длительная коммуникация с клиентом, программы лояльности);

- мультимедийность (мобильный маркетинг включает в себя разные виды мультимедиа – видео, аудио, текст, графику, анимацию);

- временной охват (взаимодействие с потребителем в любой момент).

Как мы отметили выше, мобильный маркетинг – это разнообразные маркетинговые коммуникации с использованием сотовых телефонов. То есть рекламные кампании, которые мы запускаем с помощью мобильного маркетинга могут решать маркетинговые задачи, связанные с брендом, его имиджем и позиционированием, непосредственно с продажами, стимулированием сбыта, информированием потребителей, мгновенным поощрением участников акции и так далее. Если рассмотреть мобильный маркетинг с точки зрения общепринятой концепции «4P» Филиппа Котлера, вот что мы получим:

- 1) Product – мобильные технологии наделяют продукт новыми свойствами, например, сопутствующей возможностью доступа к премиум-контенту или сервисам;

- 2) Price – мобильный маркетинг идеально подходит для программ лояльности покупателей, систем скидок и купонов;

- 3) Place – с помощью, например, SMS легко можно оповещать пользователей о ближайших точках продаж, а используя технологию LBS, «заманивать» в магазин оказавшихся рядом покупателей;

4) Promotion – на продвижение товара и/или услуги направлен целый арсенал мобильных маркетинговых коммуникаций.

Безусловно, мобильный маркетинг – в первую очередь технология, но такая, которая изменяет суть маркетинга. Она позволяет взаимодействовать с пользователем как двусторонний канал коммуникации. Пользователь может отправить смс и получить бонус или пополнение счета мобильного телефона, соответственно, пользователь вовлечен в процесс, эффективность мобильного маркетинга повышается. Эффективность мобильной рекламы, как инструмента мобильного маркетинга, который активно используется на рекламном рынке считают в 4–5 раз выше онлайн-рекламы по таким показателям, как: расположенность к бренду и знание о нем и намерение сделать покупку. Каждый маркетолог, прежде чем отдать свой рекламный бюджет, задаст вам вопрос – почему именно этот инструмент я должен выбрать? Мы ответим на вопрос, почему мобильная реклама. Во-первых, мобильная реклама дает привлечение новой мобильной аудитории на сайт, что позволяет превращать вновь полученную аудиторию в лояльную. Во-вторых, мобильная реклама – этот новый канал сбыта, возможно выйти на ту аудиторию, которая пользуется только мобильным интернетом, например, а не стационарным компьютером. В-третьих, конверсия в покупку в рамках мобильного интернета выше, чем в большом интернете. И, наконец, мобильная аудитория более платежеспособна, а в современных рекламных системах, мы сможем так настроить таргетинги, что реклама будет таргетироваться, например, владельцам дорогих айфонов и айпадов.

Мобильный маркетинг по всему миру развивается семимильными шагами. Маркетологи тестируют новые рекламные форматы, все больше осознавая роль мобильного телефона в мультимедийной стратегии продвижения, о чем свидетельствуют самые успешные западные бренды (например, McDonald's, Unilever, Target).

В этом году бренды и маркетологи, несомненно, активизировали свои усилия в мобильной рекламе. Кроме того, больше внимания уделяется rich media, планшетами, социальным медиа. Как же обстоят дела в России? Согласно исследованию рынка мобильной рекламы за второй квартал 2013 года, проведенному компанией Opera Mediaworks, Россия занимает шестое место в мире по количеству мобильных рекламных запросов и показов.

Российские специалисты, занимающиеся мобильным маркетингом сходятся во мнении, что в России это один из самых динамичных и быстроразвивающихся направлений маркетинга. Основными драйверами являются увеличение уровня проникновения смартфонов и мобильного интернета в России, а также снижение стоимости мобильных устройств и 1 Мб мобильного трафика. На сегодняшний день мобильная индустрия, мобильная реклама в частности, активно развивается и специалисты считают, что это одно из направлений, за которым будущее в рекламе и маркетинге.

Литература:

1. Борисов Б.А. Технология рекламы и PR. М.: Гранд. ФАИР-Пресс. 2001.
2. Карпова С.В. Особенности использования маркетинговых инноваций в банках /Карпова С.В., Захаров И.С. //Научные труды Вольного экономического общества России. 2013. Т. 179.
3. Лукьяненко Н.А. Эффективные инструменты современного интернет-маркетолога // Научные труды Вольного экономического общества. 2014. Том 188. С. 448.
4. Решетникова, И.И. «Экономика участия» как основа формирования репутационного капитала организации //Предпринимательство. 2010. № 1. С. 88–91.
5. Решетникова И.И. Основы формирования репутационной стратегии компании//Экономический анализ: теория и практика. - 2010. №22. С.47–50.
6. Стыцок Р.Ю, Мотагали Я.Б. Инновационные составляющие маркетинга постмодерна// Научные труды Вольного экономического общества России. Том 137. 2010. С.673–679.
7. Стыцок Р.Ю. Методические положения для повышения уровня конкурентоспособности российских организаций на национальном и глобальном рынках // Российское предпринимательство. – 2014.
8. Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума. М.: Эксмо, 2008.
9. Энциклопедия маркетинга – Режим доступа: www.marketing.spb.ru

МАРКЕТИНГОВАЯ ЦЕПОЧКА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НЕСТАБИЛЬНЫМИ СИСТЕМАМИ

*Чупина Я.В., аспирант
кафедры «Маркетинг и логистика»
Финансового университета
Научный руководитель:
д.э.н., профессор С.В. Карпова*

Аннотация: в работе рассматриваются основные современные теории влияния маркетинговой деятельности или маркетинговых активов на финансовый результат организации. Показана иллюстрация влияния маркетинговых показателей на показатели, рекомендуемые правилами проведения финансового анализа. На основе этих взаимосвязей предложена цепочка влияния маркетинга на показатели эффективности управления в условиях неустойчивости.

Ключевые слова: эффективность маркетинга, влияние маркетинговых решений на финансовый результат, цепочка создания ценности, показатели деятельности

Abstract: The author analyzes basic modern theories about marketing influence of its activities or assets on the financial results of the organization. The work illustrates impact of marketing activity on performance indicators recommended by the rules of the financial analysis. The marketing management chain of influence on key performance indicators in conditions of instability is proposed on the basis of these correlations.

Keywords: marketing efficiency, marketing impact on financial indicators, value chain, performance indicators.

В зарубежной и российской литературе влияние маркетинга на экономические показатели и на эффективность деятельности рассмотрены достаточно узко. В основном делается или акцент на влияние маркетинговой ROI на общую рентабельность предприятия, или рассматривается место нематериальных активов в системе менеджмента, ориентированного на стоимость.

Маркетинг в условиях неустойчивости должен успешно сочетать в себе две противоположные концепции: ориентация на рынок и ориентация на стоимостной подход в управлении, что обеспечит развитие и отслеживание в равной степени как рыночных, так и внутренних по-

казателей развития. Соответственно и стабилизацию необходимо рассматривать с точки зрения финансовых и стоимостных показателей и показателей лояльности и удовлетворённости потребителей.

Одной из трудностей является то, что оперируя только лишь экономическими показателями маркетинга (например, рентабельность маркетинговых инвестиций или уровень маркетингового бюджета), влияющими на издержки и общую структуру затрат, невозможно оценить полную картину, так как не хватает ещё качественной оценки. Особенность маркетинга заключается в том, что его влияние в основном косвенное и необходимо проследить цепочку от маркетингового решения до стабилизации всей организации.

Например, построение эффективной антикризисной коммуникации построит знание и интерес к товару/услуге предприятия, а также репутацию на рынке B2B и B2C, что в свою очередь приведёт к первичным покупкам и определённым преимуществам при работе с контрагентами, управлении государственными связями и работе с внутренним персоналом. Создавая добавленную ценность и работая над качеством продукта, организация увеличивает долю лояльных пользователей и создаёт собственные каналы коммуникации. Всё это помогает обеспечивать стабильную или растущую долю рынка и в конечном итоге влияет на прибыль, курс акций и пролонгацию жизни компании и отдельных продуктов.

Для более подробной оценки косвенного влияния маркетинга стоит проанализировать цепочку показателей в следующей последовательности: маркетинговые активы – маркетинговые результаты – стоимость фирмы. Такая последовательность была предложена исследователями Srivastava, Shervani, Fahey, которые изучают взаимосвязь влияния маркетинговых активов на стоимость бизнеса[4].

Маркетинговые инвестиции приводят к увеличению маркетинговых активов, которые могут быть оценены показателями силы взаимоотношений (осведомленность о бренде, отношение к бренду, восприятие риска, уровень доверия и уровень лояльности) [6]. Увеличение ценности этих взаимоотношений приводит к росту доли организации, что в свою очередь, содействует стабилизации денежных потоков за счет

комбинации ценового управления, оптимизация затрат на каналы распределения, продажи и продвижение и увеличения лояльности. Предложенная цепочка, по мнению авторов, позволяет установить взаимосвязанные показатели, приемлемые для последующих финансовых оценок. Недостатком такого подхода является отсутствие чётких указаний по оценке влияния того или иного решения на маркетинговые активы, к тому же упускается связь косвенного влияния на другие активы предприятия за счёт выбора альтернативных решений маркетолога.

Усовершенствование цепочки было предложено другим зарубежным профессором Роландом Растом. В предложенной модели учитывается взаимосвязь между маркетинговыми решениями и их эффективностью, и финансовыми показателями и стоимостью фирмы[5]. Особенностью данного подхода является построение проекций цепочки маркетинговых действий к общим результатам деятельности компании, отраженным в ее активах, позиции на рынке, финансовому состоянию и стоимости. Таким образом, выстраиваются две параллельные, но взаимосвязанные на каждом уровне цепочки: цепочки действий и цепочки результирующих показателей на уровне компании.

Цепочка действий начинается с определения функциональных маркетинговых стратегий (например, рекламных стратегий), которые ведут к тактическим маркетинговым действиям (например, медиа активность). Тактические действия оказывают влияние на клиента (например, на степень его удовлетворенности), клиенты, в свою очередь, формируют рынок (это отражается таким показателем, как доля рынка). Положение компании на рынке определяет финансовые показатели и ценность фирмы. Цепочка результатов на уровне фирмы представлена ее активами, показателями прибыли и денежного потока, которые в конечном счете определяют уровень рыночной капитализации (рисунок 1).



Рисунок 1 – Цепочка маркетинговой продуктивности

В качестве активов, на которые маркетинг оказывает непосредственное влияние, выделяются активы бренда, клиентские активы и активы отношений в каналах распределения. Кроме того, маркетинг играет опосредованную роль в формировании интеллектуальных активов [2].

Ещё одним из наиболее простых инструментов оценки силы влияния маркетинга на стратегическую и экономическую деятельность предприятия является модель PIMS [3]. Как и любой другой стратегический инструмент данная модель очень условна, однако, несмотря на критику метода, в антикризисном управлении она позволяет быстро оценить внутреннюю ситуацию на предприятии и рассмотреть драйверы роста стоимости компании.

PIMS-анализ, или анализ уровня влияния выбранной стратегии на величины прибыльности и наличности, основан на использовании эмпирической модели, связывающей широкий диапазон стратегических переменных (таких, как рыночная доля, качество продукта, вертикальная интеграция) и ситуационных переменных (скорость роста рынка, стадия развития отрасли, интенсивность потоков капитала) с величиной прибыльности и способностью организации генерировать наличность. Цель проведения такого анализа заключается в определении, какую альтернативную стратеги следует выбирать в конкретных рыночных условиях.

В условиях нестабильности собственники предприятия оперируют финансовыми показателями, которые отлично иллюстрируют успешность работы организации в определённый момент времени. При управлении финансами управленцы и владельцы бизнеса прибегают к маркетинговым специалистам для принятия решений в долгосрочной перспективе и обоснования расчета денежных потоков. Элементы маркетинговой деятельности одновременно являются инструментами управления финансами предприятия в долгосрочной перспективе. Различные проведённые исследования и анализ деловой активности предприятий показывают значительную взаимосвязь между степенью использования маркетинга и финансовыми показателями. Предприятия, анализирующие маркетинговые показатели, получают более высокую удельную выручку (в 2,2 раза) и более высокий уровень прибыли (в 3,9 раза) [1]. Эти же исследования показали, что степень использования маркетинговых инструментов также тесно связана с финансовыми показателями деятельности компаний: организации, не разрабатывающие комплекс маркетинга, выделяются наихудшими значениями показателей финансово-экономической деятельности.

В российской практике используется большое количество показателей, которые отображают эффективность финансово-экономической деятельности организации, список этих показателей может варьироваться в зависимости от отрасли, типа предприятия и других факторов. Для анализа влияния маркетинговых решений на стабильную деятельность организации в рамках данной работы использовались рекомендуемые показатели, рассчитываемые в соответствии с Правилами финансового анализа (Постановление Правительства РФ от 25.06.2003 №367 «Об утверждении правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа»). При этом такие показатели как «Баланс активов и пассивов», «Собственные средства», «Долгосрочные обязательства» не учитывались, так как существует множество способов влияния на них различными управленческими инструментами.

В различных научно-практических работах можно выявить различные подходы к определению групп финансовых и маркетинговых показателей, зависящих друг от друга. В зависимости от специфики деятельности организации степень влияния этих показателей варьируется. На примере деятельности ОАО «ВымпелКом» за 2007-2013 года была проанализирована связь между 31 маркетинговым и финансовым

показателями и на основе коэффициентов корреляции выделены основные блоки взаимосвязанных показателей, которые в последующем используются для обоснования построения цепочки влияния маркетинга на показатели эффективности организации. Данная связь приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Связь маркетинговых и финансовых показателей на примере бренда Билайн, 2007–2013 гг.

Маркетинговый показатель	Финансовый показатель	Коэффициент корреляции
Абонентская база	Выручка	0,96
	Рентабельность продаж	-0,94
	Степень платежеспособности	0,74
MROS	Рентабельность продаж	0,93
	Коэффициент автономии	0,88
	Показатель обеспеченности активами	0,83
	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,76
	Норма чистой прибыли	0,75
Churn rate (отток)	Рентабельность продаж	-0,92
	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,91
	Коэффициент автономии	-0,80
	Показатель обеспеченности активами	-0,77
	Коэффициент текущей ликвидности	-0,76
Затраты на маркетинг	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,91
	Рентабельность продаж	-0,83
	Показатель обеспеченности активами	-0,83
	Коэффициент автономии	-0,82
	Рентабельность активов	-0,78
NMC	Степень платёжеспособности	0,87
Знание бренда	Рентабельность продаж	0,84
ARPU (Average revenue per user, средняя выручка на одного пользователя)	Коэффициент текущей ликвидности	0,70
MOU (Minutes of Use, минут на абонента)	Степень платежеспособности	0,97
	Выручка	0,95

Полученные данные позволяют проследить цепочку повышения эффективности управления нестабильной системы за счёт анализа маркетинговых инструментов, показанные на рисунке 2.

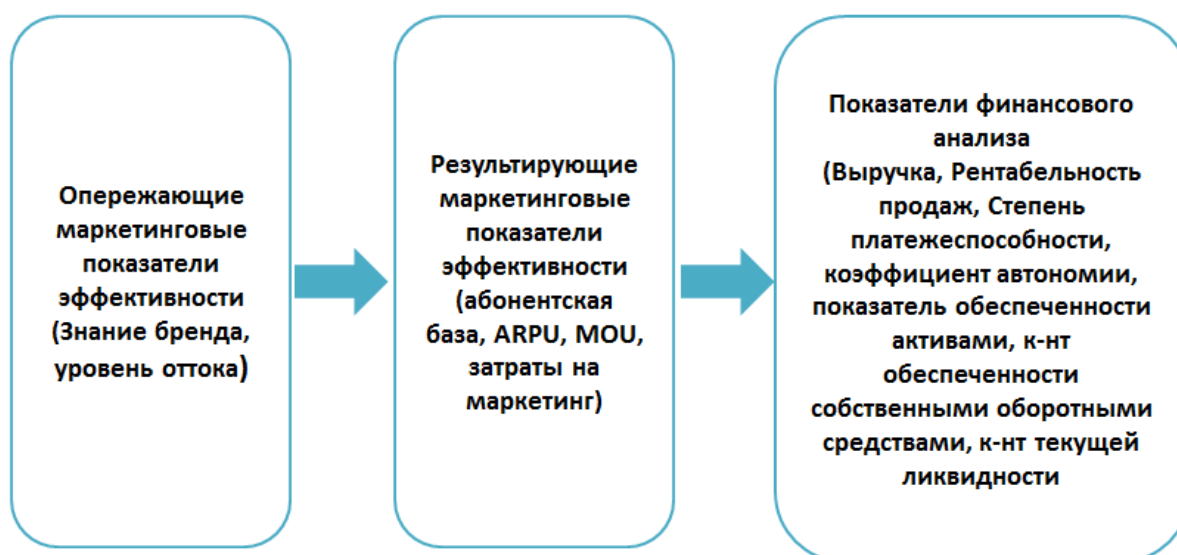


Рисунок 2 – Цепочка повышения эффективности управления нестабильными системами

Оперируя показателями блоков цепочки, можно точнее адаптировать стратегию использования маркетинговых инструментов в условиях нестабильности. Пережающие маркетинговые показатели прогнозируют будущее положение бренда: например, при снижении лояльности, можно ожидать в последующем увеличение оттока потребителей. При наличии времени (то есть на любой стадии стабильности, кроме острого непреодолимого кризиса) маркетолог должен использовать такие инструменты, которые улучшает динамику этих показателей, что позволяет достичь лучших результатов в посткризисный период. Результирующие показатели показывают итог маркетинговой деятельности и именно они напрямую влияют на показатели платежеспособности организации. Именно по группе результирующих показателей проще давать прогнозы последствий выбранных маркетинговых решений и оценивать их влияние на показатели финансового анализа.

Литература:

1. Браверман А. Маркетинг для прибыльности среднего бизнеса. М.: Издательство Экономика, 2006.
2. Дойль, П. Маркетинг, ориентированный на стоимость/ пер. с англ. СПб.: Питер, 2001.
3. Mintzberg, H. Ahlstrand, B. and Lampel, J. (1998) Strategy Safari: A guided tour through the wilds of strategic management, The Free Press, New York, 1998: 2–7.

4. Srivastava R., Shervani T., Fahey L. Performance. ZIBS Technical Report. Zuman Institute of Brand Science. 1998. Market-based assets and shareholder value: A framework for analysis. *Journal of Marketing* 62 (1): 168–179.
5. Rust T., Ambler T., Carpenter G., Kumar V., Srivastava R. 2004. Measuring marketing productivity: Current knowledge and future directions. *Journal of Marketing* 68 (4): 76–89.
6. Srivastava R., Reibstein J., Joshi Y. 2007. Linking Marketing Metrics to Financial: 1–10.

Секция «Управление устойчивым развитием современных мегаполисов: проблемы и перспективы»

УДК 35.075.82

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦЕНТРОВ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ В Г. МОСКВЕ

*Азуев Т.М., студент магистратуры
группы УГА1-1 Финансового университета
Научный руководитель: Т.В Бутова,
к.э.н., доцент кафедры
«Государственное и муниципальное управление»
Финансовый университет*

Аннотация: экономическое развитие России во многом определяется качеством государственного управления, эффективностью работы государственного аппарата и исполнительной власти. Население определяет эффективности работы органов власти в процессе обращений, для получения государственных и муниципальных услуг, поэтому качественное обслуживание населения является основой оценки эффективности. Организация работы многофункциональных центров по принципу одного окна, позволит сократить время выполнения услуг и повысить их качество.

Ключевые слова: стандарт государственных услуг, многофункциональный центр, потребитель услуг, качество оказания услуг, муниципальные услуги.

Abstract: Russia's Economic development is largely determined by the quality of public administration, the efficiency of the state apparatus and the Executive. Population determines the efficiency of the authorities in the appeals process, to receive state and municipal services, so the quality is a basis of performance evaluation. Organization of work of the multipurpose centers on the principle of one window, will allow to reduce time of performance of services and improve their quality.

Keywords: Standart public services, multi-center, user services, quality of services, municipal services.

В современных условиях экономическое развитие России во многом определяется качеством государственного управления. Рыночные условия предъявляют высокие требования к эффективности государственного аппарата и исполнительной власти. Президент Российской

Федерации В.В. Путин отметил: «Надо переходить к стандартам государственных услуг нового поколения – основанным не на позиции исполнителя, а на позиции потребителя этих услуг». Для создания конкурентоспособного, социально-ориентированного государства руководством страны были поставлены следующие приоритетные задачи¹:

- ограничить вмешательство государства в экономическую деятельность;
- исключить чрезмерное регулирование;
- снизить административные барьеры для бизнеса;
- повысить качество и доступность государственных и муниципальных услуг населению;
- повысить уровень открытости деятельности органов власти;
- повысить степень участия граждан в выработке государственной политики.

На сегодняшний день отношение к власти формируется многими критериями. Но одним из главных было и остается качество оказания государственных и муниципальных услуг. В Российской Федерации 27 июля 2010 года был принят Федеральный закон № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных (муниципальных) услуг»². Сферой его регулирования стали отношения, возникающие в связи с предоставлением государственных и муниципальных услуг соответственно федеральными органами исполнительной власти, органами государственных внебюджетных фондов, исполнительными органами государственной власти субъектов РФ, а также местными администрациями и иными органами местного самоуправления, осуществляющими исполнительно-распорядительные полномочия³. Кроме того, действие указанного закона распространяется также на деятельность организаций, участвующих в предоставлении указанных типов госу-

¹ Губарева Т.В. Слепнева Е.А. Тихонова А.С. Многофункциональные центры на территории Западной Сибири//Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2014. № 2 (16). С. 9-18.

² Федеральный закон от 27 июля 2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»//Собрание законодательства РФ. 2010. №31. Ст. 4179 (в ред. от 21 июля 2014).

³ См. более подробно Панина О.В., Аржанова М.О., Базанова А.Г. Инновационное государство// В сборнике: Инновационное развитие современной науки/ Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян А.А. 2015. С. 168–171.

дарственных и муниципальных услуг. Инновацией в российском государстве стали многофункциональные центры – «Российская организация независимо от организационно-правовой формы, отвечающая требованиям, установленным настоящим Федеральным законом, и уполномоченная на организацию предоставления государственных и муниципальных услуг, в том числе в электронной форме, по принципу «одного окна».

МФЦ существуют для оказания услуг гражданам, перечень услуг, которые являются необходимыми и обязательными для предоставления федеральными органами исполнительной власти государственных и предоставляются организациями, участвующими в предоставлении государственных услуг закреплен Постановлением Правительства РФ от 6 мая 2011 г. № 352¹. К таковым, например, относятся Государственная экспертиза проектной документации, результатов инженерных изысканий, выдача судебных документов, проведение кадастровых работ в целях выдачи межевого плана, технического плана, акта обследования.

Многофункциональные центры предоставления государственных услуг переименованы в Центры государственных услуг (ЦГУ) города Москвы – это новый формат взаимодействия государства и граждан. Теперь нет необходимости обращаться в несколько организаций, расположенных в разных концах города, чтобы получить справку или документ. Большинство государственных услуг теперь можно получить по одному адресу и в шаговой доступности². Центры государственных услуг (ЦГУ) – это точка контакта жителей с властью. Сегодня в Москве их более 100. Здесь предоставляют более 150 государственных услуг и выдают свыше 200 видов документов. Ежедневно через центры проходит более 60 тысяч человек. Чтобы обслужить их ра-

¹ Постановление Правительства Российской Федерации от 06 мая 2011 №352 «Об утверждении перечня услуг, которые являются необходимыми и обязательными для предоставления федеральными органами исполнительной власти государственных услуг и предоставляются организациями, участвующими в предоставлении государственных услуг, и определении размера платы за их оказание» (вместе с «Правилами определения размера платы за оказание услуг, которые являются необходимыми и обязательными для предоставления федеральными органами исполнительной власти государственных услуг»)// Собрание законодательства РФ. 2011. №20. Ст. 2829 (в ред. от 17 мая 2014 года).

² Семкина О.С., Попадюк Н.К. Региональное программирование и программируемая регионализация//Вестник Университета (Государственный университет управления). 2015. №4. С. 62–65.

ботаюи более 4,5 тысяч окон приема. Сотрудники центров госуслуг готовы разрешить любую ситуацию и ценят время клиентов, поэтому ожидание в очереди – не более 15 минут. [8]

ЦГУ – это надежный государственный сервис. Более 1,5 млн обращений поступают в центры госуслуг в месяц и свыше 15 млн – в год. Новый стиль передает открытость, личный подход к каждому посетителю. Основные ценности: внимание и близость к людям, дружелюбный сервис и комфорт. Первый паспорт, свадьба, рождение ребенка или новый дом – в этих ситуациях людям важно без проблем получить нужные им документы. В этих вопросах центры госуслуг стремятся быть надежными спутниками человека на протяжении всей жизни, быть рядом и делать процесс получения документов простым и комфортным.

Взаимодействие между государством и гражданами должно стать более дружелюбным, эффективным и оперативным. Сотрудники учреждений, обеспечивающих взаимодействие между обществом и властью, призваны:

- снимать барьеры в общении между гражданами и государством.
- обеспечивать информационную доступность госучреждений.
- предоставлять информацию в полном объеме и оперативно.
- вежливо и с дружелюбием откликаться на запросы граждан.
- создавать для посетителей комфортные условия в течение всего времени ожидания получения госуслуг.

Главное, что придаёт значение центрам государственных услуг, – это люди, которые там работают. Центры госуслуг – это определённая революция в чиновничьей работе. Персоналу здесь придаётся особое значение.

Возведен в стандарт новый стиль работы – открытый, дружелюбный, ориентированный на клиента.

Это достигается правильным отбором персонала, его регулярным обучением, правильной мотивацией. Уже сейчас оплата труда сотрудника напрямую зависит от количества обслуженных посетителей, их удовлетворенности и времени обслуживания.

Специалисты центров регулярно проходят тренинги по развитию навыков клиентоориентированного обслуживания заявителей и разрешения конфликтных ситуаций.

Литература:

1. <http://kgu.mos.ru/deyatelnost/multifunctional-centres-for-the-provision-of-public-services/prospects-for-the-development-of-the-dcp/>
2. <http://md.mos.ru/about/missiya/>
3. http://vk.com/mydocs_mos
4. Московский стандарт госуслуг от 13.09.2014.
5. Постановление Правительства Москвы от 23.04.2014 г. №219-ПП об организации деятельности многофункциональных центров предоставления государственных услуг на территории города Москвы
6. Федеральный закон № 210 от 27.07.2010 г. об организации предоставления государственных и муниципальных услуг.
7. Панина О.В., Аржанова М.О., Базанова А.Г. Инновационное государство// в сборнике: Инновационное развитие современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян А.А. 2015. С. 168–171.
8. Панина О.В. Совершенствование подходов к разработке стратегии социально – экономического развития территории в условиях пространственной интеграции (на примере г. Москвы и Московской области).
9. Семкина О.С., Попадюк Н.К. Региональное программирование и программируемая регионализация//Вестник Университета (Государственный университет управления). 2015. № 4. С. 62–65.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАНЯТОСТЬЮ В КРУПНЫХ ГОРОДСКИХ АГЛОМЕРАЦИЯХ

*Арефьева А.Г.,
Финансовый университет
Научный руководитель:
О.С. Семкина, к.э.н., профессор
кафедры Государственного
и муниципального управления*

Аннотация: городские агломерации являются достаточно сложным объектом. Протекающие в них процессы имеют свою характерную специфику, которая требует иного подхода. Это касается, в частности, и управления занятостью. В условиях агломераций управления занятостью имеет определенные проблемы, которые и проанализированы в данной работе.

Abstract: Urban agglomerations are sufficiently complex object. Processes occurring in them have their characteristic specificity, which requires a different approach. This applies, in particular, the management of employment. In terms of management of employment in agglomerations, it has some problems, which are analyzed in this article.

Ключевые слова: агломерация, управление занятостью.

Key words: urban agglomerations, management of employment.

Для современного мира характерна тенденция к укрупнению и высокой концентрации ресурсов. Это может проявляться как на уровне предприятий, так и в региональном и страновом аспекте. Одним из проявлений такой тенденции является формирование городских агломераций.

Городская агломерация представляет собой высоко урбанизированную территорию с тесными взаимосвязями между поселениями, входящими в ее состав, отличительной особенностью, которой является высокая концентрация трудовых, инвестиционных, инновационных и прочих ресурсов развития на относительно малых территориях. Для развитых агломераций уровень урбанизации определяется выше 80% и сопровождается высокой плотностью населения. Такие особенности городской агломерации дают одновременно и большой потенциал развития, и значительные проблемы, связанные с его реализацией.

Для современных российских агломераций характерно центростремительное движение ресурсов, в особенности трудовых. Это связано со значительной разницей в количестве доступных рабочих мест, а также с уровнем заработных плат. Для сравнения можно взять Московскую агломерацию. Среднедушевые доходы в Москве – ядре агломерации – в 2013 г. составили почти 55 тыс. руб., в то время как в Московской области этот показатель почти в два раза меньше на уровне 33 тыс. руб. При этом среднедушевой доход населения по стране еще ниже на уровне 26 тыс. руб. [3].

Такой дисбаланс приводит к тому, что уже не только ядро притягивает трудовые ресурсы из периферии, но и сама агломерация становится своеобразным ядром приложения трудовой силы в целом округе. Развитие транспортной инфраструктуры увеличивает размеры территорий, входящих в 1,5–2 часовые изохроны, увеличивая влияние агломерации [4].

Данная тенденция характерна не только для Московской агломерации. Если проанализировать данные по Северо-западному федеральному округу, то выделяется в уровне доходов населения Санкт-Петербург, являющийся также ядром Санкт-Петербургской агломерации. Однако уровень развития данной агломерации не достаточно высокий, чтобы стягивать столь значительные ресурсы в периферию, а не только в ядро.

В связи с этим можно сказать, что такие ядра агломераций «высушивают» окружающие территории, ограничивая возможности их развития. С одной стороны, это полностью соответствует принципам рыночной экономики, когда ресурсы перемещаются в места наиболее эффективного их использования, что стимулирует экономический рост. С другой стороны, если говорить в целом о регионах, такое перераспределение сложно назвать эффективным, так как оно накладывает дополнительную нагрузку на бюджеты, способствует социальной напряженности. На данный момент существующая система распределения налоговых поступлений создает парадоксальную ситуацию, когда значительная часть населения уплачивая налог со своего дохода не получает эквивалентные услуги от государства. Наиболее ярко это можно проследить на примерах Московской и Санкт-Петербургской агломераций, в которых значительная часть населения работает в ядрах агломераций, куда и уплачивается НДФЛ, но проживает за его пределами, более того, в другом субъекте РФ. Вследствие этого у периферийных

зон ограничиваются бюджетные возможности не только для выполнения органами государственного управления и местного самоуправления определённых социальных функций, но и для стимулирования развития экономики, а вследствие чего и занятости.

Это, по мнению автора, приводит к важной проблеме в управлении занятостью в агломерации: управление должно учитывать интересы всех территорий, вовлеченных в агломерационные процессы. Безработица, наполняемость бюджетов за счет НДСЛ – это лишь показатели, отражающие в целом неблагоприятные последствия в смещении влияния на территориях. В большинстве случаев развитые агломерации вовлекают более половины трудовых ресурсов субъектов РФ, поэтому управление занятостью в агломерации должно быть отнесено к объектам региональной политики субъектов РФ.

Однако в связи с этим возникает еще одна проблема управления. Если говорить об объекте управления, то он очевиден. Но в отношении выявления субъекта управления возникают значительные сложности. По своей логике, управление внутри агломерации должно быть отнесено к уровню местного самоуправления. При этом деятельность внутри отдельных муниципалитетов не обеспечит целостности в управлении всей системой. Для целей обеспечения непосредственно целостности в мире были сформированы несколько моделей управления агломерациями. И процесс управления нужно начать именно с выявления наиболее подходящей данной агломерации модели. Современное российское законодательство дает весьма ограниченный набор инструментов для межмуниципального взаимодействия вообще, и управления агломерациями в частности. Это становится серьезной проблемой процесса управления[1].

Также необходимо учитывать еще одну проблему, которая в большинстве кажется проблемой исключительно ядра. Но, когда речь идет об агломерации, проблема ядра всегда влияет на периферию. Вопрос, на который хотелось бы обратить внимание, касается миграции из-за рубежа. Для наглядности можно рассмотреть пример Санкт-Петербургской агломерации. Она более приемлема для отражения общих тенденций, так как ближе по развитию к большинству крупных российских городских агломераций, но обладает значительными статистическими преимуществами.

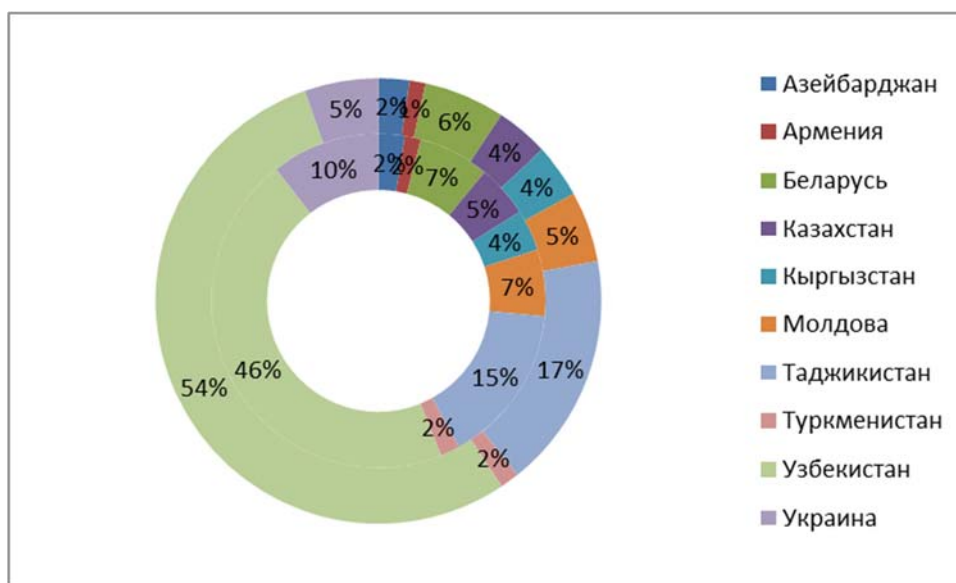


Рисунок 1 – Структура миграционных потоков из стран СНГ в 2014 г.

Источник: Составлено по данным [5].

По данным рисунка 1 видно, что наибольшая доля прибывших (внутренне кольцо) приходится на выходцев из Узбекистана и Таджикистана. Одновременно с этим, общее сальдо с этими странами оказывается отрицательным, так как именно представители этих стран больше выезжают из города.

Для агломераций вообще характерно притяжение людей из слабо развитых стран. Это кроме выгоды от дополнительной дешевой рабочей силы несет в себе и существенные проблемы. Прежде всего это связано с низкой квалификацией таких работников. Если город будет восполнять свою нехватку такими трудовыми ресурсами, то говорить о высокотехнологичном развитии крайне сложно.

Второй проблемой, которая проявляется в Санкт-Петербурге в связи с такой структурой мигрантов, является развитие ксенофобии. Люди из стран Таджикистана и Узбекистана не только являются представителями другой этнической группы, но и приверженцами другой религии.

Также низкие заработные платы мигрантов вынуждают их искать более дешевое жилье и формировать своеобразные гетто. Вообще, процесс геттоизации является характерным для всех мегаполисов.

Из этого следуют сразу несколько проблем. Во-первых, значительное число трудовых иммигрантов препятствуют решению проблемы

безработицы внутри страны. Во-вторых, такая занятость создает социально нестабильную обстановку. В-третьих, низкоквалифицированная дешевая рабочая сила с точки зрения развития малоэффективна, так как не дает стимулов для развития.

Трудовые ресурсы являются одним из важнейших, но в то же время непредсказуемых ресурсов агломерации, что вызывает значительные проблемы в управлении им. Управление занятостью усложняется двумя противоположными стремлениями: развитием ядра и необходимостью развития периферии. В такой ситуации необходимо найти эффективный баланс.

В виду этого важным становится вопрос, кто именно будет заниматься поиском этого баланса, ведь у периферий объективно меньше возможностей, а ядро объективно имеет тенденцию к развитию за счет ресурсов окружения. Поиск возможных точек соприкосновения и выработки на их основе системы управленческих процессов на данный момент, возможно, наиболее значимая проблема в управлении.

При этом обращая внимания на комплексные проблемы нельзя забывать о частных проблемах каждого из объектов агломерации, а в особенности ядра. В этом и состоит сложность управления занятостью в агломерации: ядро имеет свои специфичные проблемы, ядро – свои, а на уровне в целом агломерации проблемы приобретают совершенно иной характер.

Литература:

1. Арефьева А.Г. Особенности выбора модели управления Томской агломерацией // IV Всероссийская научно-практическая конференция «Экономические и финансовые проблемы местного самоуправления: работа в современных условиях».

2. Марков И.А. О взаимосвязях социально-экономического развития города и проблем занятости населения // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление, 2011 № 2, с. 91–96.

3. Махрова А. Московская область сегодня и завтра. Тенденции и перспективы пространственного развития. М.: «Новый хронограф», 2008. С. 62–69.

4. Панина О.В. Совершенствование подходов к разработке стратегии социально – экономического развития территории в условиях пространственной интеграции (на примере г. Москвы и Московской области).

5. Панина О.В., Ващенко Р.Р. Особенности моделей взаимодействия власти и бизнеса в регионах России. В книге: The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers “The genesis of genius” ISAE «Consilium». г.Женева (Швейцария), 2014. С. 215–218.

6. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по городу Москве URL: <http://moscow.gks.ru>

7. Территориальный орган Федеральной службы статистики по городу Санкт-Петербургу и Ленинградской области.
URL:<http://petrostat.gks.ru>

МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

*Богомолов А.В., аспирант кафедры
«Государственное и муниципальное управление»
Финансовый университет
Научный руководитель:
О.С. Семкина, проф. кафедры
«Государственное и муниципальное управление»
Финансовый университет*

Аннотация: в статье рассмотрены возможности совершенствования механизма обеспечения целостности муниципального управления в условиях пространственной трансформации, представлен анализ зарубежного опыта обеспечения единства муниципального управления локальными территориями, охарактеризованы подходы к определению оптимального размера муниципального образования, определены возможности совершенствования механизма обеспечения целостности муниципального управления в условиях пространственной трансформации

Annotation: The article discusses the possibility of improving the mechanism for ensuring the integrity of the municipal management in terms of spatial transformation, an analysis of international experience to ensure the unity of the municipal management of local areas, characterized by approaches to determining the optimum size of the municipality. This article describes the main aspects and opportunities improving the mechanism for ensuring the integrity of the municipal management in terms of spatial transformation.

*Ключевые слова: механизм, целостность, муниципальные образования
Keywords: mechanism, integrity, municipality.*

Целостность в муниципальном управлении можно определить, как внутреннее единство муниципального образования (отсутствие противоречий в управлении элементами, скоординированные действия администрации для достижения поставленных целей социально-экономического развития, отсутствие коррупции, низкий уровень преступности, стабильное экономическое положение и др.). Чем целостнее система, тем она устойчивее. Но это не означает, что она при этом и меньше подвержена изменениям, т.е. возможностей для развития у нее меньше.

Исследование зарубежного опыта проведения территориальных преобразований позволяет убедиться в том, что укрупнение муниципальных образований не является «модным веянием» в России и не несет в себе исключительной цели административной централизации власти. В других странах территориальные преобразования осуществляются достаточно активно, а территориальные основы муниципального управления изменяются вместе с появлением необходимости решения новых задач – стимулирование территориального развития, осуществления бюджетных реформ и проведения политики фискальной децентрализации, осуществление мероприятий по восстановлению территорий после экономического спада и др.¹.

Несомненно, что у укрупнения есть и негативные последствия. Ключевым аргументом против территориальных укрупнений является возможное отдаление власти от населения, снижение территориальной доступности. Однако, зарубежные специалисты отмечают, что в последние годы происходят тенденции, которые обуславливают повышение доступности местной власти безотносительно размера муниципалитета.

Ранее в зарубежной практике существовало два подхода определения оптимального размера муниципального образования (Таблица 1).

Таблица 1 – Подходы к определению оптимального размера муниципального образования

	Характеристика	Недостаток
Первый подход	Муниципальная власть должна быть максимально приближена к населению, поэтому численность жителей муниципального образования может быть невелика, а количество муниципальных образований – значительно.	На практике попытка организовать местное самоуправление там, где для эффективного решения вопросов местного значения нет ни кадрового, ни финансового потенциала, приводит к бессилию органов местного самоуправления, их неспособности реагировать на нужды людей
Второй подход	Основан на укрупнении самоуправляемых единиц, обеспечивающем на территории муниципального образования необходимый экономический потенциал, развитую инженерную и социальную инфраструктуру. Необходимость повышения экономической эффективности вызывает стремление к «экономии на масштабе территории»	Существует возможность «отрыва» местного самоуправления от населения, поскольку чрезмерная централизация выполнения муниципальных функций может также привести к усилению бюрократизации

¹ Рагулина Ю., Бутова Т. Пространственная интеграция Москвы: понятие, сущность, значение. Проблемы теории и практики управления. 2013. № 10. С. 67–74.

Ранее на практике выбор одного из двух подходов зависел от стратегических ориентиров развития государства. Если на повестке дня стоял вопрос о передаче максимального количества полномочий на муниципальный уровень и повышения территориальной экономической эффективности, то выбиралась стратегия укрупнения. Если приоритетным направлением политики развития местного самоуправления становилось делегирование принятия решений на низовой уровень, то проводилось разукрупнение территорий.

Сейчас оба подхода не рассматриваются как противоположности, а укрупнение муниципальных образований позволяет, в том числе, решать более эффективно вопросы повышения доступности местной администрации населению за счет развития транспорта, связи, повышения качества жизни в сельской местности и доведения его до стандартов жизни в городе. Так, например, на Съезде муниципальных образований Российской Федерации 8 ноября 2013 года, Конференции Общероссийского Народного Фронта 4–5 декабря 2013 года. Президент России В.В. Путин в своем Послании палатам Федерального Собрания Российской Федерации определил на 2014 год в качестве одной из основных задач создание финансово самостоятельного и одновременно приближенного к населению, эффективного местного самоуправления.

Механизм обеспечения целостности муниципального управления представляет собой совокупность элементов, явлений, факторов и зависимостей, сохраняющих единство управленческих взаимосвязей и обуславливающих непрерывность протекания социально-экономических процессов на локальной территории. В его состав входит совокупность организационных структур, методов управления и правовых норм, с помощью которых достигается целостность муниципального управления. Сформированный механизм обеспечения целостности гарантирует планомерную организацию муниципального управления в условиях пространственной трансформации, согласование общественных интересов в ходе территориальных изменений.

Механизм обеспечения целостности муниципального управления в условиях пространственной трансформации способен нейтрализовать или снизить потенциальные противоречия между экономической и социальной стороной объединения территорий¹.

Его сущностные признаки следующие: 1) наличие системных элементов, которыми выступают субъекты управленческого действия на различных уровнях иерархии; 2) взаимосвязь и взаимовлияние системных элементов, обусловленные интересами представителей местных сообществ; 3) устойчивость этой взаимосвязи и взаимовлияния, что обеспечивает целостность и стабильность местного сообщества; 4) регулируемость этой взаимосвязи со стороны общества.

Действие механизма обеспечения целостности муниципального управления в условиях пространственной трансформации направлено на согласование интересов всех сторон, участвующих в объединении территории, на обеспечение необходимой меры подчинения интересов одной территории общественным интересам. Механизм обеспечения целостности муниципального управления способствует институционализации интересов участников трансформационных процессов, которая сопровождается созданием организаций и учреждений, обеспечивающих эффективное его функционирование.

В последние годы в зарубежной практике отмечается тенденция укрупнения муниципальных образований. Так, например, Дания объединила 271 муниципальное образование, сократив их общее число до 98, Грузия заменила 985 муниципалитетов (в основном деревни) 64 большими районами, совпавшими с ранее существовавшими в советский период. Политика объединения муниципальных образований достаточно широко применялась в Литве. В Финляндии количество муниципальных образований было сокращено с 447 до 348.

Финские власти предлагают серьезное объединение муниципалитетов до уровня, который сейчас является региональным. Ключевой идеей этого объединения является образование городских центров и ориентация на них потоков маятниковой миграции. При этом, как было выше сказано, предполагается, что более крупные муниципальные об-

¹ Бутова Т.В., Тамразян Д.А., Ядоян В.О. Интеграционные процессы как фактор развития экономики// в сборнике: Наука и образование в XXI веке Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 8 частях. ООО «АР-Консалт». 2014. С. 70–71.

разования расходуют ресурсы на администрирование в меньших пропорциях и достигают большей экономии от масштаба.

На федеральном и региональном уровнях власти в России достаточно часто возникают дискуссии, отражающие намерение руководства передать большее количество расходных и доходных полномочий, касающихся стимулирования территориального развития, поддержки малого и среднего предпринимательства, сельхозпроизводителей на муниципальный уровень власти. При этом активно ссылаются на возможность использования опыта Франции, Германии. Тем не менее, высокая территориальная фрагментация муниципалитетов (небольшая численность населения, низкая плотность населения, малый экономический и налоговый потенциал) не только поселенческого, но и верхнего уровня местного самоуправления не позволяет это сделать в масштабах России в целом, но может быть применено в отдельных регионах.

Во Франции на муниципальный уровень переданы различные поощрительные инструменты взаимодействия с бизнесом, связанные с созданием особого режима деятельности, льготных налоговых ставок и даже прямых муниципальных инвестиций. Иногда муниципальная власть может осуществлять посредническо-коммуникационные функции, помогая бизнесу взаимодействовать с финансово-кредитными организациями. Многосторонняя помощь малому и среднему бизнесу со стороны муниципальной власти не является просто формальной обязанностью, а рассматривается как реальный способ создания преимуществ в конкурентной борьбе, поскольку местной власти выгодно привлекать бизнес и помогать его развитию.

Отечественные специалисты отмечают, что для того, чтобы заинтересовать муниципальную власть в развитии территории в российских условиях необходима передача дополнительных отчислений от налогов, поступающих в региональные бюджеты на муниципальный уровень. Причем, это должны быть налоги, связанные с эффектом от стимулирования развития экономики (например, налог на прибыль, налог на имущество организаций и др.). Создание таких условий вполне возможно не в рамках страны в целом, а на уровне отдельного региона, что могло бы способствовать росту малого и среднего бизнеса, созданию рабочих мест, развитию локальных рынков, развитию экономики территорий и региона в целом.

В регионах, ориентирующихся на укрупнение муниципальных образований желательно осуществить уход от политики выравнивания к политике развития. При этом за основу предлагается использовать получившую широкое распространение за рубежом концепцию «территориального маркетинга», поощрение конкуренции между муниципалитетами за привлечение жителей, инвесторов и представителей бизнеса, туристов.

Для воплощения концепции «территориального маркетинга» на практике можно использовать опыт Германии по созданию обществ стимулирования экономического развития территорий (Wirtschaftsförderungsgesellschaft). Общества стимулирования экономического развития представляют собой ассоциацию (некоммерческую организацию), объединяющую специалистов в вопросах стимулирования территориального развития. Представители этого общества работают в органах местного самоуправления и отвечают за взаимодействие с инвесторами, решая при этом целый ряд проблем – проблему отсутствия специалистов в области привлечения инвестиций на местах, проблему поиска мер поддержки конкретного инвестора на региональном уровне в условиях ограниченных возможностей муниципальных бюджетов в отдельных небогатых муниципальных образованиях. Ассоциация также помогает различным территориям обмениваться опытом и развивать лучшие практики, а также предлагать новые инструменты поддержки и выделять финансирование на их реализацию из бюджета земель (аналог регионов в России).

Действительно, объединение муниципальных образований, а также развитие взаимодействия между региональным и муниципальным уровнем власти, позволяет оказывать населению большее количество услуг более высокого качества. Что касается целей экономии, то не все специалисты рекомендуют при осуществлении территориальных преобразований ориентироваться на эту цель, так как, на практике, самым быстрым способом достижения целей экономии средств, при наименьших политических издержках, является усиление межмуниципального взаимодействия.

Обобщая результаты исследований, отметим, что укрупнение муниципалитетов способно обеспечить ряд важных преимуществ, в том числе долгосрочного характера, однако процесс укрупнения при этом должен быть проведен продуманно и с учетом негативного и позитив-

ного опыта. При непродуманном укрупнении может быть ухудшен доступ населения к муниципальным услугам, осложнены условия проживания, что, в свою очередь, способствует оттоку трудоспособного населения; закрытию муниципальных учреждений, росту безработицы, соседствующую при этом с неукомплектованностью штата по ряду отраслей и направлений, и усугубляет миграцию. На основе зарубежного опыта автором на рисунке 3 представлена следующая возможность совершенствования механизма обеспечения целостности муниципального управления в условиях пространственной трансформации.

На основе проделанной аналитической работы можно сделать выводы о наметившейся в последние годы тенденции (как в России, так и в мире) укрупнения территорий муниципальных образований верхнего уровня местного самоуправления. Происходит также расширение взаимодействия между муниципальными образованиями, а также муниципальных образований с органами государственной власти регионов. Ассоциативные формы взаимодействия по прежнему остаются очень актуальными, но наряду с этим растет роль хозяйственных и договорных форм межмуниципального сотрудничества.

В нашей стране в большинстве случаев территориальные преобразование осуществляются стихийно, преимущественно на уровне поселений и без какой-либо аналитической и программной подготовки, что порождает негативные последствия. В то же время, укрупнения на уровне муниципальных районов и городских округов оказываются более целесообразными, чем на уровне поселений. Однако и здесь необходим не формальный подход, а учет особенностей в каждом конкретном случае – детальный анализ экономики, социальной сферы, демографических, географических показателей.

При осуществлении территориальных преобразований, во-первых, недопустимо проведение мероприятий без обоснования их экономической и социальной целесообразности, просчета последствий и рисков. Во-вторых, сокращение расходов не может и не должно являться основной и главной целью данных преобразований. Экономического эффекта за счет укрупнения муниципалитетов следует достигать за счет стимулирования экономического развития территорий, а увеличения средств в бюджете не за счет объединения бюджетов, участвующих в пространственной трансформации муниципалитетов, а за счет повышения доходной базы.

Литература:

1. Бутова Т.В., Тамразян Д.А., Ядоян В.О. Интеграционные процессы как фактор развития экономики// В сборнике: Наука и образование в XXI веке. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 8 частях. ООО «АР-Консалт». 2014. С. 70–71.
2. Рагулина Ю., Бутова Т. Пространственная интеграция Москвы: понятие, сущность, значение. Проблемы теории и практики управления. 2013. № 10. С. 67–74.

ТРАНСПОРТНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОСКОВСКОГО МЕГАПОЛИСА: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РЕШЕНИЯ

*Бутова Т.В., к.э.н., доцент кафедры
«Государственное и муниципальное управление»
Финансовый университет
Тараканова М.С., студентка факультета
государственного управления
и финансового контроля
Финансового университета,
Храмцова Е.Ю., студентка факультета
государственного управления
и финансового контроля
Финансового университета*

Аннотация: в статье рассматриваются основные транспортные проблемы г.Москвы, а также пути их решения. Представлен сравнительный анализ транспортной политики Правительства г.Москвы. Определены направления использования зарубежного опыта решения транспортных проблем в российской столице.

Ключевые слова: Правительство, мэр, транспортная политика, транспортная инфраструктура, транспортная проблема.

Abstract: The article reviews the main traffic problems in Moscow, and ways of their decision. In this work is submitted the comparative analysis of transport policy of the Government of Moscow. The directions of use of foreign experience in the solution of transport problems in the Russian capital were defined.

Keywords: Government, mayor, transport policy, transport infrastructure, transport problem.

В 2010 году мэром г. Москвы стал Сергей Собянин. В своей предвыборной программе «7 приоритетов» претендент на пост главы столицы отмечал, что его главной задачей будет решение транспортных проблем города. Кандидат в мэры отметил, что по уровню комфорта общественный транспорт будет соответствовать европейскому, так как будут созданы все условия для пешеходов, пассажиров общественного транспорта, велосипедистов и водителей личных автомобилей.

В апреле 2011 года мэр столицы дал официальное распоряжение о создании рабочей группы по развитию транспортной системы города Москвы. Возглавил рабочую группу глава города, в ее состав вошли

еще 10 человек. Основной задачей группы является создание эффективного организационного механизма, обеспечивающего взаимодействие Правительства Москвы, общественных, научных и иных организаций в целях повышения эффективности транспортной системы города Москвы. Рабочая группа взяла на себя организацию и контроль работ по разработке стратегии развития транспортной системы города Москвы, а также формированию планов развития транспортной системы и мероприятий, способствующих решению транспортных проблем¹.

30 августа 2011 года была опубликована Государственная программа города Москвы «Развитие транспортной системы на 2012–2016 гг.», ответственным исполнителем за которую был назначен департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры г. Москвы. Целью данной программы стало обеспечение комфортными условиями жизнедеятельности населения города Москвы путем развития устойчиво функционирующей, экономически эффективной, привлекательной и доступной для всех слоев населения системы городского пассажирского транспорта г. Москвы в сочетании с развитием водного и железнодорожного транспорта².

Мероприятия этой Государственной программы направлены на обеспечение преимущественного развития общественного транспорта и в этих целях было предусмотрено:

- существенно увеличить объемы строительства новых линий метрополитена и построить за пять лет 87,9 км, а также обносить и заменить 2373 вагонов метрополитена, полностью заменить изношенное вентиляторное оборудование и эскалаторы;
- значительно увеличить скорость и провозные способности городского наземного пассажирского транспорта за счет введения в эксплуатацию выделенных полос;
- существенно увеличить объемы строительства и построить 474 км новых дорог;
- построить 6 новых автовокзалов.

Руководство ГУП «Мосгортранс» (основной в столице, и крупнейший в Европе оператор системы НППТ) осуществило несколько

¹ № 212-РМ от 14.04.2011 О создании Рабочей группы по развитию транспортной системы города Москвы.

² Государственная программа города Москвы «Развитие транспортной системы» на 2012–2016 гг.

проектов, основываясь на цель и задачи Государственной программы (таблица 1)¹.

Таблица 1 – Проекты ГУП «Мосгортранс»

Проект	Описание
Полосы для общественного транспорта	Создание выделенных полос для общественного транспорта — одно из приоритетных направлений Плана первоочередных мер по борьбе с пробками в Москве «Город, удобный для жизни», разработанного по инициативе мэра столицы Сергея Собянина в конце 2010 года.
Альтернативные виды топлива	В целях улучшения экологической обстановки в Москве, в соответствии с распоряжением Правительства Москвы ГУП «Мосгортранс» перевел городские автобусы в газовую модификацию.
Транспорт равных возможностей	Все новые автобусы полностью адаптированы для перевозки людей с ограниченными возможностями передвижения: оборудованы аппаратами (специальными техническими устройствами, наклонными платформами для прохода (проезда) в салон), имеют места для крепления инвалидных колясок, оснащены маршрутными указателями с увеличенным шрифтом, бегущей строкой в салонах с указанием остановочных пунктов и рядом других опций.
День без автомобиля	ГУП «Мосгортранс» - основной организатор. Привлекая внимание к экологической ситуации, авторы этого мероприятия призывают на один день отказаться от автомобилей.
Трамваи нового поколения	Городской трамвай нового поколения призван обеспечить увеличение скорости сообщения, повышенный уровень комфорта, удобство для пассажиров с детскими колясками, пожилых людей, маломобильных групп населения.
Социальное такси	Московская служба «Социальное такси» организована ГУП «Мосгортранс» при поддержке Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы. Служба осуществляет перевозки маломобильной категории граждан (инвалидов) по индивидуальным и коллективным заявкам. Основная часть подвижного состава оборудована специализированными средствами для посадки, высадки и комфортного передвижения пассажиров.
Полуэкспрессные маршруты	На участках выделенных полос для общественного транспорта ГУП «Мосгортранс» организованы полуэкспрессные маршруты автобусов для улучшения транспортного обслуживания жителей периферийных районов столицы.
Ночные маршруты	В Москве действуют 11 ночных маршрутов НГПТ. Троллейбусы и автобусы курсируют каждые 15-30 минут, а тарифы на них не отличаются от стоимости проезда в дневное время суток.

¹ См. подробнее портал ГУП «Мосгортранс» - <http://www.mosgortrans.ru/>

По плану мэра г. Москвы, к 2020 году должно быть построено 160 километров новых линий и открыто 79 новых станций столичного метрополитена. Еще одной важной особенностью города станет 3-й пересадочный контур. Таким образом, доступ к метро в шаговой доступности получают еще 2 миллиона москвичей¹. Прошло уже 5 лет со дня вступления в должность С.С. Собянина, и за это время было открыто 18 новых станций, построено более 30 километров линий и 30 станций находятся в процессе строительства.

Помимо этого, для пешеходов появилось большое количество пешеходных дорожек, предназначенных для комфортного и спокойного передвижения по городу.

Также улучшено пригородное железнодорожное сообщение, было начато активное строительство Московской кольцевой железной дороги (МКЖД), которая станет связующим звеном между столицей и областью². По оценкам экспертов, пассажиропоток в г. Москве вырастет до 300 миллионов человек в год. Жители города говорят, что с введением скоростных электричек они будут тратить вдвое меньше времени на дорогу до места работы, чем раньше. МКЖД будет иметь соединение со многими станциями Московского метрополитена, что благотворно повлияет не только на транспортную ситуацию, но и для пассажиров теперь транспортные пересадки станут намного удобнее.

Еще одна особенность политики мэра столицы – модернизация наземного общественного транспорта. Большинство старых автобусов и троллейбусов были заменены на низкопольный транспорт экологического стандарта «Евро-4» и «Евро-5»³. Использование низкопольных машин позволяет людям с ограниченными возможностями чувствовать себя свободнее в передвижении, также данное нововведение удобно для мам с колясками, для которых раньше было проблемой зайти в общественный транспорт. Также, прогрессом в области наземного транспорта можно назвать внедрение спутниковой системы. На остановках появились табло, которые отображают, через какое время придет нужный транспорт. Совместно с российской IT-компанией «Яндекс» было разработано приложение «Яндекс. Транспорт», которое позволяет пользователям посмотреть местонахождение нужного

¹ Предвыборная программа кандидата в мэры г. Москвы С.С.Собянина «7 приоритетов».

² См. подробнее портал Московской кольцевой железной дороги – <http://mkzd.ru/>

³ См. подробнее портал ГУП «Мосгортранс» - <http://www.mosgortrans.ru/transport/history/moscow-bus/>

автобуса, троллейбуса, маршрутки или трамвая на карте города¹.

В период, когда мэром Москвы был Юрий Михайлович Лужков, было ликвидировано почти 20 километров трамвайных путей. Сейчас же, помимо восстановления утраченных трамвайных маршрутов, на улицах мегаполиса появились первые трамваи нового поколения – более быстрые, комфортные и бесшумные.

Существенные изменения произошли в области такси. От модели 2000-х годов, когда «таксовать» мог любой желающий, имеющий права и автомобиль, население города перешло на продвинутую систему конкуренции крупных интернет-операторов «Яндекс-Такси», GetTaxi и Uber. Таким образом, сегодня мы имеем такси нового поколения.

В своем отчете от 16 октября 2013 года мэр столицы сказал, что строительство и инвестиции – не сама цель, а ею является Москва, комфортная для жизни.²

В XXI веке транспортная проблема заняла особое место в социальной политике не только Москвы, но и во многих других европейских городах. Транспортные показатели стали определяться не только техническими данными и достижениями, но и стали ориентироваться на степень качества жизни.

В развитых странах эффективность транспорта не сводится к определению финансовых, экономических показателей, а выражается степенью участия в социальной сфере жизни населения. Поэтому транспортная система зарубежных стран в большей степени ориентирована на активное участие в достижении общего положительного социально-экономического эффекта³.

Правительство г. Москвы пользуются возможностью перенимать опыт решения транспортных проблем от зарубежных стран. Для этого мэр столицы в 2011 году отправился в столицу Южной Кореи – город Сеул, где успешно была выстроена городская транспортная инфраструктура. [5]

¹ См. подробнее портал «Яндекс» - <https://blog.yandex.ru/post/90961/>

² Отчет мэра г. Москвы С.С.Собянина от 16.10.2013.

³ Хегай Ю.А. Зарубежный опыт транспортной политики//Теория и практика общественного развития, №8, 2013.

В городе Сеул государство сделало общественный транспорт максимально точным, чтобы каждый житель смог четко рассчитать время поездки. Городская администрация нанимала математиков, которые сопоставили все расписания и графики движения общественного транспорта – получилось сбалансированное городское расписание и карта всех маршрутов. Этот опыт Правительство г. Москвы начало применять в столице в 2014 году.

Правительство Южной Кореи нашло путь решения транспортной проблемы – корейский метрополитен. Он постоянно развивается, потому что строится не только на государственные, но и на частные деньги. Инвестиционные компании, для привлечения как можно большего количества людей устанавливают в вагонах кондиционеры, а также предоставляют возможность слушать музыку или смотреть трейлеры к фильмам. Заметим, что и этот положительный опыт Правительство г. Москвы успешно применило на практике. Теперь в вагонах московского метрополитена работает беспроводная сеть Интернет (wi-fi), сами вагоны стали комфортабельнее, светлее.

Правительство г.Москвы также переняло опыт г.Сеула в создании удобной системы оплаты проезда, где за 2 500 вон (примерно 140 рублей) можно купить карту, которой расплачиваются в транспорте, такси и даже в магазине¹. Конечно, в России такая тенденция находится в стадии совершенствования, но уже созданы новые транспортные карты («Тройка», «90 минут», «Единый»), которые упростили пользование наземным транспортом.

Провинциальный город Хассельт (Бельгия) известен за пределами страны, потому что с 1997 г. в автобусах не используются билетные автоматы, не работают контролеры. Общественный транспорт в городе уже долгое время остается бесплатным. Причиной тому послужила реконструкция дорог вокруг города, которые были перекрыты, и автомобилисты не смогли использовать свой личный транспорт. Чтобы избежать протестов, Правительство решило временно сделать проезд в общественном транспорте бесплатным. После того, как стала наблюдаться тенденция предпочтения общественного транспорта личному, власти решили продлить эксперимент².

¹ См. подробнее портал - <http://www.the-village.ru/village/situation/abroad/106803-sem-mer-seula-v-borbe-s-probkami>

² Хегай Ю.А. Зарубежный опыт транспортной политики//Теория и практика общественного развития, №8, 2013.

Также, успешно справляются с транспортной ситуацией в Лондоне, Шанхае, а также в таких странах как Германия и Франция.

Перенимая опыт у зарубежных стран, Правительство г. Москвы создает свою транспортную систему, которая успешно функционирует на территории города.

На основе проведенного сравнительного анализа деятельности экс-мэра Юрия Лужкова и нынешнего мэра столицы Сергея Собянина можно отметить, что Правительство Москвы боролось и продолжает активно бороться с транспортными проблемами мегаполиса. Однако стоит заметить, что в свободном доступе не так много информации, позволяющей полностью проанализировать деятельность Юрия Лужкова в сфере транспорта.

Политика Сергея Собянина в исследуемой области, наоборот, является открытой, доступной для изучения всем заинтересованным лицам, что позволяет сделать вывод о том, что решение транспортной проблемы не стоит на месте. Регулярно проводятся мероприятия, направленные на улучшение транспортной ситуации в столице, совершенствуются технологии строительства дорог, повышается доступность и качество транспортных услуг для населения. Не остается без внимания и транспортная инфраструктура, что так же является важным фактором в решении такой серьезной проблемы мегаполиса.

На данный момент можно сказать, что положительная динамика развития транспортной системы присутствует, так как средняя скорость по г. Москве увеличилась на 12%¹.

Литература:

1. №212-РМ от 14.04.2011 О создании Рабочей группы по развитию транспортной системы города Москвы.
2. Государственная программа города Москвы «Развитие транспортной системы» на 2012–2016 гг.
3. Отчет мэра г. Москвы С.С.Собянина от 16.10.2013.
4. Предвыборная программа кандидата в мэры г. Москвы С.С. Собянина «7 приоритетов».
5. Панина О.В. Совершенствование подходов к разработке стратегии социально-экономического развития территории в условиях пространственной интеграции (на примере г. Москвы и Московской области).

¹ См. подробнее портал компании «ТВ Центр» - <http://www.tvc.ru/news/show/id/79442>

6. Шатилов Р. Обзор выбросов загрязняющих веществ в атмосферу Российской Федерации за 2007 г.//ФГУП НИИ «Атмосфера». Цит. по: Б.Немцов, В.Милов. Лужков. Итоги-2. М., 2010, стр. 46.
7. Семенов В.В Математическое моделирование транспортных потоков (обзорный реферат), 18.03.2003.
8. Столица: земля, воздух и вода, Архивировано из первоисточника 24 июля 2012//АиФ, № 13, 26 марта 2008.
9. Хегай Ю.А. Зарубежный опыт транспортной политики//Теория и практика общественного развития, №8, 2013.

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ
ЧАСТНО-ГОСУДАРСТВЕННОГО ПАРТНЕРСТВА
В РАЗВИТИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ МЕГАПОЛИСОВ**

**Околышев Д.А.,
Государственный университет управления,
Научный руководитель:
Р.Ж. Сираждинов, к.э.н., доцент
Государственного университета управления**

Аннотация: в статье рассмотрен вопрос направления стратегического развития мегаполисов, а также отражен механизм развития государственно-частного партнерства в развитии инфраструктуры мегаполисов. Предложены модели государственно-частного партнерства в формировании инфраструктурных проектов, учет которых является условием эффективным для развития мегаполисов на всех стадиях инновационного процесса.

Ключевые слова: Мегаполис, государственно-частное партнерство, инфраструктура, проекты, модели, развитие, механизм, инновации.

Abstract: In the article reviewed the question of direction of the strategic development of cities, and reflected the mechanism of public-private partnership in infrastructure development of megacities. The models of public-private partnership infrastructure projects in the formation, registration of which is a prerequisite for an effective development of megacities in all stages of the innovation process.

Key words: Mega polis, a public-private partnership, infrastructure, projects, models, development, mechanism, innovation.

Развитие инновационных, конкурентоспособных мегаполисов направленных на повышение качества жизни своих граждан, является основной задачей в социально-экономическом развитии страны. Применение различных принципов и стилей в управлении является результатом социально-экономических изменений в обществе. Специфика управления современных мегаполисов в условиях инновационного развития определяется ее инфраструктурной направленностью. Это предполагает совокупность механизмов, учитывающих интересы государства, предпринимателей, науки и общества в развитии инфраструктуры мегаполисов¹.

¹ Семкина О.С., Попадюк Н.К. Региональное программирование и программируемая регионализация // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2015. № 4. С. 62–65.

Государственно-частное партнерство (далее соответственно – ГЧП) в качестве экономического и социально-эффективного метода регулирования инфраструктурной политики в условиях экономических санкций, предъявленных странами Западной Европы и Северной Америки, может вывести на новый более высокий уровень и качество жизни. Опыт западных стран с развитой экономикой показывает, что крупные инфраструктурные проекты государство не может решить в одиночку без сторонних инвестиций и поддержки со стороны бизнеса. В регионах России ГЧП формируется с 2004–2005 г., однако до сих пор этот механизм окончательно ещё не отлажен.

ГЧП – система экономических отношений связанных между государством (федеральных и региональных органов власти), органами местного самоуправления, предприятиями, некоммерческими организациями, которая основана на долгосрочных государственно-гражданско-правовых контрактах, связывая принципы конкурентной рыночной экономики и социально-государственного регулирования¹. Роль некоммерческих организаций заключается в контроле за качеством и стоимостью услуг производственных проектов. Также для ГЧП необходимо участие гражданского общества в области экономического развития на различных уровнях.

С практической точки зрения ГЧП – это договор на гражданско-правовой основе сотрудничества между федеральными, региональными и муниципальными органами власти, предприятиями и частными компаниями, проведение мероприятий с участием и под контролем некоммерческих организаций для достижения общих социальных и экономических целей. [7,8]

Организационно-правовыми формами ГЧП являются инвестиционное партнерство, федеральные, региональные программы, государственные корпорации и совместные предприятия, различные виды льгот. Для успешного функционирования ГЧП целесообразно проведение государственных мероприятий.

ГЧП является результатом глобализации и развития рыночных отношений на основе достижения оптимума между экономической и социальной эффективностью, эффективностью производства и соци-

¹ Москвитина Е.И., Дорошина И.П., Бутова Т.В. Необходимость модернизации государственного регулирования инвестиционной деятельности в России в условиях глобальной конкуренции// Теоретические и прикладные аспекты современной науки. 2015. № 9–6. С. 113–115.

альной ответственностью. Это партнерство демонстрирует возможности российской смешанной модели микроэкономики, которая принимает во внимание интересы всех заинтересованных сторон партнерских отношений. Институциональное развитие происходит с трех сторон партнерства:

- общественный сектор – через создание смешанного финансирования монополии государственных объектов;
- частный сектор – через участие в совместных проектах с государством и интерес к долгосрочным проектам с длительным сроком окупаемости и низкой рентабельностью;
- некоммерческое объединение – за счет контроля и участия гражданского общества в реализации инфраструктурных проектов.

Успех ГЧП зависит от уровня информационной прозрачности в распределении бюджетных ресурсов и региональных ресурсов. Это позволит обеспечить не только инфраструктурное развитие, но и многие другие сферы деятельности.

Для успешного функционирования ГЧП необходимо эффективное распределение полномочий собственности, функций, обязанностей и обязательств между представителями государственного и частного сектора. К сфере ответственности частных структур относятся детальное планирование, строительство объектов, их финансирование и обслуживание.

В условиях региональной конкуренции, участие инфраструктурных проектов в этих процессах заключается в создании, выявлении и использовании некоторой комбинации конкурентных преимуществ в мегаполисах, например в сфере промышленного производства, с целью привлечения на территорию региона дополнительных ресурсов (инвестиций, трудовых ресурсов и инноваций).

Необоснованное наращивание объемов финансирования инфраструктурных проектов без их соответствующего обоснования мы считаем неэффективным. Поэтому в качестве наиболее приемлемых способов развития инфраструктуры мегаполисов рассматриваем реализацию крупных инвестиционных проектов, направленных на строительство новых или реконструкцию уже существующих объектов. Такой подход, требующий значительных объемов финансирования, вынуждает привлекать частных инвесторов.

Для развития инфраструктуры мегаполисов первоочередным и важным является процесс согласованности строительства новых инфраструктурных объектов с территориальным планированием на территории мегаполисов. В противном случае несогласованность действий приводит к убыткам субъектов инфраструктуры и ограничивает привлечение инвестиционных субъектов в мегаполис. С подобными проблемами сталкиваются мегаполисы, например в жилищном строительстве, когда инвесторов не привлекают малонаселенные районы для строительства жилых комплексов и других объектов инфраструктуры. В связи с этим формируется механизм согласования действий региональных и местных органов власти по развитию региональной инфраструктурной политики.

И в заключении необходимо отметить, что в настоящее время в условиях вышеупомянутых санкций, развитие инфраструктурных проектов должно послужить импульсом к развитию Российской экономики.

Таким образом, эффективным способом реализации инновационного развития в мегаполисах является применения механизма ГЧП. Комплексное использование механизмов взаимодействия государства с частными компаниями является основным источником дальнейшего социально-экономического роста России и ее регионов.

Литература:

1. Организация кластеров в экономике России как формы развития хозяйственных связей между предприятиями, Матвеева О.А., Василенок В.Л., Экономика и предпринимательство. 2013, №9.

2. Ильина Е.А. Интегральный показатель оценки инвестиционной привлекательности агропредприятий // Экономика сельского хозяйства России–Москва, 2012.

3. Варнавский В.Г., Клименко А.В., Королев В.А. Государственно-частное партнерство: теория и практика. М.: ГУ-ВШЭ, 2010.

4. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 1996 г. № 480 «Об утверждении федеральной целевой программы «Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2018 года».

5. Карпус Е. Основные препятствия при реализации проектов ГЧП, 2009 г.

6. Москвитина Е.И., Дорошина И.П., Бутова Т.В. Необходимость модернизации государственного регулирования инвестиционной деятельности в России в условиях глобальной конкуренции// Теоретические и прикладные аспекты современной науки. 2015. №9–6. С. 113–115.

7. Панина О.В. Совершенствование подходов к разработке стратегии социально – экономического развития территории в условиях пространственной интеграции (на примере г. Москвы и Московской области).

8. Панина О.В., Ващенко Р.Р. Особенности моделей взаимодействия власти и бизнеса в регионах России. В книге: The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers “The genesis of genius” ISAE «Consilium». г.Женева (Швейцария), 2014. С. 215–218.

9. Семкина О.С., Попадюк Н.К. Региональное программирование и программируемая регионализация // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2015. № 4. С. 62–65.

ЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА 2015 ГОДА. АНАЛИЗ СИТУАЦИИ И ПРОГНОЗ

Прыткова О.О.
Московский государственный
социальный университет
Научный руководитель:
д.э.н., проф. А.Н. Кириллова

Аннотация: недвижимость всегда была и будет инструментом для сохранения капитала в трудные времена для экономики государства. Подтверждением этому является всплеск на рынке недвижимости в России, который наблюдался в начале и середине 2014 года, когда люди, напуганные риском потерять свои сбережения, и, пытаясь их сохранить, бросились покупать объекты недвижимости.

В результате этого, в начале 2014 года, произошел рост спроса на жилую недвижимость в Российской Федерации.

Все задаются вопросом, а как повлияет кризис на рынок недвижимости в 2015 году? Для того, чтобы ответить на это вопрос, необходимо определить, какие же факторы оказывают воздействие на состояние рынка сегодня. Чем вызван спад продаж и кризис недвижимого имущества?

Ключевые слова: недвижимость; жилая недвижимость; кризис; спрос; рынок недвижимости.

Abstract: Real Estate always was and will be an instrument for saving the capital of a governments economy in hard times. Acknowledgement of this is the burst on the real estate market in Russia, which was observed in the beginning and middle of 2014, when people, scared by the risk of losing their savings, and trying to save them, dashed to buy objects of real estate.

As a result of this, in the beginning of 2014, there was a growth in demand for residential real estate in the Russian Federation.

Everyone is faced with the question, how will crisis affect the market of real estate in 2015? To answer this question, you must define, which factors have an impact on the market nowadays. By what is the fall in sales and crisis of real estate?

Key words: real estate, residential real estate, crisis, demand, market of real estate.

По оценкам экспертов на этот сегмент рынка оказывают влияние следующие признаки:

1. Снижение внутреннего валового продукта (ВВП). Внутренний валовой продукт – это сумма добавленных ценностей, созданных за определенный период всеми производителями, ведущими производство на территории страны [1]. Именно этот показатель свидетельствует о состоянии экономики и об уровне жизни населения. Чем меньше ВВП, тем ниже наполняемость бюджета и уровень жизни граждан. По итогам 2014 года уровень ВВП снизился практически на два процента, что считается очень серьезным фактором, провоцирующим развитие кризиса недвижимости.

2. Рост инфляции тоже не способствует оживлению продаж в любом сегменте рынка. Инфляция (от латинского *inflatio* – вздутие) – долговременное снижение покупательной способности денег. Чем выше инфляция, тем дороже в итоге стоит любой объект [1]. При этом уровень доходов граждан не увеличивается, а, значит, их покупательная способность падает. В итоге это может привести не только к падению рынка, но и к полному его обрушению (как это происходило в Америке, когда элитные дома можно было приобрести очень дешево).

3. Политика девальвации рубля. Ослабление национальной валюты, пусть и запланированное, спровоцировало вначале резкий всплеск потребительской активности. Это было обусловлено тем, что люди стремились вложить средства в активы для сохранения своих денег. Те, кто успел взять кредит или просто купить какую-то недвижимость, в итоге выиграли. Но денежные средства, хранившиеся у населения, в своем большинстве были потрачены. Сегодня подобного ажиотажа ожидать уже не стоит. Из-за этого на рынке недвижимости наблюдается затишье. Крупные игроки, которые располагают достаточными финансовыми возможностями, пока не инвестируют свои финансы в этот сегмент экономики, ожидая дальнейшего понижения цен и выхода из кризиса.

4. Доходы населения на протяжении 2014 года постоянно снижались. Огромное количество граждан осталось без работы. В начале 2015 года данная ситуация не изменилась. Продолжает наблюдаться рост безработицы по всей стране. Вследствие этого уменьшился спрос на покупку жилой недвижимости, и резко увеличилось количество неплатежеспособных граждан по ипотечным займам.

5. Неплатежи по кредитным договорам подстегнули финансово-кредитные учреждения к ужесточению кредитной политики. Так как практически три четверти населения предпочитают приобретать недвижимость по ипотечному кредитованию, банки были вынуждены поднять ставку по этому виду кредита.

6. Кризис на рынке недвижимости 2015 года был обусловлен и значительным сокращением в области строительства новых объектов. Во-первых, стоимость строительства значительно возросла, благодаря удорожанию строительно-монтажных работ. Во-вторых, свою негативную роль сыграли и новые правила выкупа земельных участков под строительство зданий (имеется в виду выкуп у органов муниципалитета). Если раньше допускалась оплата за земельный участок в рассрочку, частями, то сегодня продавец требует стопроцентной оплаты за приобретаемый участок. Из-за дефицита денежных средств многим строительным компаниям это стало практически невозможным.

Что ожидает недвижимость в 2015 году? По мнению специалистов рынка недвижимости, в 2015 году нас ждут следующие перемены:

1. Ставки по ипотечным кредитам вырастут. Причем довольно значительно. Банки продолжают ужесточать политику в этом направлении. Многие крупные финансово-кредитные учреждения склоняются к тому, чтобы увеличить сумму первоначального взноса по ипотеке до 60–70 процентов годовых. Такая мера никоим образом не будет способствовать росту покупательской активности. [4]

2. Самым востребованным сегментом рынка недвижимости останется сектор вторичного жилья и новостроек, относящихся к разряду экономкласса. Несмотря на то, что квартиры вторичного рынка быстрее устаревают морально, многие из них также подходят для успешного инвестирования. Это то жилье, которое расположено в центре города либо в престижных его районах, рядом с метро или остановками транспорта, которые позволяют быстро добраться до мест работы; с развитой инфраструктурой – школами и детскими садами, поликлиниками, магазинами и пр. Лучше, если квартира будет в зеленом районе, с парками и скверами, с красивыми видами из окон, а не среди промышленных зон и предприятий с вредными выбросами.

Инвесторы в жилой недвижимости чаще предпочитают новостройки. Это жилье более современное, с улучшенными планировками, с застекленными лоджиями, новыми лифтами и коммуникаци-

ями и т.д. Новостройку можно купить на стадии строительства по более низкой цене. К тому же здесь отсутствуют юридические риски, которые есть на вторичном рынке. Однако инвестор должен отдавать себе отчет, что в кризис риски покупки в новостройке возрастают, особенно если это покупка в еще не начатой стадии строительства.

Сейчас девелоперы поставлены в сложное положение: себестоимость строительства с падением курса рубля резко растет, а цены не позволяют поднимать слабеющий спрос. Кредиты для застройщиков фактически закрыты после повышения ключевой ставки Центрального Банка. В таких условиях многие из них могут объявить о заморозке своих проектов. В крупных проектах, которых сейчас заявлено много, могут построить, допустим, лишь первую очередь, а остальные заморозить до лучших времен.

3. Компании-застройщики будут вынуждены идти на уступки покупателям, предоставляя выгодные условия по рассрочке платежей. Эта мера вынужденная, но она позволит многим строительным компаниям остаться на плаву и упростит процедуру приобретения жилья в кредит [4].

4. В наступившем 2015 году невыгодно продавать квартиры, относящиеся к объектам вторичного рынка, потому что за подобную недвижимость больших денег вы не получите, а на фоне дешевого рубля будет достаточно сложно найти необходимую доплату для приобретения жилья из фонда новостроек. Гораздо выгоднее осуществлять расширение жилплощади не через операцию купли-продажи, а путем обмена квартир с доплатой. Кстати, доплата в этом случае составит меньшую сумму, если сравнивать ее с предполагаемой суммой кредита [4]. Фактор ликвидности очень важен для инвестора. Ликвидность – экономический термин, обозначающий способность активов быть быстро проданными по цене, близкой к рыночной [2]. Из-за процессов, наблюдаемых в последнее время в экономике, из-за замедления деловой активности на рынках, срок экспозиции большинства объектов – как жилой, так и коммерческой недвижимости – увеличился, а ликвидность снизилась. Сейчас ликвидность снижается даже у московских квартир – срок продажи средней квартиры составляет около полугода. В регионах он сильно выше – от одного года до полутора лет. И все же жилье в целом остается более ликвидным товаром, чем склад, офис или торговое помещение.

На жилом рынке наиболее подходят для успешного инвестирования объекты, которые расположены, как уже выше было сказано, в престижных районах, с хорошим транспортным сообщением и инфраструктурой, хорошей экологией. Если инвестор вкладывает средства на несколько лет, можно выбирать новостройки и на окраинах – за эти годы районы, возможно, станут более обжитыми, и ликвидность квартир там повысится.

Однокомнатные и двухкомнатные квартиры всегда легче продать, чем многокомнатные. Поэтому профессиональные инвесторы, как на первичном, так и на вторичном рынке ориентируются, главным образом, на жилье небольшой комнатности и небольших площадей.

Эти слова подтверждает Дмитрий Пантелеймонов, директор департамента маркетинга и продаж ГК «Лидер Групп», который ожидает усиление интереса к квартирам-студиям: «В противовес кризисам 1998 года и 2008–2009 годов нынешний имеет все шансы стать более продолжительным, поэтому на квартирах-студиях сосредоточится не только инвестиционный спрос, но и интерес обычных покупателей, стремящихся приобрести «крышу над головой» даже в период неблагоприятной экономической конъюнктуры». По наблюдениям Дмитрия Пантелеймонова, в течение всего 2014 года на рынке новостроек ближнего Подмосковья наблюдался процесс «вымывания» маломерных квартир [3].

Наступает сложное время, и уже становится ясно, что проблемы не обойдут стороной рынок недвижимости. Можно забыть о гигантской доходности и сверхприбылях, которые некогда сулили эти активы. Тем не менее, недвижимость остается одним из инструментов инвестирования – просто нужно будет более тщательно подходить к выбору объектов.

Сначала необходимо определиться с регионом, куда вы хотите инвестировать. Все эксперты утверждают, что в кризис лучше выбирать наиболее устойчивые к экономическим потрясениям города. Скорее всего, наименьший спад будет наблюдаться в центрах деловой активности – Московском регионе, в крупных городах, где всегда есть рабочие места, и спрос на недвижимость традиционно высок. Наибольший спад будет наблюдаться в городах с закрывшимися производствами и дотационных регионах [5].

Учитывая сложившуюся сейчас в нашей стране ситуацию, цены на недвижимость будут сильно зависеть от кризисных факторов. Различные виды недвижимости ведут себя неоднородно: специалисты склоняются к мнению, что коммерческое и загородное жилье будет демонстрировать тенденцию к снижению стоимости, а вот жилые объекты наоборот обещают пользоваться постоянным спросом.

Есть специалисты по финансовому анализу, которые утверждают, что упадок, пережитый нами в 2008 году, вызванный крупномасштабными Мировыми событиями, никак не может сравниться с переломом, прогнозируемым в 2015 году. Большое количество западных держав реконструируют экономику, но нас, скорее всего, ожидает ее спад, вызванный враждебными внешними политическими событиями и проблемами во внутренней структуре экономики страны, никак не модернизируемые долгое время. По данным анализа ведущих компаний видно, что на жилье в новостройках в ближайшие пару лет ожидается повышение цен на пять-десять процентов. А вот на вторичное жилье, наоборот, ожидается спад покупательской активности и, как следствие, стоимости на десять – пятнадцать процентов. Эксперты в области экономического развития обращают внимание на тот факт, что стоимость недвижимости Америки и Европы опустились уже достаточно давно и изменения, происходящие со вторичной недвижимостью в России, вполне закономерны

Общий прогноз на 2015 год. Спрос будет иметь тенденции к понижению из-за уменьшения платежеспособности жителей страны, нестабильности курса иностранных валют: доллара и евро, повышением кредитных ставок. Но люди все равно будут стремиться вложить свои накопления прежде всего в жилую площадь, а не во что-то другое. Поэтому покупательская активность на недорогую жилую недвижимость всегда будет, несмотря ни на что.

Литература:

1. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Макроэкономика: учебник. 6-е изд., испр. и доп. М.: Высшее образование, 2006.
2. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Анализ финансовой отчетности // Финансовый менеджмент=Financial management. Theory and Practice/ пер. с англ. под. ред. Е.А. Дорофеева. 10-е изд. СПб.: Питер, 2007.
3. www.prnews.ru
4. prostoinvesticii.com
5. journal.mirkvartir.ru

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

*Добринина Л.Р., магистрант,
Финансовый университет
Научный руководитель:
О.В. Панина к.э.н., доц.
«Государственное и муниципальное
управление», Финансовый университет*

Аннотация: уровень развития, в том числе демографического, каждого отдельного региона напрямую влияет на благополучие страны в целом. В связи с этим стратегическое управление демографическим развитием региона начинает играть особо важную роль во всей системе демографического управления страны. Во исполнение Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года все субъекты РФ разработали собственные программы демографического развития, в которых подробно сформулированы основные цели и задачи управления демографическим развитием, а также механизмы их достижения.

Ключевые слова: демографическое развитие, управление регионом, стратегическое управление

Abstract: The level of development, including demographic, each individual region has a direct impact on the well-being of the country as a whole. In this regard, strategic management of demographic development of the region begins to play a particularly important role in the demographic control of the country. Pursuant to the concept of the demographic policy of the Russian Federation for the period until 2025 all the subjects of the Russian Federation has developed its own programme of demographic development, which in detail sets out the basic objectives and control problems of demographic development, as well as the mechanisms for achieving them.

Keywords: demographic development, management of region, strategic management

Мировое сообщество в XX веке выработало основные общие для большинства стран принципы управления демографическим развитием как государства в целом, так и каждого отдельного региона, изложив их в таких документах, как Всеобщая декларация прав человека, Конвенция о правах ребёнка и Декларация прав ребенка.

Основополагающим документом в данной сфере является Всеобщая декларация прав человека, представляющая собой первое в истории глобальное определение прав, которыми обладают все люди. Она носит рекомендательный характер, однако широко распространено мнение, что в силу обычая Декларация приобрела обязательную силу. В области управления миграционными процессами Декларация предписывает, что каждый человек свободен передвигаться и выбирать место жительства в пределах каждого государства, а также перемещаться из одной страны в другую по своему усмотрению. Статья 16 признает семью естественной и основной ячейкой общества, а также ее право на защиту со стороны общества и государства. Наконец, особое внимание уделяется материнству и младенчеству. Так, согласно Декларации, «материнство и младенчество дают право на особое попечение и помощь. Все дети, родившиеся в браке или вне брака, должны пользоваться одинаковой социальной защитой».

20 ноября 1959 года резолюцией 1386 (XIV) Генеральной Ассамблеи ООН была провозглашена Декларация прав ребенка, которая, признавая права и свободы человека, провозглашенные Всеобщей декларацией прав человека, фокусирует свое внимание на правах детей, описывает их более точно и полно. Она состоит из десяти принципов, которыми должны руководствоваться страны-участники. Так, за каждым ребенком признается право на здоровый рост и развитие, что предполагает специальный уход, охрану, медицинское обслуживание, которые должны предоставляться не только ему, но и его матери. Данный принцип имеет особое значение в условиях современной жизни, когда, согласно социологическим опросам, женщины часто отказываются от материнства из-за неуверенности в своей способности обеспечить ребенку все вышеперечисленное. Одной из социально незащищенных категорий граждан являются дети, оставшиеся без попечения родителей, а также не имеющие достаточных средств к существованию. Принцип 6 возлагает ответственность за заботу об этих детях на общество и органы публичной власти. Также данный принцип рекомендует осуществлять материальную поддержку многодетным семьям посредством государственных и иных видов пособий.

Первым и основным международно-правовым документом, определяющим права ребенка и носящим обязательный характер, стала Конвенция о правах ребёнка. Она была принята резолюцией 44/25 Генеральной Ассамблеи ООН от 20 ноября 1989 года. Руководствуясь

приведенными выше принципами Декларации прав ребенка, Конвенция признает права детей на пользование наиболее совершенными услугами системы здравоохранения и средствами лечения болезней и восстановления здоровья. Данная статья преследует следующие цели:

- Снижение уровня младенческой и детской смертности.
- Обеспечение предоставления необходимой медицинской помощи и охраны здоровья всех детей с уделением первоочередного внимания развитию первичной медико-санитарной помощи.
- Предоставления матерям надлежащих услуг по охране здоровья в дородовой и послеродовой периоды.
- Развития просветительной работы и услуг в области профилактической медицинской помощи и планирования размера семьи.

Статья 26 закрепляет практику социального обеспечения детей, включая социальное страхование. Достижение осуществления данного права происходит в соответствии с национальным законодательством конкретной страны. Также предполагается поддержка государством родителей посредством различных программ с целью обеспечения ребенка всем необходимым, а в особенности жильем, питанием и одеждой. За исполнением государствами-участниками прав, признанных Конвенцией, следит специально созданный Комитет по правам ребенка, состоящий из восемнадцати экспертов, обладающих высокими нравственными качествами и признанной компетентностью в области, охватываемой Конвенцией.

Стратегическое управление демографическим развитием как страны в целом, так и отдельных ее регионов тесно связано с такими показателями как уровень рождаемости, смертности, обеспеченность рабочей силой, коэффициенты демографической нагрузки. При этом следует заметить, что все эти показатели берутся в динамике для определения их тенденций. Кроме того, на демографическую ситуацию влияют различные события, как правило, носящие негативный характер, например, войны, природные катаклизмы, эпидемии. В связи с этим страны, осуществляющие стратегическое управление демографическим развитием условно делятся на две группы с противоположными интересами и, как следствие, разнонаправленными системами мер.

Первая группа включает в себя страны с расширенным воспроизводством населения. В данную группу входят в основном развивающиеся страны: Китай, Индия, Пакистан. Высокий уровень рождаемости при относительно низком уровне смертности вызывают значительное демографическое давление на экономику при недостаточности ресурсов своих стран. По этой причине основная задача властей в этих странах – снизить темпы роста населения.

Основой стратегического управления демографическим развитием Китая являются оптимизация воспроизводства населения и жесткий контроль над уровнем рождаемости. С начала 1970-х годов китайское руководство проводит политику, направленную на ограничение числа детей в семье. Для достижения данной цели во всех регионах действуют уполномоченные Государственного комитета по демографической политике и планированию рождаемости. Они осуществляют ежемесячный осмотр женщин детородного возраста, руководит производством противозачаточных средств, снабжает ими малоимущие семьи.

На региональном уровне за демографические показатели также персонально отвечает губернатор провинции. Региональные власти осуществляют программы по сокращению рождаемости, устанавливают объемы штрафов за превышение количества детей в семье. Широко известен принцип «Одна семья – один ребенок», который четко определяет права пар, живущих в городе. Деревенские жители имеют право на рождение двух детей при условии, что первым ребенком оказалась девочка. При этом существует ряд исключений из данного правила, позволяющий превышать квоту. Часть этих исключений зависит от политики, проводимой региональной администрацией. Превышение установленного норматива влечет за собой штрафы. Кроме того, помимо экономических санкций существуют и административные. К ним относятся увольнение из государственного учреждения или предприятия и исключение из коммунистической партии.

Программы планирования семьи направлены на увеличение интервалов между рожденьями детей и отсрочку браков. Например, минимальный брачный возраст в Китае повышен до 22 лет для мужчин и до 20 лет для женщин. При этом некоторые провинции повысили этот возраст до 28 и 25 лет соответственно. Правительство активно использует средства массовой информации для пропаганды поздних браков и снижения рождаемости, наглядную агитацию, рекламу средств контрацепции.

В Индии значительно активнее распространено региональное стратегическое управление демографическим развитием. Федеральные власти определили общие цели демографической политики, однако некоторые региональные органы власти, проведя анализ демографической ситуации в своих регионах и учитывая их культурные особенности, скорректировали эти цели и желаемые показатели в региональных демографических политиках. Общим для подавляющего большинства штатов Индии является осуществление пропагандистских мер для снижения уровня рождаемости и снижение стоимости контрацептивов.

Кроме того, меры стратегического управления в каждом регионе имеют свои особенности. Так, в Раджастане в целях повышения среднего возраста вступления в брак Правительством штата был установлен возраст, до достижения которого жителем штата регистрация брака приводит к утере права быть избранным в местные и региональные органы власти. В Мадхья-Прадеша сокращение числа детей в семьях происходит за счет отстранения от участия в выборах в местные и региональные органы лиц, имеющих после 26 января 2001 года более двух детей. Появление третьего ребенка является причиной для отстранения от исполнения рабочих обязанностей ранее избранных на данные должности лиц. В штате Гоа для снижения уровня рождаемости осуществляются меры по повышению уровня образования жителей, в том числе посредством введения в школах предмета «Основы семейной жизни» для создания у подростков более ответственного взгляда на рождение детей. Правительство штата Махарашатра провозгласило семью с двумя детьми «эталонной малой семьей» и утвердило следующие меры поддержки:

- получение разного рода субсидий;
- предоставление ссуды на покупку автомобиля, строительство жилья и т.п.;
- возмещение государством медицинских расходов.

Ко второй группе относят страны, в которых смертность превышает рождаемость. Это, в основном, развитые страны. Целью стратегического управления демографическим развитием в данном случае является повышение уровня рождаемости.

Основные меры по стимулированию рождаемости делятся на три

группы:

- меры материального стимулирования;
- меры в сфере трудового законодательства;
- меры социального характера.

Первая группа мер направлена на снижение фактических издержек по рождению, уходу и воспитанию ребенка. К этим мерам относят единовременные и ежемесячные выплаты и налоговые вычеты. В целях повышения их эффективности, а также достижения социальной справедливости вышеперечисленные меры могут быть дифференцированы по социально-экономическому положению семей-получателей, количеству детей в них, а также по очередности рождений и возрасту детей. Помимо вышеперечисленных мер предусмотрены дополнительные – различные субсидии и кредиты на покупку жилья.

Одной из самых популярных мер по поддержке семьи с ребенком являются периодические пособия, которые выплачиваются на каждого ребенка определенного возраста. Однако считается, что данные пособия имеют не очень высокую степень воздействия из-за своей отдаленности по времени. Принимая решение о рождении ребенка, семья, как правило, учитывает свои текущие и ближайшие по времени доходы.

Достоинствами единовременных фиксированных выплат считается то, что единовременные пособия в противоположность предыдущим мерам выплачиваются в момент рождения ребенка и оказывают более значимое влияние на готовность граждан завести ребенка. Использование подобных пособий является основополагающей мерой в стратегическом управлении демографическим развитием некоторых регионов, например, в Квебеке. Кроме того, как периодические, так и единовременные выплаты в некоторых странах предоставляются в натуральной форме («корзина новорожденного» в Финляндии).

Такой же эффект оказывают налоговые льготы, осуществляемые также на момент рождения ребенка. Отличительной чертой налоговых льгот является то, что по сравнению с пособиями и выплатами они благоприятно воздействуют на занятость на рынке труда. Размер льготы увеличивается с ростом заработной платы, поэтому наибольшую выгоду от этой меры получают слои населения с наиболее высокими доходами.

В целях сглаживания проблемы совмещения родительства и занятости на рынке труда применяются меры трудового законодательства. Сущность этих мер состоит в том, что они дают возможность как женщинам, так и мужчинам брать отпуск по уходу за ребенком, а также позволяют женщинам продолжать работать вне зависимости от их семейного положения. Они включают предоставление:

1. Отпусков по уходу за ребенком, причем в некоторых странах обоим родителям. Такие отпуска делятся на полностью оплачиваемые, частично оплачиваемые и неоплачиваемые. Все они включают в себя:

- Материнский отпуск, или отпуск по беременности и родам: распространяется на непосредственно пред- и послеродовой период. Может дополняться отцовским отпуском, который значительно короче материнского.

- Родительский отпуск, или отпуск по уходу за ребенком. Он следует за отпуском по беременности и родам и не зависит от пола родителя. Несомненным достоинством данного вида отпуска является то, что родители могут обратиться ко всей системе льгот и преимуществ отпусков и при этом выбрать, кто будет ими пользоваться.

2. Разного рода гарантий беременным женщинам и семьям с маленькими детьми (например, гарантия сохранения рабочего места за женщиной на период ее отпуска по уходу за ребенком).

3. Гибких форм занятости для работников с семейными обязанностями – гарантируют защиту от работы сверхурочно, необходимости ездить в командировки, работы в ночное время. Также распространен такой метод, как предоставление права неполной занятости. Значительное число стран предоставляет право родителям регулировать часы своей работы. В качестве дополнения к вышеуказанному такие страны, как Греция, Швеция и некоторые другие, комбинируют данную практику с родительскими отпусками, предоставляя работникам возможность отказаться от части отпуска, выйдя на неполный рабочий день с изменением схемы оплаты труда. Однако, как правило, они имеют ограничение по возрасту ребенка.

Серьезный недостаток этой группы мер – они наиболее сложны в реализации по причине того, что они затрагивают интересы третьей стороны, то есть работодателей. Кроме того, негативное влияние оказывает тот факт, что предоставление определенных преимуществ работникам, имеющим семейные обязанности, вызывает ощущение несправедливости у их коллег, не имеющих детей.

С рынком труда связан также вопрос о сокращении времени, которое женщина затрачивает на уход за ребенком и его воспитание. Для его решения используются меры социального характера. Их сущность состоит в развитии институциональных услуг по уходу за детьми. Данные меры крайне разнообразны и включают в себя создание общедоступных государственных учреждений и развитие института домашних услуг по уходу за детьми дошкольного возраста. Кроме того, во многих странах предусмотрена компенсация части оплаты содержания ребенка в частных детских садах.

Также в некоторых регионах предусмотрено изменение часов работы дошкольных учреждений таким образом, чтобы они наиболее гармонично соотносились с занятостью родителей. Государство также берет на себя ответственность за строительство и содержание детских дошкольных учреждений и проводит мониторинг качества услуг. Особое влияние на работу по этому направлению оказывает территориальный аспект. В зависимости от численности населения территорий и тенденций рождаемости на этих территориях различается уровень доступа к услугам. Этот фактор учитывается на региональном и муниципальном уровнях при организации инфраструктуры¹.

Все перечисленные выше группы мер в том или ином соотношении встречаются в стратегиях демографического управления всех развитых стран. Однако именно соотношение данных механизмов определяет эффективность стратегического управления конкретного государства. В связи с этим нелишним будет ознакомиться с опытом разных стран в данной сфере.

Одной из стран, вынужденных предпринимать специальные меры для стимулирования рождаемости, является Германия. ФРГ – федеративное государство, поэтому политика по всем направлениям развития страны, в том числе и демографическом, проводится на нескольких уровнях. При этом следует отметить, что субъекты федерации обладают значительной долей самостоятельности и достаточно широким набором функций, а общегосударственные демографические программы учитывают особенности регионов.

¹ Бутова Т.В., Добрина Л.Р. Оценка эффективности деятельности органов власти муниципальных образований // Science Time. 2014. № 6. С. 27–30.

Общие стратегические направления демографического развития государства и основополагающие нормативно-правовые нормы разрабатываются на федеральном уровне. В компетенцию регионов, земель и коммун, входит в основном финансирование детских дошкольных учреждений, организация детских игровых площадок, возмещение родителям оплаты нянь – так называемых «дневных матерей».

Государством также предусмотрены меры поддержки неполных семей в виде специального пособия и семей с низким уровнем дохода – доплата на детей, предоставляемая семьям, чьи доходы могут покрыть только затраты на проживание родителей, но недостаточны для обеспечения ребенка.

Интересен пример Швейцарии, где управление демографическим развитием происходит практически полностью через инициативы кантонов. Федеральный центр осуществляет демографическую политику в основном в отношении интеграции иностранцев. Соответственно, меры повышения рождаемости, применяемые в стране, различаются в зависимости от региона.

Согласно данным периодических изданий, одной из основных мер повышения рождаемости в стране является материальное стимулирование. Помимо федеральных выплат каждый кантон выплачивает семейные пособия из собственного бюджета. Его размер устанавливается органами власти кантона самостоятельно. Кроме того, законодательством предусмотрен ежегодный оплачиваемый отпуск по уходу за больным ребенком. При этом размер выплат также зависит от кантона и страховых взносов.

Анализ публикаций в периодической литературе и интернете позволяет заключить, что в Швейцарии одной из основных статей бюджета семей, в которых растут маленькие дети, является оплата услуг нянь или детских дошкольных учреждений. В подавляющем большинстве кантонов родители получают налоговые вычеты, если оплачивают посещение детьми детских дошкольных учреждений или услуги нянь. Однако в двух регионах – Во и Цуг – право на получение налоговых льгот имеют все семьи с маленькими детьми. В кантонах Во и Фрибур также законодательно закреплена обязанность работодателей осуществлять взносы в специальный фонд, из которого финансируется пребывание детей работников в детских дошкольных учреждениях.

На основании всего вышеизложенного можно сделать вывод, что в связи с различиями в тенденциях демографического роста в разных

странах цели стратегического управления в данной сфере также имеют различные направления. Некоторые развивающиеся страны взяли курс на снижения уровня рождаемости, применяя для этого меры как запретительно-ограничительного, так и поощрительного характера. Страны с суженным воспроизводством населения, к которым относятся развитые и некоторые развивающиеся, в том числе Россия, напротив, стремятся увеличить рождаемость.

Все страны-члены Европейского союза имеют систему периодических детских или семейных пособий. Так как одним из принципов управления в данной сфере является поддержание социальной справедливости эти пособия и выплаты имеют значительную дифференциацию по уровню доходов, числу и очередности детей и региону проживания. Однако, по мнению многих экспертов, эти меры наиболее действенны в отношении тех граждан, которые в ближайшие несколько лет должны перешагнуть определенный возрастной порог, при этом они упускают из зоны своего воздействия всех остальных.

Также в последнее время существует тенденция к замене денежных выплат разного рода налоговыми льготами, что объясняется попыткой повышения поддержания уровня занятости и попыткой стимулирования рождаемости у тех граждан, для которых ценность карьеры наиболее высока.

Широко известен факт, что управление демографическим развитием эффективно только в том случае, когда оно включает в себя меры как экономического, так и институционального характера. Кроме того, следует заметить, что комплексность и непротиворечивость мер – основной принцип политики в данной сфере. Наконец, важным моментом в стратегическом управлении вообще и в стратегическом управлении демографическим развитием в частности является долгосрочность выбранного направления.

Литература:

1. Colombo F., Llena-Nozal A., Mercier J., Tjadens F. Help Wanted? Providing and Paying for Long-Term Care// OECD, 2011.

2. Фенацци С. Какую модель семьи предпочтут в Швейцарии?// Информационный портал «Новости Швейцарии на десяти языках». [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://www.swissinfo.ch/rus/detail/content.html?cid=37313370>

3. Бритт Ш. Сады и ясли в Швейцарии стоят все дороже.// Информационный портал «Новости Швейцарии на десяти языках». [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://www.swissinfo.ch/rus/detail/content.html?cid=36024788>
4. Бутова Т.В., Добрина Л.Р. Оценка эффективности деятельности органов власти муниципальных образований//
5. Science Time. 2014. № 6. С. 27–30.
6. Никулина Ю.А., Нижник Н.С. Правовые средства обеспечения демографической политики в странах Западной Европы. Режим доступа: URL: <http://zakonirus.ru/news/2012-12-16-39>
7. Официальный сайт Федерального агентства труда Германии (Bundesagentur für Arbeit). Режим доступа: URL: <http://www.arbeitsagentur.de/web/content/DE/BuergerinnenUndBuerger/FamilieundKinder/KindergeldKinderzuschlag/index.htm>

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ

Ткачев Е.
Финансовый университет
Научный руководитель:
к.э.н., доцент Н.Н. Мусинова

Аннотация: городские агломерации являются достаточно сложным объектом. Протекающие в них процессы имеют свою характерную специфику, которая требует иного подхода в управлении ими. Ростовская агломерация обладает большим потенциалом для развития. Для его раскрытия нужно преодолеть ряд проблема в первую очередь в вопросах управления.

Abstract: Urban agglomerations are sufficiently complex object. Processes occurring in them have their characteristic specificity, which requires a different way to manage them. Rostov agglomeration has great potential for development. For its disclosure is necessary to overcome a number of problem, in the first place in the management problems.

Ключевые слова: Ростовская агломерация, управление, проблемы и тенденции развития.

Keywords: Rostov agglomeration, management, problems and trends

Сегодня в мировой экономике городская агломераций – одна из основных форм ускоренного развития и повышения конкурентоспособности территориальных образований и, следовательно, национальных экономик¹. На смену городу как точечной форме расселения приходят городские агломерации, производственные, трудовые, культурные и научно-образовательные, связи которых обеспечивают достаточно высокий уровень развития производительных сил и способствуют формированию качественно новых условий развития экономики.

¹ Рагулина Ю., Бутова Т. Пространственная интеграция Москвы: понятие, сущность, значение// Проблемы теории и практики управления. 2013. № 10. С. 67-74.

Целенаправленное развитие агломерации – важная составляющая в регулировании роста крупных центров, в управлении развитием систем расселения¹. Как показывает мировой опыт, объединение поселений в агломерацию превращает территорию в ареал устойчивого и динамичного роста со значительным социальным и экономическим эффектом.

Россия – это «страна городов», которые являются узлами опорного каркаса страны, центрами системы расселения. В нашей стране импульсы к развитию (интеллектуальные, производственные, социальные и т.п.) всегда шли из мест наивысшей концентрации людского материала.

В России на начало 2015 г. имеется 13 городов с населением более 1 млн человек. Из числа российского городского населения свыше 50% живут по существу в агломерациях. В РСФСР (1989) насчитывалось 76 ядер агломерации².

Процесс создания агломераций в России также стал объективным эволюционным процессом городского развития. По мере роста города, нарастания разнообразия осуществляемой им деятельности расширялась зона его влияния на прилегающие территории. Город достигал некоего порога постгородского развития и становился агломерацией. По этому пути, в большинстве случаев, спонтанному, шло формирование многих российских агломераций. Одним из примеров крупной агломерации в России является Ростовская.

Ростов-на-Дону обязан в ближайшем будущем сохранить лидирующие позиции на юге России, и для этого у него есть огромный потенциал, которым не обладает ни один крупный город в южном регионе. Этот потенциал заключается в развитых соседних территориях, которые вместе с областным центром должны быть оформлены в единую большую Ростовскую агломерацию. Она должна называться не Донской, не Южной, а именно Ростовской, по аналогии с Нью-Йоркской, неофициально названной «большим яблоком». Агломерация может быть исключительно городской, это вопрос ее престижа.

¹ Семкина О.С., Попадюк Н.К. Региональное программирование и программируемая регионализация // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2015. № 4. С. 62–65.

² Бутова Т.В., Кривцова М.К. Нормативно-правовые основы управления городом федерального значения // Экономика и управление: проблемы, решения. 2014. № 9 (33). С. 37–39.

А между тем, де-факто она уже практически состоялась. И произошло это, прежде всего, технически, хотя нельзя не учитывать наличие тесных профессиональных связей между городами Большого Ростова. Огромное количество людей из Батайска, Азова, Аксая давно работает в Ростове. А в последнее время наблюдается тенденция обратного течения трудового капитала – с учетом развития промышленных и портовых зон ближайших населенных пунктов уже все больше ростовчан работает за пределами своего города.

Но технические связи все же более ярко выражены. Возьмем вопрос водоснабжения: вода в Батайск поставляется из ростовского водозабора, а стоки из Батайска следуют в очистные сооружения Ростова. Водозабор для Азова также находится в Ростове, здесь же располагается один из водозаборов для Таганрога.

Обсуждение вопросов официального оформления и дальнейшего развития агломерации серьезно тормозят чиновники из разных муниципальных образований, которые почему-то считают, что им придется делиться частью бюджета. Но ведь не нужно ни с кем делиться, агломерация создается не для этого.

Когда несколько человек хотят организовать бизнес, они создают акционерное общество, и каждый вкладывает в него определенную сумму. Делается это не для того, чтобы достать ее друг у друга из кармана, а для получения синергетического эффекта от объединения знаний и капитала для успешной реализации совместно произведенного продукта. Ростов имеет для этого все предпосылки и необходимую инфраструктуру, нужно лишь мобилизовать усилия в данном направлении. И в связи с этим совершенно не понятны опасения чиновников за бюджеты своих городов.

Не отнимать бюджет, а сложить усилия, формализовать их, чтобы продать, в хорошем смысле этого слова, свою общую территорию – вот задача ростовской агломерации. Продавать – значит привлекать сюда научные кадры, инженерные решения, крупный капитал, став в итоге реальным финансовым центром.

Новый аэропорт, который будет построен в станице Грушевской, может до Шахт «вытянуть» Большой Ростов, уже включающий в себя Батайск, Аксай, Азов, Таганрог и Новочеркасск. А это уже агломерационное образование с населением, приближающимся к двум миллионам человек, обладающее прекрасной инфраструктурой. Но, чтобы эти

идеи претворить в жизнь, областной власти нужно, для начала, структурировать и оформить все имеющиеся идеи и уже сегодня начать продвигать, предлагать и продавать эти территории не разрозненно, а только в качестве большой ростовской агломерации.

Агломерация – инструмент управления спросом и предложением, который масштабирует их. Сейчас Ростовская агломерация живет как кукушонок, который тянет ресурсы из всего региона. Это тупик. Надежда была на заграничное финансирование. Экономические коридоры пролегали не по транспортным, а как раз по агломерационным путям, примером мог служить следующий «маршрут»: Днепропетровск – Донецк – Ростовская область. Там было около 7 млн человек. Дальше шел Луганск, Донбасс. На этих коридорах мог бы сформироваться каркас агломерации. Однако, в связи с Украинскими событиями данные коридоры разрушены, и вероятно, не подлежат восстановлению, в связи с новой геополитической ситуацией.

Конечно, «Большому Ростову» с точки зрения привлечения внимания международных застройщиков, инвесторов непросто тягаться с ведущими европейскими городами (хотя по численности населения, например, он, вполне сопоставим с тем же Мюнхеном с его 1,3–1,4 млн человек). Но, на наш взгляд, важно показать не только настоящее, но и будущее, продемонстрировать растущие запросы города, региона, его амбиции, возможности, перспективы и тем самым спровоцировать повышенный интерес участников европейских рынков, побудить к обсуждению и инвестированию актуальных урбанистических и инвестиционных идей этого региона.

О размерах агломерации и методах ее делимитации можно спорить много, однако следует понимать необходимость контроля над ее развитием. Требуется изменить картину мира в сельских районах. В Обливке могут развиваться отрасли, далекие от сельского хозяйства – космическая, фармацевтическая, почти любое направление, человеческий потенциал этому способствует.

Однако будущее кажется далеко не безоблачным. Существует ряд проблем, которые необходимо решить, прежде чем заниматься полноценным прогнозом развития. Без общего управления Ростовская агломерация в своем саморазвитии зайдет в тупик. К такому выводу можно придти, если посмотреть на направления финансовых, трудовых и ресурсных потоков. Ростов превратился в «пылесос», который тянет из

городов-спутников и близлежащих городов ресурсы, в том числе трудовые, но не дает ничего взамен. Один такой «пылесос» в стране уже есть – им считается Москва. Примером может служить Обливский район, который, судя по статистике, уже больше ориентируется на Волгоград. Никто не хочет быть жертвой «пылесоса», который вытягивает резервы.

Главная проблема заключается в том, что юридически агломераций в России не существует, – считает профессор Александр Бояринов, научный руководитель Регионального института территориально-градостроительного проектирования, который разработал систему агломерации с ядром «Большой Ростов». По факту, Ростовская агломерация есть, к этому привело естественное эволюционное развитие территории, она сложилась исторически. Но с этим связана масса проблем и прежде всего проблема эффективного управления агломерацией.

Проблемы агломерации не решаются на федеральном уровне. Нужен новый орган – ассоциация городов или мэров, чтобы найти механизм создания совместного бюджета для агломерации, особенно для развития инфраструктуры, в первую очередь, транспортной и инженерной. Создавая инфраструктуру при развитии агломерации, необходимо помогать стартовать и малому бизнесу, и привлекать инвестиционные проекты.

Основной проблемой сейчас, и не только в Ростовской агломерации, но и в России в целом, является отсутствие системы управления формированием агломераций¹. Отсутствие этих структур вызывают значительные опасения, как со стороны «городов-ядер агломерации», так и средних и малых городов-спутников. Ответом на многие вопросы и опасения может послужить мировой опыт, в том числе опыт Монреалья. Была создана новая структура по управлению Монреальской агломерацией (Montreal Metropolitan Community), наделенная полномочиями по управлению городом Монреалем и единых с ним функциональных зон: окраин, пригородов, городов-спутников, неурбанизированных территорий. Необходимо внести изменения в Федеральный закон

¹ Бутова Т.В., Тарасов И.В., Шаповаленко Е.В. Экономические проблемы и возможности пространственной интеграции Москвы и Московской области и реализации проекта «Большая Москва» // В книге: International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers «the unification of economists and lawyers-is a key to the new stage of development» ISAE "Consilium". г. Берн, Швейцария, 2013. С. 195–198.

Российской Федерации от 6 октября 2003 г. №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» с учетом мирового опыта формирования и развития агломераций.

Различные современные подходы к управлению социально-экономическими системами, применяемые в России, не обладают достаточной универсальностью, не отличаются единством методологии, что ограничивает их использование на практике. Такое разнообразие инструментов и рекомендаций требует нового осмысления и систематизации для выработки единой методологии управления. Содействие адекватному формированию агломераций как форме модернизации национальной экономики и комплексного инструмента развития должно стать важной государственной задачей на многие десятки лет. Тем более, что подверженность социально-экономических систем процессам самоорганизации позволяет задействовать в управлении ими как внешние, так и внутренние резервы и достигать намеченных целей в соответствии с национальными интересами.

Проблемы крупнейших российских городов определяются состоянием коммуникаций; жилья; транспорта; экологии; наличием земли для развития (ее отсутствием); правовыми ограничениями; дефицитом (или наличием) финансов для развития.

Также необходимо формирование устойчивой системы расселения, предполагающей создание агломераций – сети опорных городов, в том числе в Восточной Сибири, Забайкалье, Дальнем Востоке. Развитие агломераций создают условия для формирования кластеров, а кластеры – условия для формирования агломераций. В противном случае, агломерации так и будут концентрироваться вокруг основных населенных пунктов, коими и являются города-миллионеры. Помимо проблем управления, следует отметить другие системные проблемы, мешающие комплексному развитию агломераций.

Во-первых, «старение» населения – сёла и деревни как подвид вымирают десятками ежегодно, малые и средние города теряют возможность самостоятельного развития, ибо все мобильные трудовые ресурсы устремляются в города. Это уже не «взаимовыгодный» обмен центра с периферией, это тотальный отток населения.

Во-вторых, отсутствие единой, строгой программы агломерационного развития, ведь развитие регионов, дело рук самих регионов. Из этого следует строгая индивидуальность, а не комплексность развития,

из-за чего создание эффективной системы расселения, становится невозможным, либо сильно затрудненным.

Таким образом, на данном этапе для Ростовской агломерации необходимо формирование многоядерной открытой планировочной структуры города-центра путем создания линейно-полосовой застройки в пригородной зоне на внешних транспортных магистралях¹.

Выделены следующие новые жилые районы – планировочные «лучи» Большого Ростова:

Чалтырьское (Калининское),
Краснокрымское,
Большесальское,
Щепкинское,
Рассветовское.

Укрепление сложившегося транспортного каркаса агломерации предусматривается можно достичь благодаря строительству полукольца объездной автомагистрали вокруг Ростова-на-Дону, Чалтыря и Батайска и в перспективе строительства глубоких обходов Ростова: на востоке – по территории Октябрьского и Багаевского районов, на западе – прямая связь Таганрога с Новошахтинском и Шахтами в обход Ростова-на-Дону. Крайне желательна реконструкция железнодорожной транспортной сети. Строительство новой станции и вокзала «Ростов-Восточный» в районе станции Кизитеринка.

Говоря о промышленном комплексе, стоит уделить внимание развитию производственных зон в ближней зоне урбанизации. Выделены наиболее динамично развивающиеся три производственно-терминальные зоны: «Западная», «Восточная» и «Южная». Особо перспективным является сооружение Южной промышленно-логистической зоны с новым международным аэропортом в южной части г. Батайска. В Батайске предлагается строительство новых жилых районов в восточной и западной частях города на резервных территориях.

¹ Бутова Т.В., Овсянникова Д.К. Методологические основы стратегического развития городов// В сборнике: Наука и общество в современных условиях Материалы Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Искужин Т.С. (отв. редактор). Уфа, 2013. С. 34–37.

Литература:

1. Бутова Т.В., Овсянникова Д.К. Методологические основы стратегического развития городов// В сборнике: Наука и общество в современных условиях Материалы Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Искужин Т.С. (отв. редактор). Уфа, 2013. С. 34–37.
2. Бутова Т.В., Тарасов И.В., Шаповаленко Е.В. Экономические проблемы и возможности пространственной интеграции Москвы и Московской области и реализации проекта «Большая Москва» // В книге: International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers «THE UNIFICATION OF ECONOMISTS AND LAWYERS-IS A KEY TO THE NEW STAGE OF DEVELOPMENT» ISAE «Consilium». г. Берн, Швейцария, 2013. С. 195–198.
3. Бутова Т.В., Кривцова М.К. Нормативно-правовые основы управления городом федерального значения// Экономика и управление: проблемы, решения. 2014. № 9 (33). С. 37–39.
4. Зотов В.Б. Организация управления и самоуправления в крупнейших городах: современное состояние и проблемы. 2-е изд., испр. и доп. М., 2010.
5. Щитинский В.А. Городские агломерации в России: миф или реальность //Управление развитием территории. 2010. № 3.
6. Артоболевский С.С. Регулирование городских агломераций (аналитический материал) [Электронный ресурс] // Русский архипелаг: сетевой проект «Русского мира». 2011. URL: http://www.archipelag.ru/agenda/povestka/evolution/irkutsk/b2_reg_aglomer/
7. Кудрявцев А.П. Выступление на круглом столе «Мегаполисы и агломерации. День урбанистики» // IX Международный Инвестиционный форум в г. Сочи. 18 сентября 2010 года. URL: http://www.raasn.ru/tribuna/18_09_10.htm
8. Панина О.В. Совершенствование подходов к разработке стратегии социально – экономического развития территории в условиях пространственной интеграции (на примере г. Москвы и Московской области).
9. Панина О.В., Ващенко Р.Р. Особенности моделей взаимодействия власти и бизнеса в регионах России. В книге: The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers “The genesis of genius” ISAE «Consilium». г.Женева (Швейцария), 2014. С. 215–218.

10. Панина О.В., Аржанова М.О., Базанова А.Г. Инновационное государство// В сборнике: Инновационное развитие современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный ред.: Сукиасян А.А. 2015. С. 168–171.
11. Информация с официального сайта Ростов-дом: <http://rostov-dom.info/2009/10/aglomeraciya-rostovskaya/>
12. Проект социально экономического развития стратегии развития Ростовской области до 2020 года
http://web.archive.org/web/20120130055847/http://frontrostov.ru/Data/Sites/1/media/obshestv_expertiza/2011/2011_2408_strategy2020.pdf
13. Основные направления развития системы расселения на перспективу в Ростовской агломерации. Официальный портал Правительства Российской области
<http://www.donland.ru/Default.aspx?pageid=86881>
14. Семкина О.С., Попадюк Н.К. Региональное программирование и программируемая регионализация // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2015. № 4. С. 62–65.

ПОТЕНЦИАЛ ЭЛЕКТРОННОГО МУНИЦИПАЛИТЕТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

*Торопов П.А.,
Финансовый университет,
Научный руководитель:
Н.К. Попадюк, д.э.н., проф.,
профессор кафедры
«Государственное
и муниципальное управление»*

Аннотация: данная статья посвящена вопросам эффективного государственного управления в едином информационном пространстве города. В статье анализируются вопросы реализации социально направленных проектов в системе электронных муниципалитетов на принципах партнерства государства и гражданского общества.

Ключевые слова: электронный муниципалитет, местное самоуправление, государственное управление, гражданское общество, информационное пространство города.

Abstract: This article deals with the issues of good governance in a single information space of the city. The paper analyzes the issues of implementation of social projects in the electronic municipalities on the principles of partnership between government and civil society.

Keywords: e-municipality, local government, public administration, civil society, the information space of the city.

В сфере муниципальных органов власти регионов России в настоящее время идет активный поиск новых ресурсов для решения задач стратегического и оперативного управления. Реструктуризация экономико-социальных реалий нашего государства предоставляет возможность гражданам выступить в качестве активных участников управленческого процесса, в том числе и на местном уровне.

Процессы реорганизации органов местного самоуправления в нашем государстве сопровождаются большими трудностями из-за стремления абсолютизировать самостоятельность органов местной власти, что неизбежно приводит к дисбалансу нормального функционирования общегосударственной управленческой системы. В свою

очередь, федеральный центр, принимая попытки урегулирования системы управления, существенно ограничивает права и возможности местного муниципалитета, сводя к минимуму самостоятельность в решениях, что порождает основную из задач государственного строительства – совместное развитие институтов гражданского общества и органов местного самоуправления на основе информационной политики, как составной части политики органов местного самоуправления. [3]

«Прозрачная» деятельность органов местного самоуправления может повысить гражданскую активность и системно увеличить заинтересованность населения в решении вопросов местного значения. Одним из таких путей является ориентация на развитие «информационного общества».

В «информационном обществе» идет процесс формирования различных сетевых управленческих структур, в том числе институтов государственной власти, как на федеральном, так и на региональном и местных уровнях, включая различные самоорганизующиеся сетевые сообщества граждан.

По мнению ведущих исследователей политической деятельности, именно муниципальный уровень электронной демократии помогает гражданам реально взаимодействовать с властью по политическим и экономико-значимым вопросам, что является весьма актуальным для развития местного самоуправления и становления гражданского общества [5].

Что в настоящее время понимается под гражданским обществом? Следующее определение, которое на наш взгляд является наиболее интересным приводится в Большой актуальной политической энциклопедии [2]: «Гражданское общество – совокупность граждан государства, а также комплекс самоорганизующихся и самоуправляемых общественных институтов, реализующих частные права и свободы этих граждан и, как правило, имеющие юридический контроль со стороны государства. К институтам гражданского общества относят семью, бизнес, образовательные, информационные и религиозные учреждения, общественные организации и ассоциации, местное самоуправление и прочие структуры...». Как видно из определения, одним из базовых принципов функционирования органов местного самоуправления, является гражданское участие в этом институте публичной власти. К

сожалению, практика гражданского участия в самоуправлении, не значительна на сегодняшний момент, и находится в прямой зависимости от эффективности муниципальной власти и ее взаимоотношений с населением.

Эффективное использование механизмов государственного управления на основе единой информационно-технологической инфраструктуры «информационного общества», позволяет обеспечить взаимодействие государственных систем и ресурсов между собой, а также с организациями и населением в рамках предоставления государственных услуг на уровне муниципалитетов. Для формирования стратегий органов власти в применении электронных технологий управления были приняты соответствующие программы, такие, как Федеральная целевая программа (ФЦП) «Электронная Россия на 2002–2010 годы», Государственная программа российской федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)» и постановление Правительства РФ от 08.09.2010 №697 (ред. от 05.12.2014) «О единой системе межведомственного электронного взаимодействия», способствующие оптимизации не только технологий управления самим муниципальным образованием, но и, выделяемыми на его развитие, бюджетными средствами, а также взаимодействия с населением.

Настоящий период реорганизации органов муниципальной власти сопровождается значительным ростом информационных потоков, которые предполагают получения и обмена достоверной информацией в режиме «здесь и сейчас». Например, такие услуги, как предоставление информации о вакансиях работодателей, наличие лекарств в аптеках и электронная запись ко врачу, работа детских спортивных секций и электронный журнал школьника, наличие задолженностей по административным штрафам и налогам и т.п.

Одним из механизмов, реализующих эту задачу является «электронный муниципалитет» (ЭМ), являющийся не только справочно-информационной системой, которая решает вопросы органов муниципальной и государственной власти по оказанию муниципальных услуг населению, но и поставщиком электронных сервисов различным категориям населения, некоторые перечислены в предыдущем абзаце.

На сегодняшний день, использование термина «Электронный муниципалитет» подразумевает реализацию социально направленных проектов на базе информационно коммуникационных технологий

(ИКТ) на территории муниципалитета для оказания населению различного рода услуг.

В значительной мере задача повышения эффективности функционирования ЭМ, в первую очередь решается для оперативного получения качественной информации с последующим использованием в управленческом процессе. Применение современных информационно-коммуникационных технологий позволяет существенно повысить скорость обработки информации, качество, достоверность, конфиденциальность и получить доступ к «облачным технологиям», которые все больше берут за основу при разработке систем электронного государственного управления.

Одним из значительных российских ИТ-проектов в области государственного управления, на наш взгляд, можно считать переход к оказанию государственных услуг в электронном виде согласно федеральному закону от 27 июля 2010 года № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг». Данный федеральный закон регулирует отношения, возникающие в связи с предоставлением государственных и муниципальных услуг соответственно федеральными органами исполнительной власти, органами государственных внебюджетных фондов, исполнительными органами государственной власти субъектов Российской Федерации, а также местными администрациями и иными органами местного самоуправления, осуществляющими исполнительно-распорядительные полномочия [1]. Для обмена в электронном виде необходимыми данными для оказания государственных услуг гражданам, предназначена система межведомственного электронного взаимодействия, позволяющая избавить граждан от необходимости собирать всевозможные документы из государственных органов, ограничиваясь только необходимостью представлять документы личного хранения.

Сегодня одной из основных целей данной государственной политики является не только расширение использования информационных технологий в госуправлении, но и координация с развивающейся системой местного самоуправления на принципах партнерства государства и гражданского общества. Активные и «прозрачные» органы местного самоуправления способны повысить гражданскую активность, постепенно усиливая включенность населения в решение вопросов местного значения и формирования общественного мнения.

Например, такие формы взаимодействия муниципалитета и гражданами, как создание виртуальной среды общения (виртуальная приемная) между руководством муниципалитета и жителями города по вопросам городской жизни, формирование виртуальных молодежных коллективов по генерации, обсуждению и подготовке к практической реализации идей в различных сферах жизнедеятельности города, а также возможность регулирования деятельности по планированию маршрутов наземного транспорта. Потенциал развития электронных госуслуг, по нашему мнению, не ограничен, начиная от возможности отслеживать прохождение документа по инстанциям, и продолжая возможностью гражданами влиять на выборный процесс в муниципальных органы власти путем проведения виртуальных референдумов, используя программы объединения электронных ресурсов на основе межмуниципального сотрудничества.

Создание политической конкуренции на уровне местного самоуправления путем создания виртуальной среды для открытого, свободного, равного обсуждения и выдвижения кандидатов, позволяет сформировать ответственную управленческую команду, которая способна добиться успешной реализации программ развития городской экономики и обеспечить обратную с гражданскими институтами.

Увеличивая, таким образом, вовлеченность в управление своим муниципалитетом населения, система электронного взаимодействия способствует развитию гражданского общества, т.к. никакие органы власти не могут существовать без активного участия жителей в управлении. [6] Суть самого общественного управления определяется совместным решением общественных дел, что предполагает постоянное и разностороннее объединение интересов жителей и политики органов местного самоуправления.

Конечно, такая позиция, прежде всего, касается социально-активных жителей, которые хотят внести свой вклад в общее дело, и которым небезразлична деятельность своего муниципалитета. Оценивая исходное состояние системы социального партнерства в муниципальных образованиях необходимо оценить существующие информационные условия и возможности для их расширения.

Существует множество позиций взаимодействия, которые были перечислены выше, но наиболее тесно взаимодействующей с системой местного муниципалитета является структура жилищно-коммуналь-

ного хозяйства, являющаяся наиболее прогрессивной формой муниципальной гражданской активности и самоорганизации. [4] Как показывает практика, при надлежащей информационно-коммуникационной поддержке, именно в этой сфере в наибольшей степени проявляется активность граждан.

В связи с вышеизложенным, можно сделать выводы, что развитие системы взаимодействий «органы государственной власти – электронный муниципалитет – граждане» является очень актуальной в настоящее время, как для развития местного самоуправления, так и для повышения социальной активности населения и развития гражданского общества.

Литература:

1. Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг [Электронный ресурс]: Федер. закон от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ Справ.-правовая система «КосультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/>(дата обращения: 12.03.2015).].

2. Большая актуальная политическая энциклопедия. – М.: Эксмо. А. В. Беляков, О. А. Матвейчев. 2009.

3. Лазаричева Е.С. Политические сети и гендерное равенство в политике в контексте электронной демократии//Политэкс, 2012, т.8, №3.

4. Миронов Н.М. Роль местного самоуправления в развитии гражданского общества и повышении социальной активности населения. М.: Практика муниципального управления №3, 2011.

5. Пономарев С.В. Государство в сети: новые институты коммуникации // Власть, 2012, № 11.

6. Панина О.В., Ващенко Р.Р. Особенности моделей взаимодействия власти и бизнеса в регионах России. В книге: The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers “The genesis of genius” ISAE «Consilium». г.Женева (Швейцария), 2014. С. 215–218.

7. Панина О.В., Аржанова М.О., Базанова А.Г. Инновационное государство// в сборнике: Инновационное развитие современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Отв. ред.: Сукиасян А.А. 2015. С. 168–171.

8. Яковлева М.А. Местное самоуправление как социальный институт развития самоуправления и самодеятельности местного сообщества. Автореферат дис. на соискание ученой степени канд. социол. наук. М.: ГБОУВПО «Московский педагогический государственный университет».

РЕОРГАНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЛОЖИВШИХСЯ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Беликова А.П.
Научный руководитель:
С.Е. Прокофьев, д.э.н., профессор,
заведующий кафедрой «Государственное
и муниципальное управление»
Финансовый университет

Аннотация: под устойчивостью городской среды принято понимать уровень ее развития, который определяется совокупность различных показателей. Задачу обеспечения устойчивого развития городских территорий необходимо рассматривать как задачу поиска оптимального баланса в соотношении отдельных ее элементов. Одним из наиболее существенных ограничений, сдерживающих активные процессы градорегулирования в крупных городах, является отсутствие на территориях сложившейся застройки свободных участков.

Внимание субъектов градостроительной деятельности в последние годы все более сосредотачивается на территориях промышленных предприятий в границах крупных городов, которые функционируют в настоящее время неэффективно либо не функционируют вовсе.

Концепция проекта реорганизации промышленной территории должна формироваться на основании конкретной градостроительной ситуации, а также с учетом совокупности реальных характеристик рассматриваемой территории. Реализация таких проектов требует привлечения масштабных инвестиций, что в свою очередь обуславливает необходимость использования различных механизмов кооперации между городскими властями, собственниками объектов на рассматриваемых территориях и инвесторами с целью обеспечения баланса их интересов.

Ключевые слова: Устойчивость, пространственно-территориальная среда города, промышленные зоны, реорганизация территорий, перепрофилирование, модернизация, реконструкция, редевелопмент.

Abstract: Sustainability sustainability of the urban environment is taken to mean a level of its development, which is defined by a set of various indicators. The goal of sustainable development of urban areas should be considered as a problem of finding the optimal balance in the ratio of its separate elements. One of the most significant constraints on active processes of planning regulation in the major cities, is the absence in the territories of the existing vacant land.

Attention actors of urban development in recent years increasingly focused on the territories of industrial enterprises within the boundaries of large cities, which are currently inefficient or do not function at all.

The concept of the project of reorganization of the industrial area should be formed on the basis of specific urban situation, and considering the totality of the real characteristics of the territory under consideration. The implementation of such projects requires the involvement of large-scale investments, which in turn necessitates the use of various mechanisms of cooperation between the city authorities, the owners of the objects on the territories and investors to ensure the balance of their interests.

Key words: Sustainability, spatial environment of the city, industrial zone, reorganize territories, conversion, modernization, reconstruction, redevelopment.

Под устойчивостью городской среды принято понимать уровень ее развития, который определяется совокупность различных показателей, характеризующих комфортность проживания, обеспеченность объектами социального и бытового назначения, экологичность, развитость инфраструктуры, пространственное зонирование территорий, инвестиционный климат, обеспеченность населения рабочими местами и др. [1].

Данные показатели не являются независимыми ввиду того, что в их основе зачастую лежат идентичные либо схожие факторы. При этом повышение одних показателей может быть сопряжено с негативным влиянием на уровень других, что обусловлено в первую очередь имеющимися место ограничениями системы городской среды, в том числе пространственными, ресурсными и т.п. Таким образом, повышение устойчивости городской среды не может сводиться к одновременному повышению уровней развития всех ее составляющих.

В данном контексте задачу обеспечения устойчивого развития городских территорий необходимо рассматривать как задачу поиска оптимального баланса в соотношении отдельных ее элементов.

Одним из наиболее существенных ограничений, сдерживающих активные процессы градорегулирования в крупных городах, является отсутствие на территориях сложившейся застройки (в центральных, а зачастую и в периферийных районах) свободных участков, на которых имеется возможность реализации значимых и перспективных проектов застройки, нацеленных на решение имеющихся и предотвращение прогнозируемых проблем развития городской среды. Следует заметить, что эта ситуация имеет тенденцию к ухудшению со временем.

В этих условиях внимание субъектов градостроительной деятельности в последние годы все более сосредотачивается на территориях промышленных предприятий в границах крупных городов, которые функционируют в настоящее время неэффективно либо не функционируют вовсе.

Исторически многие крупные города развивались как промышленные центры и сосредотачивали большое количество производственных ресурсов, однако со временем ряд предприятий по различным причинам деградировали.

Так, в Москве в настоящее время более 7 тысяч гектаров земли занято более чем 200 промышленными зонами [2], не используемыми по назначению или имеющими устаревшее производство, требующее технического переоснащения и модернизации.

В настоящее время данные территории нуждаются в техническом переоснащении и модернизации производства, а некоторые и в полной ликвидации и перепрофилировании территории.

Рассматриваемые промышленные территории в большинстве случаев имеют высокий потенциал градостроительного развития, а значит и повышения устойчивости городской среды.

Проведение комплексной реорганизации производственных зон может способствовать обеспечению города дополнительными рабочими местами, крупными территориями для масштабной жилой застройки, строительства технопарков, развития инфраструктуры, повышению комфортности проживания.

Важно отметить, что принятие решения о ликвидации промышленного производства требует тщательной проработки во избежание негативных последствий для развития города, необходимо четко определить потребность города в тех или иных производствах, провести всесторонний анализ исторических и культурных аспектов конкретных промышленных зон.

Городские промышленные территории зачастую обладают типичными характеристиками и имеют схожие обременения. С точки зрения наиболее вероятного характера влияния на процессы разработки и реализации проектов комплексной реорганизации можно разделить их следующим образом:

- позитивные: удачное местоположение, значительная площадь, наличие инженерных коммуникаций;

- неоднозначные: наличие зданий и сооружений различного функционального назначения (с нетиповыми архитектурными и конструктивными решениями);
- негативные: плохая экологическая обстановка, неразвитость транспортной инфраструктуры, изношенность основных фондов.

Концепция проекта реорганизации промышленной территории должна формироваться на основании конкретной градостроительной ситуации, а также с учетом совокупности реальных характеристик рассматриваемой территории. При этом существуют два наиболее значимых аспекта: определение будущего функционального назначения территории (отказ от промышленной функции либо ее полное (частичное) сохранение) и уровень использования имеющихся на территории зданий и сооружений. Совокупность возможных вариантов концепции реорганизации может быть представлена в виде матрицы (рисунок 1).



Рисунок 1 – Матрица вариантов концепции реорганизации промышленных территорий

При выборе вариантов концепции проектов реорганизации промышленных зон в первую очередь необходимо руководствоваться целями повышения устойчивости городских территорий, то есть решения локальных и общегородских проблем обеспечения комфортной и гармоничной пространственно-территориальной среды. В то же время, реализация таких проектов требует привлечения масштабных инвестиций, что в свою очередь обуславливает необходимость использования различных механизмов кооперации между городскими властями, собственниками объектов на рассматриваемых территориях и инвесторами с целью обеспечения баланса их интересов. Это также может накладывать отпечаток на процессы разработки концепции проектов реорганизации в виду существенных различий в объеме инвестиций и потенциальной доходности различных вариантов концепции.

Далее рассмотрим более подробно содержание и особенности основных вариантов, представленных в матрице выше.

1. Перепрофилирование объектов в рамках территории.

В настоящее время инвесторы при выборе места для новой комплексной застройки все чаще склоняются к размещению ее на устаревших промышленных территориях. Во-первых, такие зоны - одни из немногих крупных территорий в черте города, пригодных для комплексной застройки. Во-вторых, такие территории чаще всего находятся в центральных районах города или в удаленных, но при этом активно развитых округах, что обусловлено исторической структурой застройки городской среды.

Такие зоны могут быть перепрофилированы в многофункциональные жилые комплексы, усовершенствованные транспортные узлы (пересадочные узлы), общественные культурно-досуговые зоны и др. Учитывая масштабность данных территорий, любая из выбранных концепций может быть многопрофильной и полифункциональной, что обеспечит высокий интерес инвесторов к реализации таких проектов.



Рисунок 2 – Предпосылки к проведению перепрофилирования объектов

В качестве примера перепрофилирования объектов можно рассмотреть Петровский Арсенал, находящийся в Санкт-Петербурге. Интересный пример полного изменения функции в сочетании с сохранением и приспособлением под новые нужды части существующих на участке строений.

Сложность данного проекта заключается в том, что на территории находится целый ряд производственных корпусов, являющихся памятниками архитектуры. Следствием этого являются ограничения по реконструкции и новому строительству в пределах охранной зоны памятников.

Наибольшая проблема при реконструкции и приспособлении под другие функции производственных зданий заключается в том, что основные параметры таких объектов не соответствуют их новому назначению. Это касается размеров зданий и помещений (глубина корпуса, высота потолков и т.п.), а также размеров и размещения отдельных элементов (несущие конструкции, количество и размеры лестниц, окна и витражи, световые фонари и др.).

При размещении жилья, офисов торговли или общепита, требуется устройство внутренних перекрытий, создание нескольких этажей внутри ранее одноэтажных объемов (что бывает проблематичным из-за высоких витражей и невозможности изменений рисунка переплетов), установка дополнительных лестниц, размещение новых входов на охраняемых фасадах зданий. Кроме того, внутри таких зданий часто находятся охраняемые исторические элементы несущих конструкций, которые невозможно использовать в интерьерах, но, при этом, необходимо сохранить. [3]

2. Модернизация производства.

Устойчивое развитие городских территорий зависит от множества факторов, в том числе от своевременного создания актуальных и инновационных производств, необходимых для развития мегаполиса. В крупных городах такие производства целесообразнее всего создавать на базе уже существующих, устаревших и потерявших актуальность, но при этом обладающих масштабной промышленной зоной включающей крупную инфраструктуру.

Корректное формирование устойчивого развития сложившихся городских территорий зависит от комплексного подхода к решению проблем реорганизации промышленных зон в условиях сложившейся городской среды. Необходимо выделить приоритетные направления решения поставленных задач по реорганизации промышленных зон с модернизацией производства:

- 1) идентификация имеющейся инфраструктуры территории;
- 2) сохранение необходимых элементов инфраструктуры или целых зданий;
- 3) выявление и определение строений, подлежащих ликвидации;
- 4) возведение недостающих предприятий для модернизации и инновационного оснащения производства.



Рисунок 3 – Предпосылки к проведению модернизации производства

В качестве примера модернизации производства можно рассмотреть реорганизацию «Тихвинского Вагоностроительного завода» (ТВСЗ) в г. Тихвине Ленинградской области. Была произведена глобальная модернизация и инновация производства на базе действующего промышленного комплекса по строительству вагонов. В результате на сегодняшний день ЗАО «Тихвинский вагоностроительный завод» – это уникальное предприятие по выпуску вагонной продукции, не имеющее аналогов в Европе.

4. Редевелопмент

При наличии заброшенного, нефункционирующего производства, не нуждающегося в оздоровлении, самым оптимальным решением является проведение редевелопмента или полной ликвидации производства. Редевелопмент промышленных зон обладает высокой привлекательностью для устойчиво развивающегося мегаполиса ввиду освобождения дефицитных площадей в границах города, а чаще всего вблизи его центра. Освобожденные площади могут быть использованы для развития различных функций города, необходимых в его черте.



Рисунок 4 – Предпосылки для редевелопмента

Самым простым случаем редевелопмента промышленной территории можно считать полный снос всех строений в границах участка и новое строительство на освободившихся площадях.

Примером такого решения может служить проект многофункционального торгового центра «Мозаика» на 7-ой Кожуховской улице в Москве. Это случай полного замещения функции, когда на месте бывшего завода ЖБИ строится крупный многофункциональный торговый комплекс. В пределах границ участка сносятся все здания и сооружения, а на их месте сооружается единое здание, занимающее практически всю территорию бывшего завода. [3]

4. Реконструкция предприятия.

Выбор концепции реорганизации промышленной территории в пользу реконструкции предприятия актуален, если перенос данного производства за черту города нецелесообразен и экономически более выгодным является решение о сохранении функционального назначения объекта, но при этом использование производства по назначению возможно только с полной перестройкой всех зданий и сооружений, находящихся на территории промышленного комплекса. Необходимо отметить, что полная ликвидация строений возможна только при отсутствии у них исторической ценности. Если объекты капитального строительства имеют ценность для города, но модернизация зданий не возможна ввиду их сильного физического и морального износа, то необходимо прибегать к инновационным методам строительства, позволяющим сохранять исторические фасады с изменением всех прочих конструкций.



Рисунок 5 – Предпосылки для проведения реконструкции

При выборе концепции реорганизации в пользу редевелопмента или перепрофилирования возможен частичный перенос промышленных мощностей производственной территории. За пределы города целесообразнее всего выносить производства экологически вредные или не работающие на город, но не запланированные к полной ликвидации и необходимые для корректного функционирования мегаполиса и прилегающих к нему территорий. При выявлении экологически вредных производств необходимо проводить мероприятия по санации данной территории.

В качестве примера реконструкции производства рассмотрим завод «Автофрамос», разместившийся на реконструированных площадях обанкротившегося АЗЛК. Это яркий пример реконструкции предприятия, не только без изменения его функционального назначения, но и с сохранением прежнего профиля. Новое строительство было минимальным (технические здания и сооружения). Для размещения технологических линий использовались существующие корпуса, которые подверглись серьезной внутренней перестройке. Было произведено полное переоборудование инженерных систем (вентиляция, электропитание и т.п.). Были выполнены работы по устройству фундаментов и конструкций под новое оборудование, технологических прямых. Сделан капитальный ремонт фасадов реконструируемых зданий. [3]

В дальнейших планах Правительства Москвы значится продолжение реорганизации данной промышленной зоны, на которой планируется преобразовать её в территорию инновационного развития «Москвич», а затем в технополис «Москва». [2]

Реорганизация промышленных зон, исторически расположенных в рамках сложившейся городской среды, является в настоящее время наиболее актуальным и реализуемым направлением градостроительного процесса, в основу которого должно быть положено повышение устойчивости городских территорий с учетом обеспечения баланса интересов всех субъектов инвестиционно-строительной деятельности.

Литература:

1. Сервейинг: организация, экспертиза, управление: учебник: в 3-х частях / под общ. науч. ред. П.Г. Грабового / Часть II. Экспертиза недвижимости и строительный контроль. Москва, 2015.

2. Реорганизация промышленных территорий [Электронный ресурс]/ Электрон. дан. М.: Справочно-информационный интернет-портал «Комплекс градостроительной политики и строительства города Москвы», 2014. Режим доступа: <http://stroi.mos.ru/renovaciya-promzon>, свободный. Загл. с экрана.

3. Панина О.В., Аржанова М.О., Базанова А.Г. Инновационное государство// в сборнике: Инновационное развитие современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян А.А. 2015. С. 168–171.

4. Редевелопмент промышленных территорий [Электронный ресурс] /Н. Климентьев. Электрон. дан. М.: Справочно-информационный интернет-портал «Группа компаний Спектрум», 2014. Режим доступа: <http://www.spectrum-group.ru/blog/adminblog/redevelopment-of-industrial-reas1.php#.VVUCfsfFt25>, свободный. Загл. с экрана.

ЕДИНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОРТАЛ ГОРОДА МОСКВЫ КАК ВАЖНЕЙШИЙ МЕХАНИЗМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

**Семкина О.С., к.э.н., проф.
кафедры «Государственное
и муниципальное управление»
Финансовый университет
Мурар В.И., магистр
Финансовый университет**

Аннотация: в статье рассматривается роль Единого информационного инвестиционного портала города Москвы в привлечении инвестиций в экономику столицы. Также в научной работе представлены маркетинговые исследования, направленные на совершенствование работы портала, обеспечивающие условия для повышения эффективности функционирования ресурса.

Ключевые слова: инвестиционный портал, инвестиции, инвестиционный проект, 3D презентация, SMM продвижение, социальные сети.

Abstract: the article examines the role of the Unified information investment portal of Moscow in attracting investments into the economy of the capital. Also in scientific research presents marketing research aimed at improving the functioning of the portal, providing the conditions for the effective functioning of the resource.

Key words: investment portal, investments, investment project, 3D presentation, SMM promotion, social networks.

В 2009 году для совершенствования работы органов исполнительной власти города Москвы по поддержке реализации инвестиционно-строительных проектов, повышению эффективности привлечения и защиты инвестиций, совершенствованию системы координации и контроля за реализацией инвестиционных проектов было издано распоряжение Правительства Москвы о создании Единого информационного инвестиционного портала города Москвы.

Основной целью Инвестиционного портала стало создание единого информационного пространства по инвестиционной деятельности для бизнес-сообщества, потенциальных инвесторов и любых заинтересованных лиц, а также внутрикорпоративной технологической

среды взаимодействия органов исполнительной власти в ходе подготовки и реализации инвестиционных проектов.

Однако, несмотря на высокую значимость, Единый информационный инвестиционный портал города Москвы обладает рядом недостатков и недоработок.

Привлекательность инвестиционного проекта является важнейшим критерием для его реализации. В настоящее время Единый информационный инвестиционный портал города Москвы представляет информацию о планируемых и реализуемых в городе инвестиционных проектах, описывает оказываемые в столице предпринимателям меры поддержки, предоставляет руководство к действию при открытии и ведении бизнеса в Москве. Однако выставленные проекты на Инвестиционном портале не обладают достаточным наглядным представлением и привлекательностью для инвесторов, что особенно важно для понимания целесообразности вложения средств. Кроме того, поскольку инвестиционные, в особенности инновационные проекты, достаточно материалоемки, как иностранному инвестору, так и отечественному необходимо четко представлять объект вложения в будущем.

Для повышения привлекательности инвестиционных проектов предлагается создание 3D-презентаций объектов.

3D-презентация – сопровождение деловой презентации с материалами 3D графики, позволяющими наглядно объяснить концепцию проекта, в отличие от чертежей и устных описаний. Благодаря наглядности 3D широко используется для презентаций еще не существующих объектов (зданий, механизмов, дизайн-проектов и др.), для которых имеются только чертежи, наброски, эскизы. 3D-услуги позволяют увидеть, как будет выглядеть объект в будущем. Данное понимание немаловажно для принятия решений по сотрудничеству.

Главными преимуществами 3D-презентаций являются:

- по сравнению с обычными, 3D-презентации оказывают более сильное влияние на сознание и подсознание клиента, а эффект от их воздействия, по подсчетам маркетологов, выше в несколько раз;
- 3D-презентации помогают более четко выделить самые важные элементы проекта, на которых нужно акцентировать внимание;

- воспринимать сложные объекты, а также графики и диаграммы лучше именно в таком формате, чем в традиционном двухмерном;
- 3D-презентации позволяют донести сложную технологическую информацию об объекте, например, об архитектурных сооружениях, даже до человека, который не является специалистом в этой сфере;
- всего один слайд такой презентации позволяет представить большой массив информации о проекте.

Проведем маркетинговое исследование рынка студий 3D визуализаций и дизайна.

Целью маркетингового исследования является анализ рынка студий 3D визуализаций и дизайна, выявление оптимального предложения по созданию 3D презентаций. Оптимальность предложения будем оценивать по соотношению цены и качества.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) поиск компаний, предоставляющих услуги по созданию 3D презентаций;
- 2) сбор данных о существующих студиях 3D визуализаций и графики;
- 3) изучение стоимости и качества предоставляемых услуг фирмами;
- 4) анализ полученных данных и выбор студий 3D визуализаций и дизайна для создания 3D презентаций инвестиционных проектов на Инвестиционном портале Москвы.

Объектом исследования выступает деятельность студий 3D визуализаций и дизайна.

Метод сбора данных: мониторинг материалов компаний; Интернет материалов, электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка.

Методы анализа данных: традиционный контент-анализ.

В информационную базу исследования вошли:

- 1) электронные, деловые и специализированные издания;
- 2) ресурсы сети Интернет;
- 3) материалы компаний;
- 4) аналитические обзорные статьи в прессе;
- 5) результаты исследований агентств.

Сбор данных разделим на 3 этапа, на каждом из которых изучим определенные источники информации. На 1 этапе составим перечень студий, предоставляющих необходимые нам услуги. На 2 этапе нужно получить контактную информацию о фирмах. На 3 этапе должен происходить сбор подробной информации о ценах и качестве услуг студий, для чего необходимо изучить интернет-сайты компаний и провести мониторинг их отзывов и портфолио.

Заключительным этапом является сравнительный анализ полученных данных и выбор самого выгодного предложения по созданию 3D презентаций.

Этап 1: Составление перечня студий 3D визуализаций и дизайна.

На данном этапе исследования выявлялось как можно больше студий и агентств дизайна и 3d графики. При этом в выборе фирм географически мы не ограничены, поскольку подача заявки и необходимых материалов происходит на сайте, по электронной почте, дополнительные консультации могут оказываться по телефону либо онлайн на сайте студии. Для исследования было отобрано 20 фирм, предоставляющих требуемые услуги.

Этап 2: Сбор контактной информации о студиях.

Вторым этапом исследования является сбор контактной информации, которая необходима для дальнейшего получения всех необходимых сведений о фирмах. Под контактной информацией подразумевались следующие данные:

- адреса офисов;
- номера телефонов;
- адреса Интернет-сайтов;
- адреса электронной почты (e-mail).

Степень доступности этих сведений оказалась различной. Самой доступной информацией явились адреса интернет-сайтов, номера телефонов и электронная почта. Они были установлены для всех фирм.

Таким образом, большинство студий рекомендуют клиентам обращаться на их сайты, по телефону или по почте для получения всех необходимых сведений.

Этап 3: Сбор и анализ информации об услугах и ценах.

Основой принятия решения о выборе студии дизайна и 3D графики является сравнительный анализ стоимости и качества услуг.

В результате анализа сайтов было установлено, что цена на создание 3D презентаций зависит от следующих факторов:

- количество объектов;
- степень детализации;
- озвучивание;
- анимация;
- длительность презентаций (руб. за сек.).

Выбор студии 3D визуализаций и дизайна проводился в два этапа.

I. Анализ по ценовому критерию. На первом этапе были отобраны студии с наименьшими материальными затратами.

В результате были выбраны 5 студий, в которых стоимость 3D презентаций за 1 секунду варьировалась от 500 руб. до 2000 руб., что значительно ниже, чем в остальных фирмах. Так, например, студия «АрхиКуб» предлагает свои услуги ценой в 50 у.е. за секунду и более.

II. Анализ качества предоставляемых услуг студиями. На втором этапе была проведена оценка потфолио и отзывов о компании. В результате проделанной работы, были выбраны фирмы «Студия Бурусова», «3D Support», «Shurikino».

Клиентами данных компаний выступали ЗАО «РостАгроЭкспорт», ООО «Компания по девелопменту горнолыжного курорта «Роза Хутор», Государственное унитарное предприятие города Москвы «Дирекция строительства и эксплуатации объектов гаражного назначения», Управление по образованию Администрации городского округа Химки, «ОАО Уралэлектромедь», «ГЕН СтройУрал» и др.

Итак, проведем оценку стоимости создания 3D презентации для инвестиционных проектов, представленных на Инвестиционном портале Москвы.

В студии «Бурусова» цена за 1 секунду 3D презентации достигает 500 руб. Презентация длительностью 1 минута составит 30 000 руб.

В студии «3D Support» цена за 1 секунду 3D презентации достигает 1 700 руб. Презентация длительностью 1 минута составит 102 000 руб.

В студии «Shurikino» цена за 1 секунду 3D презентации достигает 1 000 руб. Презентация длительностью 1 минута составит 60 000 руб.

Таким образом, в среднем стоимость 3D презентации инвестиционного проекта составляет 64 000 руб. Если учесть, что объемы финансирования инвестиционных проектов достигают миллионов рублей и более, то цена презентаций весьма приемлема. При этом реализация инвестиционных проектов принесет не только экономический, но и социальный эффект.

3D презентации необходимо создавать на нескольких языках для привлечения иностранных инвесторов. На данный момент Инвестиционный портал города Москвы функционирует на 6 языках: русском, английском, немецком, испанском, китайском и арабском языках.

Кроме того, основной проблемой не только для Москвы, но и для России в целом является слабая информированность населения об инвестиционном климате, инвестиционных проектах и мерах поддержки предпринимателей. В настоящее время в эпоху информатизации и Интернета социальные сети занимают важное место в жизни населения, выступая одним из основных источников информации. Ежемесячно во всемирную паутину в России выходят 65,9 млн человек, из которых соцсети посещают более 90%. По данным Brand Analytics, каждый день в социальных сетях появляется порядка 30 млн новых сообщений (350 постов в секунду), и 35 млн человек оставляют хотя бы одно публичное сообщение в месяц.¹

Российская интернет-аудитория быстро растет. На сегодняшний день никогда не пользовались интернетом около 32% россиян (в Москве – 20%). Количество регулярных пользователей – если учитывать только тех, кто «пользуется интернетом «ежедневно или практически ежедневно» и «несколько раз в неделю» – меньше и составляет около 57% по стране. В столице регулярно пользуются интернетом порядка 73%².

Для решения проблемы информированности населения и будущих инвесторов необходима интеграция Единого информационного инвестиционного портала города Москвы с социальными сетями и его активное продвижение в сетях в целях создания дополнительного канала взаимодействия и расширения целевой аудитории.

Проведем маркетинговое исследование, позволяющее оценить эффективность данного мероприятия.

Целью маркетингового исследования является обзор рынка социальных сетей, анализ рынка интернет-компаний, а также выявление оптимального предложения по SMM продвижению Инвестиционного портала Москвы. Оптимальность предложения будем оценивать по соотношению цены и качества.

¹ TNS Web-Index, январь 2014.

² Аналитический центр Юрия Левады «Левада-центр»: Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, Интернет. [Электр. ресурс]: <http://www.levada.ru/17-06-2014/rossiiskii-media-landshaft-televidenie-pressa-internet> (дата обращения: 29.04.15).

В ходе исследования необходимо решить следующие задачи:

- 1) оценить развитие социальных сетей в России;
- 2) определить значение интеграции сайта с соцсетями;
- 3) выявить особенности и роль SMM продвижения;
- 4) составить перечень компаний, предоставляющих услуги по SMM продвижению;
- 5) собрать данные о существующих интернет-компаниях;
- 6) изучить стоимость и качество предоставляемых услуг фирмами;
- 7) проанализировать полученные данные и выбрать интернет-компания для SMM продвижения Инвестиционного портала Москвы.

Объектом исследования выступает рынок соцсетей и деятельность интернет-компаний.

Метод сбора данных: мониторинг материалов компаний; Интернет материалов, электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка.

Методы анализа данных: традиционный контент-анализ.

В информационную базу исследования вошли:

- 1) электронные, деловые и специализированные издания;
- 2) ресурсы сети Интернет;
- 3) материалы компаний;
- 4) аналитические обзорные статьи в прессе;
- 5) результаты исследований аналитических центров.

Вместе с ростом интернет-аудитории в России увеличивается и число пользователей социальных сетей. Как и в случае с интернетом, большинство составляют регулярные пользователи, таких на сегодняшний день около 45% по стране и 53% по Москве. Никогда не общались в социальных сетях 40% и 35% соответственно¹.

По количеству посещений лидируют сети «Одноклассники» (45% россиян и 38% москвичей) и «ВКонтакте» (33% и 40% соответственно). «ВКонтакте» популярнее в столице и крупных городах, а «Одноклассники» в целом по стране. Москвичи намного активнее «среднего» россиянина в посещении различных социальных сетей. Так, в марте 2014 г. в Москве использовали Фейсбук 18% респондентов (в России – 11%), Твиттер – 9% (4%), Инстаграм 7% (2%).

¹ Аналитический центр Юрия Левады «Левада-центр»: Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, Интернет. [Электр. ресурс]: <http://www.levada.ru/17-06-2014/rossiiskii-media-landshaft-televidenie-pressa-internet> (дата обращения: 29.04.15).

Пользователи социальных сетей неравномерно распределены по российским федеральным округам. Наибольшая доля всех рассматриваемых соцсетей приходится на Центральный ФО. Меньше всего пользователей сосредоточено в Дальневосточном округе. В Центральном ФО – лидируют Facebook (31%) и Twitter (30%), Южном и Сибирском (17% и 16% соответственно) – Одноклассники, в Северо-Западном ВКонтakte и Twitter (по 11%). В Приволжском, Уральском и Дальневосточном ФО популярность социальных сетей распределена достаточно равномерно.¹

Таким образом, большинство людей не представляет себе жизнь без социальных сетей. Юридические лица и физические лица так или иначе связаны между собой посредством интернет – ресурсов.

Интеграция сайта с социальными сетями (или, иначе говоря, синхронизация с соцсетями) – это процесс технического «прикрепления» определенного проекта к страницам в популярных сетевых ресурсах, таких как Facebook, LiveJournal, Вконтакте, Twitter, Мой Мир, Одноклассники и другие.

Продуманная интеграция с социальными сетями имеет большую отдачу и дает эффект. Ссылка от знакомого человека вызывает больше доверия, чем просто ссылка в сети, а, кроме того, соцсети – это удобное пространство для обсуждения, поиска единомышленников и партнеров, что также расширяет потенциальную аудиторию портала. В итоге это позволит расширить аудиторию и проинформировать население об инвестициях в Москве².

Помимо этого, интеграция проекта с социальными сетями отличный шанс получить массу откликов и отзывов о ресурсе от граждан³. Оперативность и мнимая анонимность социальных сетей позволяет получать полные и подробные мнения целевой аудитории о том, насколько им нравится проект, что они хотели бы изменить или улучшить, что позволит усовершенствовать портал и сделать его удобным для решения конкретных задач пользователей.

¹ Социальные сети в России: исследование Mail.Ru Group, 2014.

² Ходжаева И.Г., Бутова Т.В., Дорошина И.П. Информационные технологии и их влияние на организацию управления// В сборнике: Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 11 частях. 2014. С. 149–150.

³ Бутова Т.В. Возможности совершенствования механизма взаимодействия институтов гражданского общества и средств массовой информации с государственными органами// В сборнике: Современные корпоративные стратегии и управленческие технологии в России. Сборник научных статей. Вып.8, в 3-х частях. Москва, 2013. С. 56–59.

Однако для эффективного функционирования портала помимо интеграции с социальными сетями необходимо SMM продвижение (маркетинг в социальных медиа) портала.

SMM (Social Media Marketing) представляет собой продвижение сайта или услуг через социальный медиа-маркетинг, то есть через общение с представителями целевой аудитории посредством социальных ресурсов. Так, данный метод позволяет привлечь пользовательский трафик на сайт напрямую, а не через поисковые системы. SMM охватывает не только социальные сети, но и такие площадки, как блоги, форумы, сетевые сообщества, разные медиаресурсы, предполагающие активное коммуницирование пользователей.

К основным преимуществам SMM относят:

- низкая стоимость продвижения (для начала на раскрутку требуются минимальные вложения);
- широкая аудитория (например, число пользователей некоторых приложений «ВКонтакте» насчитывает миллионы);
- возможность тщательно отбирать пользователей, которые увидят рекламу (ранжирование целевой аудитории по социальным параметрам: возрасту, месту жительства, интересам);
- постепенная наработка имиджа, который сохранится на продолжительный период (максимальный эффект от SMM достигается спустя время).

В рамках маркетингового исследования сбор данных об интернет-компаниях также, как и в предыдущем исследовании, разделим на 3 этапа, на каждом из которых изучим определенные источники информации. На 1 этапе составим перечень фирм, предоставляющих необходимые нам услуги. На 2 этапе нужно получить контактную информацию о компаниях. На 3 этапе должен происходить сбор подробной информации о ценах и качестве услуг, для чего необходимо изучить интернет-сайты компаний и провести мониторинг их отзывов и портфолио.

Заключительным этапом является сравнительный анализ полученных данных и выбор самого выгодного предложения по SMM продвижению Единого информационного инвестиционного портала города Москвы.

Этап 1: Составление перечня интернет-компаний.

На данном этапе исследования выявлялось как можно больше интернет-компаний. При этом в выборе фирм географически мы не ограничены, поскольку подача заявки и необходимых материалов происходит на сайте, по электронной почте, дополнительные консультации могут оказываться по телефону либо онлайн на сайте компании. Для исследования было отобрано 20 фирм, предоставлявших требуемые услуги.

Этап 2: Сбор контактной информации об интернет-компаниях.

Вторым этапом исследования является сбор контактной информации, которая необходима для дальнейшего получения всех необходимых сведений о фирмах. Под контактной информацией подразумевались следующие данные:

- адреса офисов;
- номера телефонов;
- адреса Интернет-сайтов;
- адреса электронной почты (e-mail).

Контактная информация исследуемых компаний была представлена в полном объеме.

Этап 3: Сбор и анализ информации об услугах и ценах.

В основе принятия решения о выборе компании по предоставлению SMM продвижения лежит сравнительный анализ стоимости и качества услуг.

В результате анализа сайтов фирм было установлено, что цена на SMM продвижение зависит от следующих факторов:

- количество обслуживаемых страниц клиента в социальных сетях;
- вид соцсетей (Facebook, Twitter, Вконтакте и др.);
- количества публикаций в день;
- количества комментариев и отзывов и др.;

Выбор интернет-компаний проводился в два этапа.

I. Анализ по ценовому критерию. На первом этапе были отобраны компании с наименьшими материальными затратами.

В результате были выбраны 5 фирм, в которых стоимость SMM продвижения варьировалась от 10 000 руб. до 20 000 руб. в месяц, что значительно ниже, чем в остальных фирмах.

II. Анализ качества предоставляемых услуг wybranными компаниями. На втором этапе была проведена оценка портфолио и отзывов о компании. В результате проделанной работы, были выбраны фирмы «Socialair», «Онлайн Продвижение» и «Кодакс».

Клиентами данных компаний выступали «LG», «МОБИ.Деньги», «Петрол Плюс», «Форекс-Ижевск», Городская поликлиника №1 Министерства здравоохранения Удмуртской республики и др.

Проанализируем возможную стоимость SMM продвижения Единого инвестиционного портала. Рассчитаем цену продвижения в наиболее востребованных соцсетях: Facebook, Twitter, Вконтакте.

Стоимость SMM продвижения в компании «Socialair» по видам соцсетей составляет:

Facebook – 10 000 руб. в месяц;

Twitter – 10 000 руб в месяц;

Вконтакте – 15 000 руб в месяц.

Таким образом, SMM продвижение в данных соцсетях составляет 35 000 руб. в месяц.

Стоимость SMM продвижения в компании «Онлайн Продвижение» по видам соцсетей составляет:

Facebook – 10 000 руб. в месяц;

Twitter – 10 000 руб в месяц;

Вконтакте – 10 000 руб в месяц.

Так, SMM продвижение в данных соцсетях составляет 30 000 руб. в месяц.

Стоимость SMM продвижения в компании «Кодакс» по видам соцсетей составляет:

Facebook – 14 000 руб. в месяц;

Twitter – 5 000 руб в месяц;

Вконтакте – 19 000 руб в месяц.

Таким образом, SMM продвижение в данных соцсетях составляет 38 000 руб. в месяц.

Так, в среднем SMM продвижение Инвестиционного портала Москвы в 3-х наиболее популярных соцсетях обойдется в 34 333 руб. в месяц.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод: Единый информационный инвестиционный портал города Москвы является результатом эффективного управленческого решения, обеспечивающим условия для повышения эффективности привлечения инвестиций в столицу и развития внешнеэкономических связей с иностранными инвесторами. Предложенные рекомендации позволят сделать функционирование портала в режиме реального времени, реализуя принципы

прозрачности и открытости, что является немаловажным для иностранных инвесторов. Помимо этого, предложения по совершенствованию портала способствуют росту привлекательности инвестиционных проектов, что увеличит объем поступлений в экономику города и внедрение технологий. Указанные рекомендации обеспечат рост целевой аудитории портала и повысят информированность населения.

Литература:

1. Аналитический центр Юрия Левады «Левада-центр»: Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, Интернет. [Электр. ресурс]: <http://www.levada.ru/17-06-2014/rossiiskii-media-landshaft-televidenie-pressa-internet> (дата обращения: 29.04.15).
2. Единый информационный инвестиционный портал города Москвы [Электр. ресурс]: <http://investmoscow.ru/investment/economic-indicators/investment-in-moscow-is-profitable/business-activity/> (дата обращения: 24.03.15).
3. Панина О.В., Аржанова М.О., Базанова А.Г. Инновационное государство// В сборнике: Инновационное развитие современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян А.А. 2015. С. 168–171.
4. Панина О.В. О перспективах развития электронного правительства в Российской Федерации, Самоуправление. 2013. №11. с. 15–18.
5. Социальные сети в России: исследование Mail.Ru Group, 2014.
6. TNS Web-Index, январь 2014.
7. Ходжаева И.Г., Бутова Т.В., Дорошина И.П. Информационные технологии и их влияние на организацию управления// В сборнике: Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 11 частях. 2014. С. 149–150.
8. Бутова Т.В. Возможности совершенствования механизма взаимодействия институтов гражданского общества и средств массовой информации с государственными органами// В сборнике: современные корпоративные стратегии и управленческие технологии в россии. Сборник научных статей. Вып.8, в 3-х частях. Москва, 2013.

**РОЛЬ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ
В ГАРМОНИЗАЦИИ МЕЖЭТНИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ
В МОСКОВСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ**

*Петросян Д.,
Финансовый университет,
Научный руководитель:
Семкина О.С., д.э.н., проф. кафедры
«Государственное и муниципальное
управление»*

На протяжении веков Москва формировалась как многонациональный город. В настоящее время вопрос взаимодействия различных народов в рамках определенной территории приобретет все большую значимость. Многообразие населения стало источником постоянного и взаимообогащающего общения, условием развития страны. Активизация национально-культурных движений связана с системой ценностей и запросов народов, их интересов и потребностей как жизненно важных стимулов, определяющих национально-культурное развитие. Именно поэтому в жизни этнических сообществ все большую роль играют национально-культурные и религиозные организации¹.

Особенность этнической карты Московской агломерации состоит в том, что

- русские – 31%;
- азербайджанцы – 14%;
- татары, башкиры, чувашаи – 10%;
- украинцы – 8%;
- армяне – 5%;
- таджики, узбеки, казахи, киргизы – 5%;
- корейцы, китайцы, вьетнамцы – 5%;
- чеченцы, дагестанцы, ингуши – 4%;
- белорусы – 3%;
- грузины – 3%;
- молдаване – 3%;

¹ Рагулина Ю., Бутова Т. Пространственная интеграция Москвы: понятие, сущность, значение// Проблемы теории и практики управления. 2013. № 10. С. 6774.

цыгане – 3%;
евреи – 2%;
другие народы – 4%.

В полиэтничном регионе сохраняется высокий уровень взаимодействия и межкультурного сотрудничества представителей различных народов. Благополучие в сфере межнациональных отношений в регионе выражается в первую очередь в отсутствии открытых межэтнических конфликтов, что является следствием эффективной политики региональной и местных властей, использующих все институты для культивирования взаимного уважения и социальной терпимости в отношении всех народов, проживающих в агломерации. Кроме того, в последние годы наблюдается рост национального самосознания, интерес населения к национальным традициям, культуре и верованиям своих предков, желание знать родной язык и историю своего народа. Одной из целей Стратегии государственной национальной политики является сохранение этнокультурной самобытности народов, сочетание общегосударственных интересов и интересов народов. Реализации данной цели способствует деятельность национально-культурных общественных объединений (НКОО).

Основными направлениями деятельности НКОО в Московской агломерации являются: приобщение жителей республики к культурным ценностям народов, проживающих на территории региона; возрождение, сохранение и развитие национальной культуры и традиций своего народа; изучение родного языка; оказание правовой, социальной и иной поддержки представителям своей диаспоры; установление контактов с исторической родиной. НКОО проводят большую работу по воспитанию подрастающего поколения в духе толерантного сотрудничества, этнокультурного общения народов. В тесном взаимодействии с региональными и муниципальными культурно-досуговыми учреждениями НКОО оказывается методическая и консультативная помощь в подготовке и проведении мероприятий.

НКОО выступают одним из принципиально важных субъектов сохранения межнационального мира и согласия, обеспечения информационных, образовательных, культурных и иных гуманитарных запросов, и потребностей жителей Московской агломерации, связанных с их национальной принадлежностью. НКОО при поддержке Московского дома национальностей также проводят большую работу по со-

хранению национальных традиций, формированию межнационального сотрудничества и добрососедских взаимоотношений между людьми разных национальностей и вероисповеданий. Так, Российский конгресс Народов Кавказа уже 4ый год подряд проводит фестиваль культуры Народов Кавказа, на который традиционно собирается представители различных национальной и религиозных убеждений.

Этнокультурные объединения, является проводником идей духовного единства и межнационального согласия, укрепления мира и дружбы народов, населяющих Московскую агломерацию. Деятельность национальных объединений направлена на сохранение и развитие самобытной культуры, традиций, родного языка, изучение культуры, быта народов, возрождение фольклора, обрядности, создание коллективов народного творчества, формирование этнокультурного мировоззрения у детей и молодежи.

Сохранение и развитие культуры разных народов – задача, которую ставит перед собой все национально-культурный центры. Национально-культурный объединения проводят мероприятия, нацеленные на противодействие межнациональным конфликтам, укреплению межкультурных отношений и развития толерантности в молодежной среде, которые пробуждают интерес молодежи к традициям и обычаям разных народов, способствуют активному участию в деятельности по возрождению, сохранению и развитию национальных культур, языка и традиций, способствуют формированию эстетических вкусов подрастающего поколения на основе традиционной народной культуры.

В рамках реализации Комплексного (сводного) плана действий по гармонизации межэтнических отношений в московской агломерации на 2014-2015 г. НКОО принимают участие в «круглых столах», дискуссионных площадках по вопросам поддержания гражданского мира и межнационального согласия, национальных праздниках и проведении Дней культуры народов в Московской агломерации.

В 2014 и 2015 гг. Институтом комплексных исследований были проведены социологические исследования, задачами которых были измерение уровня межнациональной напряженности, выявление роли национально-культурных и религиозных организаций в гармонизации межнациональных отношений. Было опрошено 509 респондентов в г. Москва и городах Подмосковья, а также 18 экспертов (в качестве экспертов выступили представители органов власти, национально-культурных и религиозных организаций, СМИ и научной общественности).

Более половины респондентов (59,1%) оценивают межнациональные отношения в месте своего проживания как благоприятные. В этом заслуга, как органов власти, так и национально-культурных и религиозных организаций¹.

64,7% экспертов считают, что НКОО оказывают содействие в гармонизации межнациональных отношений (остальные эксперты затруднились ответить). Абсолютное большинство экспертов согласны с утверждением, что взаимодействие НКОО с органами власти влияет на ситуацию в сфере межнациональных отношений. 53,3% экспертов оценивают это взаимодействие как эффективное, двустороннее, 40% считают, что оно ограничивается лишь обменом общей информацией. Сегодня взаимодействие религиозных, национально-культурных организаций и власти наполняется новым содержанием. Это, с одной стороны, – формирование системного социального партнерства, с другой – профилактика возможных проблем в этноконфессиональной сфере. Эти направления являются одними из приоритетных в сфере управления общественными отношениями. Сохранение стабильности в сфере межнациональных отношений в Московской агломерации и распространение общероссийских интегративных ценностей могут быть обеспечены при систематическом и тесном взаимодействии органов государственной власти и органов местного самоуправления и НКОО в этнополитической и этнокультурной сферах. В этих условиях актуализируется задача оптимизации государственной политики, направленной на интеграцию НКОО в социокультурное пространство агломерации.

Самыми крупными и влиятельными религиозными организациями в Московской агломерации, являются РПЦ и ДУМ. Так как для представителей титульной нации традиционным религиозным верованием является христианство, соответственно данная конфессия представлена наибольшим количеством организаций.

Существенная часть зарегистрированных этнокультурных организаций объединяет представителей различных малочисленных народов. При этом в Московской агломерации наиболее разветвлена сеть таких организаций, как: Союз Абазинской молодежи, Финно-угорское

¹ Бутова Т.В., Смирнова А.А., Миловидова Н.А. Регудирование миграции рабочей силы в Российской Федерации// В сборнике: Инновационная наука и современное общество// Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2015. С. 90–93.

национальное объединение, Талышская национально-культурная автономия и т.д., которые ведут активную деятельность на территории агломерации.

Вместе с тем, следует подчеркнуть, что, несмотря на активность различных неформальных организаций (хиппи, эмо, готты и т.д.) они объединяют значительно меньшее количество людей в сравнении с числом последователей этнокультурных организаций. Однако необходимо учитывать, что во многих случаях неформальные организации и группы предпочитают не регистрироваться в органах юстиции, а их реальное количество может приближаться к числу официально действующих.

В 2004 г. был создан Московский дом национальностей, который проводит большую работу по обеспечению и поддержке межрелигиозного и межнационального мира, предотвращению конфликтов на этноконфессиональной почве, утверждению в обществе традиционных духовных ценностей¹.

В 2007 г. в целях организации работы с этническими сообществами и НКОО, разъяснения требований миграционного законодательства был создан Общественно-консультативный совет при ОФМС России по городу Москве. В 2011 г. в его состав были введены представители православной, буддистской и мусульманской религиозных конфессий. В том же году между представителями религиозных и этнокультурных организация были заключены соглашения о взаимодействии и сотрудничестве. Представители НКОО и духовенства республики принимают участие в формировании плана работы Общественно-консультативного совета.

Проведенный опрос экспертов показал, что НКО оказывают наибольшее положительное влияние на состояние межнациональных и межконфессиональных отношений в Московской агломерации. В то время как все радикальные течения, наоборот, вносят дисгармонию в этом вопросе. Некоторые эксперты считают, что деятельность таких организаций, как Свидетели Иеговы следует ограничить или вообще запретить.

Результаты контент-анализа свидетельствуют о том, что СМИ не

¹ Бутова Т.В., Рашкеева И.В. Общественная экспертиза: теоретический аспект// Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 1-4 (32). С. 66–67.

уделяют должного внимания освещению деятельности НКОО, вопросам этноконфессионального взаимодействия народов, проживающих в Московской агломерации. Между тем СМИ обладают существенным потенциалом для пропаганды ценностей мира и согласия в международных и межконфессиональных отношениях, содействия свободному и открытому диалогу, обсуждению имеющихся проблем через деятельность НКОО.

Таким образом, благодаря совместной деятельности органов власти, национально-культурных и религиозных организаций возрождаются традиции народов, живущих на территории Московской агломерации, создаются различные площадки для диалога. Без поддержки актива НКОО и лидеров религиозных организаций региону будет достаточно сложно осуществлять эффективную координацию этноконфессиональной сферы. Только совместные их усилия позволяют надеяться на дальнейшее возрождение и сохранение духовных и культурных традиций народов страны, на эффективное предотвращение негативных явлений в данной сфере. На основе вплетения самобытности каждого народа, его национального интереса в интерес общегосударственный можно решать задачи развития международных отношений в Московской агломерации.

Литература:

1. Бутова Т.В., Смирнова А.А., Миловидова Н.А. Регудирование миграции рабочей силы в Российской Федерации// В сборнике: Инновационная наука и современное общество// Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2015. С. 90–93.

2. Бутова Т.В., Рашкеева И.В. Общественная экспертиза: теоретический аспект// Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 1-4 (32). С. 66–67.

3. Панина О.В., Журавлева И.А. Актуальные проблемы обеспечения открытости и прозрачности органов исполнительной власти. трубопроводный транспорт: теория и практика. 2010, №4, с.44–47.

4. Рагулина Ю., Бутова Т. Пространственная интеграция Москвы: понятие, сущность, значение// Проблемы теории и практики управления. 2013. № 10. С. 67–74.

**РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ
РАЗВИТИИ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ
(НА ПРИМЕРЕ Г. МОСКВЫ)**

**Панина О.В., к.э.н., доц.
«Государственное и муниципальное
управление» Финансовый университет**

Аннотация: современная практика управления не привела к существенным сокращениям социально-экономических различий регионов. В этой связи возникает необходимость совершенствования подходов к созданию системы управления регионами, развитие которых сдерживается накопленными проблемами. Такой подход тесно связан с реализацией «Основных направлений деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2012 г.» от 17 ноября 2008 г. № 1663-р. В данном документе, в частности, речь идет о необходимости обеспечения сбалансированного регионального развития и создания новых региональных центров экономического роста.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие региона, органы государственной власти и государственного управления, город федерального значения, мегаполис.

Abstract: Modern management practices have not led to significant reductions in socio-economic differences of the regions. This raises the need to improve approaches to the creation of a system of government of the regions whose development is constrained by accumulated problems. This approach is closely linked to the implementation of «Main directions of the Government of the Russian Federation for the period till 2012» of November 17, 2008 No. 1663-R. In this document, in particular, we are talking about the need to ensure balanced regional development and the creation of new regional centers of economic growth.

Keywords: socio – economic development of the region, the state authorities and public administration, the Federal city, metropolis

В отличие от других индустриальных городов России, экономика которых базируется на предприятиях промышленности, в структуре ВРП Москвы наибольший удельный вес занимает сфера торговли, включая торговлю топливно-энергетическими ресурсами. На втором месте находится деятельность, связанная с бизнес-услугами, научными исследованиями и разработками, а также информационными технологиями. Промышленность занимает третье место по объему добавленной стоимости. Такая структура ВРП города близка к структуре

ВРП мировых городов. Промышленность Москвы в основном представлена обрабатывающими производствами (доля в ВРП 13%), рост которых за 2012 год составил 1,4%. Пять основных отраслей обрабатывающей промышленности (пищевая, химическая, нефтеперерабатывающая, производство транспортных средств, электро-, электронного и оптического оборудования), на долю которых приходится 80% отгруженной продукции и две трети рабочих мест в отраслях промышленности, превысили уровень производства 2014 года, практически полностью задействовав производственные мощности. Причиной отсутствия роста в производстве пищевых продуктов, включая напитки, и табака (доля в объеме отгруженной продукции 13,9%) являются ранее принятые решения бизнеса по выводу ряда производств с территории города Москвы, а также наращивание объемов производства в региональных филиалах вертикально-интегрированных пищевых холдингов, подразделения которых находятся на территории города Москвы. Численность занятых в экономике города Москвы в 2015 году, органами статистики оценивается в 99,2% от экономически активного населения, что составляет 6,5 млн человек (9,6% занятых по Российской Федерации). Уровень безработицы по методологии Международной организации труда сохраняется в пределах, не превышающих 1% от общей численности экономически активного населения. Самые высокооплачиваемые рабочие места – в секторе услуг. Уровень оплаты труда работников, занятых в сфере финансовых услуг, в 2014 году превысил 100 тыс. руб. в месяц. Дифференциация заработной платы в реальном секторе экономики в 2014 году составила от 37 тыс. руб. в строительстве до 51 тыс. руб. в транспорте и связи.

Однако экономика города сталкивается с действием ряда новых внешних факторов. Продолжает наблюдаться замедление темпов роста ВВП России с 4,5% в 2010 году до 3,4% в 2012 году, несмотря на то, что за этот период цены на нефть марки URALS увеличились в 1,8 раза. Прогноз социально-экономического развития города Москвы на год и плановый период 2016 год разработан на вариантной основе с учетом сценарных условий, утвержденных Правительством Российской Федерации, и основных параметров прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на соответствующий период, разработанных Министерством экономического развития Российской Федерации, в основу которых положена падающая динамика цен на нефть.

Консервативный вариант предполагает сохранение инерционных

трендов замедления темпов роста экономики, вызванных в том числе действием неблагоприятных внешних факторов, снижением инвестиционных расходов федерального бюджета, инвестиционной активности частных компаний, консервативной кредитно-денежной политикой, и как следствие, невозможность реализации потенциала развития.

Умеренно-оптимистичный вариант отражает развитие экономики в условиях реализации активной государственной политики, направленной на улучшение инвестиционного климата, повышение конкурентоспособности и эффективности бизнеса, на стимулирование экономического роста и модернизации, а также на повышение эффективности расходов бюджета города Москвы.

По своему статусу и влиянию Москва, безусловно, является лидером страны и воспринимается как мировой город с огромным потенциалом на глобальном экономическом, политическом и культурном пространстве. С 1991 г. Москва постоянно присутствует в списке мировых городов-лидеров, что подтверждается всеми авторитетными рейтингами. Однако позиции Москвы в этом списке слабеют, прежде всего, по тем параметрам, которые составляют ядро развития и конкуренции лидеров глобальных рейтингов: качество среды и институтов, качество жизни, безопасность и экология. Эксклюзивное политическое положение Москвы как столицы России создало условия для концентрации в городе 80% финансового оборота страны, такой же доли инвестиций в коммерческую недвижимость, 70% доли московских банков в суммарных активах российской банковской системы и значительной части экспортно-импортных отчислений. Это привело к формированию в Москве феномена «рентной экономики», создало условия неустойчивости и критической зависимости финансового потенциала столицы от конъюнктуры мировых цен на предметы российского экспорта и размещения налоговой базы. Городу, как это показал последний финансовый кризис, сложно компенсировать колебания внешней конъюнктуры, поскольку собственный экспортный потенциал невелик, а развитие перспективных видов экономической деятельности ограничено их масштабами и слабостью основных инфраструктур. Ключевой проблемой города является острый дисбаланс между уровнем деловой активности Москвы (обычно фиксируется в первой двадцатке мировых рейтингов) и качеством городской среды (по этому индикатору Москва занимает в разных рейтингах от 50 до 70

места). При значительном и все еще динамично растущем экономическом потенциале в Москве наблюдается снижение доступности жилья. Отмечается дефицит городских сервисов и услуг, мощностей инфраструктуры, прямо влияющих на уровень и качество жизни в городе. Потенциальным источником социальной напряженности в городском сообществе является высокая дифференциация по качеству и уровню жизни горожан. Несмотря на то, что среднедушевые доходы опережают общероссийский уровень в 2,5 раза, в городе сохраняется исключительно высокий уровень дифференциации доходов. Он практически вдвое выше, чем в целом по России и в 4–6 раз выше, чем в крупнейших городах Европы. Несмотря на масштабную перераспределительную политику в Москве, ее реальные результаты проявляются в лучшем случае в снижении уровня абсолютной бедности. Вместе с тем, до 30% москвичей имеют доходы менее 60% от среднего уровня, а это означает недопустимо высокий уровень относительной бедности. В Москве быстрее, чем в среднем по России, будет нарастать кризис пенсионной системы. Столица существенно отстает от среднероссийского уровня по коэффициенту замещения (соотношение средней трудовой пенсии и средней заработной платы). Если в 2009 г. по РФ коэффициент замещения был равен 26,3%, то по Москве – лишь 15,7%. По коэффициенту замещения Москва в два с половиной раза отстает от стандартов, установленных Конвенцией МОТ (не менее 40%). По уровню человеческого потенциала отрыв Москвы от общероссийского уровня на протяжении второй половины 2000-х годов (2004–2008гг.) сохранялся на стабильном уровне, превышая средний российский ИРЧП примерно на 13%. Высокий уровень образования населения Москвы мог бы рассматриваться как потенциал в сфере интеллектуальных услуг, однако реализация этого потенциала осуществляется в значительной степени на внешних рынках. Напротив, его востребованность на московском рынке труда невелика, а множество дипломированных специалистов заняты на рабочих местах, в действительности не требующих высокой квалификации. Миграция стимулируется исключительно экономическими стимулами, вне их системной связи с уровнем комфорта, безопасности, качества услуг. Это может быть оправдано, с точки зрения сезонной и краткосрочной миграции, но прямо противоречит стратегической установке на умеренный рост населения города, компенсирующий мигрантами (до 850 тыс. новых жителей к 2025

году) нарастающие диспропорции демографической структуры. Высокий средний возраст работников, с одной стороны, и нежелание молодежи работать в сфере традиционного производства находятся в жестком противоречии с системой хозяйства и структурой рынка труда. Вследствие этого постоянный приток рабочей силы извне, так же, как и в Западной Европе, является необходимостью. Этому противостоит криминализованный характер коммунального хозяйства, вспышки ксенофобских проявлений и, главное, отсутствие действенной политики адаптации временных работников в качестве постоянных жителей Москвы. Уровень агрессивности среды остается высоким, что в свою очередь существенно снижает совокупную оценку качества жизни.

При безусловно высоком уровне человеческого капитала и сравнительно высоком уровне экономического потенциала эффективность использования территории остается достаточно низкой, что указывает на проблемы пространственного планирования. Москве необходим переход к качественно новому этапу развития, целью которого является ликвидации разрыва между экономическим потенциалом и качеством среды и жизни, который город может обеспечить своим жителям.

Основной стратегический выбор для Правительства Москвы должен быть сделан в рамках одной из двух моделей развития. Модель инерционного развития предполагает сохранение рентного характера экономики, дальнейший рост численности населения и традиционных рабочих мест, при сохранении высокой дифференциации населения по уровню и качеству жизни. Следствием этого будет продолжение роста нагрузки на городскую инфраструктуру и постепенное дальнейшее ухудшение качества городской среды и безопасности. При этом негативные последствия экстенсивного роста будут компенсироваться преимущественно ростом доходов. Модель активного развития Москвы как мирового (глобального) города, конкурентоспособного на глобальном уровне, предполагает постепенный отказ от «рентной экономики» за счет переноса полюса экономической активности и занятости из традиционных отраслей в сектора высокотехнологичных производств, интеллектуальных услуг (как социального, так и делового характера), а также креативных индустрий. Развитие новых секторов постепенно заместит традиционные сферы экономической активности, занятости и источники бюджетных поступлений. Реализация этого сценария не-

возможна без инвестиций в человеческий потенциал, в инфраструктуру, в улучшение городской среды и предполагает эффективное использование пространственно-территориального потенциала города, в том числе:

- снижение нагрузки на центр города за счет более равномерного распределения административной, деловой, культурной, образовательной, рекреационной активности за счет создания других центров по всему городскому пространству (реализация принципа полицентричности);
- совершенствование форм и методов координации субъектов сложившейся де-факто Московской агломерации для разработки и реализации градостроительной, транспортной, социальной, кластерной и экологической политик, регулирования рынков и потоков маятниковой и сезонной миграции;
- использование на вновь присоединяемых территориях на юго-западном векторе новых эффективных способов освоения, расселения, инфраструктурного обеспечения, местного самоуправления.

Правовым основанием для разработки перечня показателей оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления является статья 18.1 Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», согласно которой перечень показателей для оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления утверждается в порядке, определяемом президентом Российской Федерации. Система управления в условиях мегаполиса основана на функционировании органов государственной власти города федерального значения и органов местного самоуправления внутригородских территорий. При этом качественное удовлетворение потребностей жителей в услугах публичной власти в столице зависит от качества функционирования единого комплекса городского хозяйства. Безусловно, в качестве одного из определяющих критериев оценки эффективности деятельности публичной власти должно являться мнение потребителей государственных (муниципальных) услуг, то есть населения внутригородского муниципального образования. Иными словами, речь идет о выявлении степени удовлетворенности (или неудовлетворенности) населения ра-

ботой органов местного самоуправления. Эффективность деятельности органов местного самоуправления в городе федерального значения, прежде всего, зависит от сбалансированности полномочий, ответственности и ресурсов органов публичной власти города и муниципальных образований (внутригородских территорий, как правило, совпадающих с границами административно-территориальных единиц (районов)). В силу полномочий, предоставленных органам государственной власти Москвы федеральным законодателем, органы государственной власти города устанавливают перечень расходных обязательств муниципальных образований, а также определяют источники доходов местных бюджетов. При этом органы местного самоуправления в городах федерального значения не осуществляют полномочия органов местного самоуправления, установленные федеральным законодательством, если эти полномочия не отнесены к их ведению законами указанных субъектов Российской Федерации. Соответственно, органы государственной власти Москвы имеют возможность непосредственно определять объем необходимых средств для решения ими же закрепленных исчерпывающим образом полномочий и, по сути, доходную и расходную части бюджета каждого муниципального образования. Кроме того, значительное место в работе органов местного самоуправления в столице занимает реализация переданных государственных полномочий Москвы, что определяет осуществление указанных полномочий за счет и в пределах субвенций из городского бюджета, а также контроль органов государственной власти города Москвы за реализацией переданных полномочий. Другим немаловажным фактором, который следует принять во внимание, является изначальное различие «стартового» потенциала внутригородских муниципальных образований в виде материальных и людских ресурсов. Для оценки деятельности органов местного самоуправления не достаточно простого сопоставления достигнутых значений показателей между различными внутригородскими муниципальными образованиями. Более того, есть основания полагать, что в рассматриваемом случае (в силу, в том числе, специфики правомочий городских властей по отношению к органам местного самоуправления) оценка должна быть сравнительной по отношению к предыдущему периоду. То есть необходимо учитывать, прежде всего, динамику изменения значения показателей за отчетный период и динамику социально-экономического раз-

вития, которую демонстрирует то или иное муниципальное образование, но с учетом предоставленных городской властью полномочий и выделенных на это ресурсов.

Литература:

1. Рагулина Ю., Бутова Т. Пространственная интеграция Москвы: понятие, сущность, значение// Проблемы теории и практики управления. 2013. № 10. С. 67–74.

2. Бутова Т.В., Тарасов И.В., Шаповаленко Е.В. Экономические проблемы и возможности пространственной интеграции Москвы и Московской области и реализации проекта «Большая Москва» // В книге: International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers «the unification of economists and lawyers-is a key to the new stage of development» isae «Consilium». г. Берн, Швейцария, 2013. С. 195–198.

3. Бутова Т.В., Кривцова М.К. Нормативно-правовые основы управления городом федерального значения// Экономика и управление: проблемы, решения. 2014. № 9 (33). С. 37–39.

4. Зотов В.Б. Организация управления и самоуправления в крупнейших городах: современное состояние и проблемы. 2-е изд., испр. и доп. М., 2010.

ФОРМИРОВАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ БАНКОВ – ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДОВ

*Ситников И.А.,
Государственный университет управления,
Научный руководитель:
к.э.н., доцент Р.Ж. Сираждинов*

Аннотация: банковская система включает несколько видов банков, связанных с различными собственниками, имеющих различные масштабы деятельности, а значит и влияния. Но на активность их участия в развитии народного хозяйства влияет, прежде всего, вид деятельности. В интересах долгосрочного развития экономической системы и инженерных и социальных систем городов необходимо расширение сферы деятельности инвестиционных банков, которые должны регулироваться особыми нормативными актами, установленными государственными органами управления.

Ключевые слова: банк; Сберегательный банк; Инвестиционный банк; универсальный банк; инвестиционная деятельность; активы и пассивы банка; стандарты устойчивости.

Abstract: The banking system includes several types of banks associated with different owners with different scope of activities and, therefore, influence. But the activity of their participation in the development of the national economy affects primarily activity. In the interest of long-term development of the economic system and social and engineering systems of cities need to expand the scope of activities of the investment banks, which should be governed by special regulations established by the state government.

Keywords: bank; Savings Bank; Investment bank; universal bank; investment activity; the assets and liabilities of the bank; sustainability standards.

В соответствии с Федеральным законом «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395-1 Банк – кредитная организация (юридическое лицо), которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации (Банка России) имеет право осуществлять банковские операции, разрешенные Федеральным законом, и имеющее на необходимые разрешения (лицензии).

Банк – кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции:

привлечение в качестве вкладов денежные средства физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.¹

При этом выделяют следующие виды банковских организаций:

- банки, контролируемые государством;
- банки с участием иностранного капитала, в том числе банки, находящиеся под существенным влиянием резидентов РФ;
- крупные частные банки;
- средние и малые банки Московского региона;
- региональные малые и средние банки.

Основной функцией банковской организации является обеспечение развития экономики страны, промышленных предприятий и прочих организаций². Для этого необходимо обеспечить развитие производства и обновление основных фондов за счет существенных инвестиций, то есть привлечения денежных средств путем их размещения в банковских организациях. Несмотря на неуклонное увеличение объемов кредитования банками реального сектора экономики, вклад банковской системы в поддержание экономического роста остается скромным. Основная часть кредитов реальному сектору носит краткосрочный характер и в большей степени направлена на пополнение оборотных средств предприятий. Решение проблемы повышения роли банковского сектора в экономике в немаловажной степени зависит от состояния правовой среды, инвестиционного и делового климата, системы банковского надзора, совершенствования регулирования банковской деятельности.³

Одной из важнейших задач банковских организаций является расширение кредитно-инвестиционной деятельности в отношении промышленных предприятий и прочих организации с оптимальной для банков и организаций рискованностью, аккумуляция свободных денежных средств, повышение эффективности банковских операций и внутренней системы банковского контроля, связанной с взаимоотношениями «банк – организация» и «банковская организация – реальный сектор/внешняя среда». Причем если, состояние внешней

¹ http://www.consultant.ru/popular/bank/46_1.html

² Бутова Т.В., Анисимов А.А. Особенности сотрудничества власти и банковского бизнеса в городе Москве// Муниципальная академия. 2013. № 2.

³ http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/32926.doc.htm

среды определяется государственной экономической политикой и мерами, осуществляемыми Банком России, то уровень эффективности банковской организации, в том числе и системы банковского контроля целиком и полностью зависит от коммерческого банка. Решение перечисленных ранее задач потребует от банковских организацией проведения соответствующих изменений, в том числе и в организационной структуре. Таким образом, актуально и необходимо проанализировать состояние банковских организаций и целью выявления направления их дальнейшего развития, в том числе и организационного развития.

Приведенная классификация существующих банков учитывает фактически лишь масштабы деятельности банка и его принадлежность нескольким или одному собственнику. Это не всегда отражает сущность деятельности банков и их экономической роли в экономике страны.

Справедливее было бы привести классификацию банков, отражающих основные виды деятельности.

В настоящее время можно сформулировать следующие группы банков:

1. Сберегательные.
2. Инвестиционные.
3. Универсальные (коммерческие).

По хронологии сберегательные банки возникли раньше всех. Сберегательные банки – на ранних этапах развития занимались аккумулярованием сбережений малоимущих, да и не только, слоев населения. Другой сферой деятельности сберегательных банков стали валютнообменные операции и субсидирование товарообменных операций. Но постепенно круг их операций расширялся. Они становились, по сути, универсальными банками, выполняющими функции коммерческих банков. Это обуславливало усиление конкурентной борьбы сберегательных банков с другими кредитными учреждениями за средства населения как источник капиталов. В настоящее время сфера операций сберегательных банков достаточно широка. Она включает депозитные, кредитные, инвестиционные, валютные и иные операции. Работают банки с широкой клиентурой, как с частными вкладчиками, так и с торгово-промышленными компаниями, банками, другими кредитными учреждениями и государством.

В некоторых промышленно развитых странах сберегательные банки занимают ведущие позиции в кредитной системе, а в развивающихся странах они в основном ориентированы на стимулирование сбережений, развитие жилищного строительства и сельскохозяйственного производства, финансирование социальных программ¹.

Первые сберегательные банки возникли в конце XVII в. в Германии и Англии. В США действовало также взаимно сберегательные банки, объединенные в национальную ассоциацию. В настоящее время сфера операций банков достаточно широка: депозитные, кредитные, инвестиционные, валютные операции. В числе важных задач сберегательных банков – оказание социальной защиты населения, поэтому они тесно связаны с операциями Казначейства, вкладывают значительные средства в покупку государственных ценных бумаг.

В Германии эти банки называются сберегательными кассами. Их более 700 банков, имеющих 17 тыс. отделений. Центральным органом являются 12 земельных банков (жироцентров). Всю систему возглавляет Немецкий коммунальный банк.

Основные операции сберегательного банка:

Пассивные

- вклады до востребования, сберегательные вклады, срочные вклады;
- обязательства перед банками;
- сберегательные сертификаты;
- облигации сберегательных касс.

Активные:

- кредиты по недвижимости, промышленные кредиты, потребительские кредиты (контокоррентные, учетные, рекурсивные, ломбардные, по поручительству, консорциальные), муниципальные, межбанковские;
- торговля ценными бумагами;
- управление имуществом.

Во Франции – это почтовые сберегательные кассы и сеть сберегательных касс. Общее руководство осуществляет Национальный центр сберегательных касс.

¹ Кожаринов А.В., Елесина М.В., Рашкеева И.В. Банковская система в условиях западных санкций// В сборнике: 21 век: фундаментальная наука и технологии Материалы V международной научно-практической конференции. North Charleston, SC, USA, 2014. С. 220.

В ряде стран получили развитие сберегательные банки, в частности, доверительные сберегательные, взаимно сберегательные и почтово-сберегательные. Они контролируются государством.

В Англии – доверительные сберегательные банки под руководством Национального сберегательного банка, который работает через сеть почтовых отделений.

В США – взаимно сберегательные банки, которые являются некоммерческими организациями. Ими управляют советы доверенных лиц, капитал возвращен акционерам. В районах, где нет коммерческих банков, работают почтово-сберегательные банки. В США получили распространение ссудо-сберегательные ассоциации, занимающиеся аккумуляцией сбережений населения и долгосрочным кредитованием покупок и строительства жилых домов. Впервые они появились в 1831 г. по образцу английских строительных обществ, в 1890 г. действовали во всех штатах. Они являются кооперативами или имеют статус компании, действуют в радиусе 100 миль.

В некоторых странах продолжают функционировать взаимно-сберегательные банки, реализующие меньшую часть сберегательных банков. Взаимно-сберегательные банки, как правило, имеют статус некоммерческих партнерств, деятельность которых регулируется местным законодательством. В США сберегательный банк (*savings bank*), организованный в рамках законов штата, и принадлежащий его вкладчикам и действующий, прежде всего, в их интересах.

Кроме всего, их деятельность регулируется и контролируется местными попечительскими советами, которые принимают основные решения в качестве опекунов, независимо от их юридических владельцев.

Традиционно его доход распределяется между вкладчиками после вычета расходов и выделения установленных резервов.

Не так давно многие сберегательные банки начали выпускать акции и предлагать новые потребительские услуги, например, предоставление кредитных карточек и чековых книжек.

Инвестиционный банк (англ. *Investment bank*) – финансовый институт, который организует для крупных компаний и правительств, привлечение капитала на мировых финансовых рынках, а также оказывает консультационные услуги при покупке и продаже бизнеса, брокерские услуги, являясь ведущим посредником при торговле ценными бумагами.

Банки США были разделены на коммерческие и инвестиционные в 1930-е годы из-за великой депрессии. Однако в 1999 году Закон Гласса-Стиголла был отменен, и коммерческие банки вновь получили право заниматься инвестиционными банковскими услугами.

В настоящее время, однако, ситуация начала меняться в связи с кризисом 2007–2009 годов и многие страны, в том числе Великобритания и США, обсуждают вопросы отделения инвестиционно-банковской деятельности от коммерческого банкинга.

Для типичного инвестиционного банка характерны следующие функции:

- Андеррайтинг и Торговля ценными бумагами;
- Предложение брокерских услуг частным и институциональным инвесторам;
- Услуги по слияниям и поглощениям;
- Финансовая аналитика и исследования;
- Маркетмейкеры для отдельных видов ценных бумаг.

Универсальный банк – банк, осуществляющий все или большинство основных видов банковских операций.

Универсальные банки более устойчивы, чем специализированные банки, так как сочетают коммерческую и инвестиционную деятельность. Они могут в полной мере использовать преимущества диверсификации своих операций. Клиентам удобнее иметь дело с одним банком, чем с несколькими специализированными посредниками. Клиентами универсальных банков являются как мелкие вкладчики, так и крупные компании¹.

Банки универсального типа выполняют большое количество банковских операций: ведение депозитных счетов, безналичные переводы средств, приём сбережений, выдачу разнообразных кредитов, покупку ценных бумаг, операции по доверенности, хранение ценностей в сейфах и др. Благодаря широкому выбору предлагаемых услуг и наличия большого количества клиентов они меньше страдают от колебаний доходности отдельных банковских операций и конъюнктуры сегментов финансового рынка.

¹ Национальные банковские и страховые системы стран с развивающимися рынками в условиях глобализации /сборник научных статей / Федеральное гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Финансовая акад. при Правительстве Российской Федерации" (Финакадемия), Упр. междунар. сотрудничества; [под ред. М. А. Эскиндарова, В. В. Думного]. Москва, 2009.

В большинстве развитых стран крупные банки и банковские группы представлены универсальными банками. Наибольшее распространение универсальные банки получили в Континентальной Европе. В США, только после отмены в 1999 году положений закона Гласса-Стиголла о том, что банковский холдинг может владеть только финансовыми компаниями одного типа, начали активно развиваться универсальные банки. В России большинство банков являются универсальными, например Сбербанк России, ВТБ и др.

По данным статистического обзора Центрального Банка России, размещенного на официальном сайте, в 2013 году наблюдалась положительная динамика большинства ключевых показателей, характеризующих роль банковского сектора в экономике. Отношение активов банковского сектора к ВВП за год возросло с 79,6 до 86,0%¹.

Отношение капитала банковского сектора к ВВП в 2013 году составило 10,6%, увеличившись за год на 0,8 процентного пункта. Основным источником формирования ресурсной базы кредитных организаций по итогам 2013 года стали средства на счетах клиентов, отношение их объема к ВВП увеличилось на 3,9 процентного пункта, до 52,3%. Отношение объема вкладов физических лиц к ВВП по итогам отчетного года составило 25,4% (прирост за год на 2,5 процентного пункта), отношение депозитов нефинансовых организаций к ВВП существенно меньше – 16,2% (прирост на 0,8 процентного пункта).

В структуре активов банковского сектора в 2013 году, как и годом ранее, доминировали кредиты. Отношение совокупного объема выданных кредитов к ВВП возросло на 6,0 процентного пункта, до 60,5%, а их доля в совокупных активах банковского сектора увеличилась на 1,8 процентного пункта и составила 70,4%. Отношение кредитов нефинансовым организациям и физическим лицам к ВВП возросло на 4,1 процентного пункта, до 48,6%.

Отношение активов банковского сектора к ВВП за год выросло с 74,6 до 79,1%. Данный показатель позволяет определить, насколько экономические субъекты удовлетворены в своих финансовых потребностях. Уровень данного индикатора в России остается сопоставимым с его уровнем в отдельных странах группы BRICS. Такой рост позволяет судить об активном развитии не только банковского сектора, но и

¹ http://cbr.ru/publ/archive/root_get_blob.aspx?doc_id=9524

всей экономики в целом, так как отражает спрос экономических субъектов на дополнительные ресурсы, обусловленный увеличением объемов их спроса¹.

Однако, если с динамикой активов, а также обеспеченностью банковскими офисами ситуация благоприятная, качество обслуживания, производительность, технологии и маркетинг остаются пока на низком уровне.

В 2013 году сохранилась тенденция к повышению показателей, характеризующих концентрацию банковской деятельности. Доля 200 крупнейших по величине активов кредитных организаций в совокупных активах банковского сектора за отчетный период увеличилась незначительно и по итогам года составила 94,9%.

На долю 200 крупнейших по величине капитала кредитных организаций по состоянию на 01.01.2014 приходилось 93,4% совокупного капитала банковского сектора (на 01.01.2013 – 92,8%), в том числе на пять крупнейших банков – 49,7%².

Количество кредитных организаций с капиталом свыше 300 млн. рублей за 2013 год возросло с 654 до 683, а их доля в совокупном положительном капитале приближается к 100% (99,4%). Из них количество кредитных организаций с капиталом свыше 1 млрд. рублей за отчетный год выросло с 346 до 367, которые имеют 97,0% совокупного положительного капитала банковского сектора.

Крупные многофилиальные банки в 2013 году продолжали оптимизацию своих региональных подразделений.

При этом количество дополнительных офисов увеличилось с 23 347 до 24 486, кредитно-кассовых офисов – с 2161 до 2463, операционных офисов – с 7447 до 8436, передвижных пунктов кассовых операций – с 118 до 146, а общее количество операционных касс вне кассового узла сократилось с 9685 до 7845³.

В приведенных выше факторах развития банковского сектора имеется один достаточно крупный недостаток- концентрация банковского сектора происходит на базе универсальных. Кроме всего прочего необходимо учесть, что вся система государственного контроля качества кредитных учреждений построена на базе нормативной базы для

¹ http://www.regblok.ru/index.php?new_div_id=5426

² http://www.cbr.ru/publ/archive/root_get_blob.aspx?doc_id=9525

³ Там же.

универсальных коммерческих банков. То есть на все банки распространяются правила резервирования денежных средств и уровня текущей ликвидности для работы фактически с наличной валютой, разработанных и используемых Банком России. Это приводит к тому, что все банки обязаны закладывать в свои текущие операции высокий уровень рентабельности¹. Это, в свою очередь, приводит к высоким уровням затрат на обслуживание кредитных линий со стороны банков, реализующих инвестиционные программы, а, следовательно, к необоснованно их высокой стоимости.

Как уже неоднократно отмечалось в периодической печати и научной литературе, основным инвестором в развитие народного хозяйства являются органы государственного и муниципального управления. Однако в условиях дефицита практически всех муниципальных бюджетов и субъектов федерации, речь о финансировании инфраструктурных проектов речи вообще и при наличии действующей финансовой системы идти не может.

Эти проблемы ставят первоочередной задачей создание системы инвестиционных банков, которые должны решать проблемы привлечения свободных денежных средств на реализацию инфраструктурных проектов в муниципальных образованиях. Кроме того, необходимо разработать и использовать нормативную базу для контроля за качеством работы инвестиционных банков со стороны Банка России.

Литература:

1. Бутова Т.В., Анисимов А.А. Особенности сотрудничества власти и банковского бизнеса в городе Москве// Муниципальная академия. 2013. № 2.
2. Кожаринов А.В., Елесина М.В., Рашкеева И.В. Банковская система в условиях западных санкций// В сборнике: 21 век: фундаментальная наука и технологии Материалы V международной научно-практической конференции. North Charleston, SC, USA, 2014. С. 220.
3. Национальные банковские и страховые системы стран с развивающимися рынками в условиях глобализации /сборник научных статей / Финакадемия, Упр. междунар. сотрудничества; [под ред. М.А. Эскиндарова, В.В. Думного]. Москва, 2009.

¹ Риск менеджмент в коммерческом банке. Под ред. И.В. Ларионовой. Москва 2014 (монография).

4. Панина О.В., Судибье А.О., Чекменева Т.Н. Анализ стратегии инновационного развития Саратовской области. В сборнике: Наука и образование в XXI веке. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 5 частях. ООО «АР-Консалт». 2015. С. 97–99.

5. Панина О.В. Проблемы управления устойчивым развитием городских агломераций (на примере Чебоксарской городской агломерации) Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. Т. 1. С. 64–70.

6. Кривцова М.К., Широкова А.И., Панина О.В. Анализ участия бизнеса в развитии современных мегаполисов на основе государственно – частного партнерства. Интернет-журнал Науковедение. 2014. № 6 (25). С. 78.

7. Риск менеджмент в коммерческом банке. Под ред. И.В. Ларионовой. Москва 2014.

**СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА
ОКАЗАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ:
ЭЛЕКТРОННЫЙ МУНИЦИПАЛИТЕТ**

Смирнова В.С.
Финансовый университет,
Научный руководитель:
к.э.н., доцент А.И. Галкин

Аннотация: в настоящей статье рассматривается понятие «электронный муниципалитет», его сущность, особенности функционирования и преимущества данной системы. Авторы рассматривают этапы формирования модели электронного муниципалитета, а также состояние развития такого механизма повышения качества предоставления муниципальных услуг в различных городах России. Исследуются проблемы, ограничивающие дальнейшее развитие электронных муниципалитетов, а также некоторые возможные пути их решения.

Annotation: The article deals with the concept of «e-municipality», its essence, features and advantages of the functioning of the system. The authors examine the stages of forming the model of e-municipality, and development status of a mechanism of improving the quality of municipal services in different Russian cities. The article studies some problems that limit the further development of e-municipalities, and some possible solutions.

Ключевые слова: информационное общество, информационно-коммуникационные технологии, электронное правительство, электронный муниципалитет, государственные услуги, муниципальные услуги.

Keywords: information society, information and communication technologies, e-government, e-municipality, public services, municipal services.

В настоящее время знания и информация являются определяющими факторами развития общества, а также ресурсами, которые в национальном масштабе определяет благосостояние государства и комфорт граждан. Так, переход к информационному обществу поставил задачу повышения эффективности государственного управления в условиях повсеместного развития информационно-коммуникационных технологий, что привело к резкой компьютеризации и «интернетизации» взаимодействия органов власти и населения.

В России деятельность по внедрению информационно-коммуникационных технологий в систему органов государственной власти начала осуществляться в рамках принятой в 2002 году федеральной целевой программы «Электронная Россия» (2002–2010 годы)», среди задач которой выделялись такие, как развитие элементов электронного правительства, развитие инфраструктуры доступа к информации о деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления, переход на предоставление государственных и муниципальных услуг в электронном виде. Также основные направления государственной политики в области использования информационных технологий, в том числе в сфере повышения эффективности взаимодействия между государством, гражданами и бизнесом, были обозначены Стратегией развития информационного общества в Российской Федерации.

Таким образом, реализация положений данных документов на практике определила качественно новый уровень функциональной деятельности органов государственной власти и местного самоуправления. Кроме того, был введен ряд новых понятий, таких как «электронное правительство», «информационная открытость деятельности органов государственной власти», «цифровая подпись», «электронная услуга», а также «электронный муниципалитет».

Стоит отметить, что предпосылкой появления термина «электронный муниципалитет» послужил тот факт, что основная часть взаимодействий между органами государственного управления, гражданами и бизнесом происходит именно на местном уровне. Существуют различные подходы к определению понятия «электронный муниципалитет», часто его используют лишь для обозначения компьютеризации процессов деятельности в органах местного самоуправления. Однако такой подход является ошибочным, так как не раскрывает сущность данного понятия полностью.

Под электронным муниципалитетом следует понимать сетевую информационно-коммуникационную инфраструктуру местного самоуправления, основанную на автоматизации всей совокупности управленческих и административных процессов в масштабах территории и служащую для целей существенного повышения эффективности местного управления и снижения транзакционных издержек для каждого субъекта муниципального образования. Данная система призвана снизить степень информационного неравенства, повысить прозрачность

местной власти, сократить влияние человеческого фактора в деятельности муниципальных служащих, повысить степень удовлетворенности граждан качеством предоставления муниципальных услуг.

Безусловно, для достижения указанных задач необходимо обеспечение реализации следующих основных принципов:

- обеспечение электронного обмена информацией с гражданами (открытая нормативная база, порталы электронных услуг, интернет-приемные);
- реализация принципа «одного окна» при предоставлении услуг с применением электронного обмена информацией между гражданами и органами местного самоуправления, а также между самими органами;
- переход к электронному документообороту как внутри муниципалитета, так и с органами власти других уровней;
- применение электронных технологий в работе муниципальных служащих (базы данных, информационно-аналитические программы).

Модель электронного муниципалитета может быть представлена следующими основными элементами:

- информационные и телекоммуникационные системы обеспечения удаленного доступа граждан к информации о деятельности органов местного самоуправления;
- системы предоставления муниципальных услуг;
- межведомственная система электронного документооборота;
- системы планирования и мониторинга деятельности органов местного самоуправления;
- системы единой инфраструктуры сервисов и данных (комплекс общефедеральных государственных систем, реестров и классификаторов);
- обеспечивающие информационно-коммуникационные системы для внутренних процессов органов местного самоуправления;

Процесс формирования полноценной модели электронного муниципалитета включает пять этапов.

1. Информационный этап – создание органами местного самоуправления сайтов в сети Интернет для размещения на них информации о составе органа власти, его структурных подразделениях, руководстве, контактных данных, функциях, услугах и тому подобное.

2. Интерактивный этап – предоставление гражданам возможности получения доступа к образцам справок и форм документов, различным юридическим документам, новостной информации. Также на данном этапе становится доступной функция «обратной связи»: отправление вопросов гражданами и получение ответов посредством электронной почты, поиск и размещение комментариев.

3. Интенсификация взаимодействия между гражданами и органами местного самоуправления – функционирование сайтов осуществляется в форме интернет-портала. Пользователям предоставляется прямой доступ к информации, соответствующей их потребностям и интересам. Данный этап характеризуется тем, что на нем граждане могут получать специализированные данные, загружать различные формы и бланки, участвовать в электронных собраниях.

4. Транзакционный этап – предоставление пользователям возможности получать документы и совершать различные операции. Становится доступным получение виз, паспортов, свидетельств, разрешений и прочее. Через интернет-порталы становится возможной регистрация организаций, оформление финансовых документов, легализация иностранных документов и так далее.

5. Пятый этап – практически полное вытеснение услугами в электронном виде «бумажных» аналогов. Разрозненные информационные системы, предоставляющие сервисы объединены в единую информационно-коммуникационную систему. Граждане могут не только оформлять заявки и формы документов, но и контролировать процесс их обработки, знакомиться с результатами обработки заявки.

Сегодня работа по формированию электронных муниципалитетов ведется во многих городах России.

Так, например, создание такой системы в г. Омске началось после утверждения Мэром в 2006 году Концепции информатизации, в которой были определены основные цели информатизации города. В 2008 г. Администрацией г. Омска была принята программа в сфере информатизации «Электронный Омск». Реализация программы дала следующие результаты:

- создан проект целостной информационно-телекоммуникационной архитектуры Администрации города;
- созданы и активно развиваются межведомственные информационные системы (система электронного документооборота и делопроизводства Администрации города, единая медицинская

информационная система «Мединфо», информационная система управления процессами размещения заказов на поставки товаров ИС «Мунзаказ»);

- создана система информационного взаимодействия органов местного самоуправления с населением, организациями города на базе информационного портала Администрации города;
- сформирована организационная инфраструктура, обеспечивающая централизованное управление и устойчивое развитие информационной среды – муниципальное учреждение «Управление информационно-коммуникационных технологий».

Важно отметить, что реализация программы позволила осуществить переход к «клиенто-ориентированному» взаимодействию муниципалитета с населением и хозяйствующими субъектами в г. Омске. Взаимодействие осуществляется через интернет-портал Администрации, наиболее успешными сервисами которого являются новостные и информационные разделы, размещение обращений граждан, запись на прием к врачу. Кроме того, функционирует служба «одного окна», куда могут обращаться граждане для получения наиболее востребованных услуг.

Процесс создания электронного муниципалитета в г. Рязани находится на первом и отчасти втором этапе развития. Реализуется проект «Ваше мнение: возможности и проблемы развития города Рязани», размещенный на официальном сайте Администрации города, который позволяет проводить электронное анкетирование жителей по оценке нынешнего состояния города, перспективных направлений развития, создана и введена в эксплуатацию система электронного документооборота, планируется внедрение электронной цифровой подписи и переход на технологию работы с электронными документами.

Приоритетным направлением развития электронного муниципалитета г.Рязани является повышение качества предоставляемых услуг и эффективности работы органов муниципального управления в целом посредством создания условий для оперативного обмена информацией, обеспечения открытости деятельности муниципальных органов, эффективного взаимодействия с гражданами. Для этих целей планируется создание единого интернет-портала.

Принятие Постановления Правительства Москвы от 13.05.2003 № 367-ПП «О Городской целевой программе «Электронная Москва» положило начало развитию элементов электронного муниципалитета

в г. Москве. Одной из важнейших задач программы являлась реализация концепции «электронного правительства» на местном уровне, а именно переход к оказанию услуг и обеспечению взаимодействия органов местного самоуправления с гражданами и хозяйствующими субъектами на основе информационно-коммуникационных технологий.

Так, в 2010 году был разработан и введен в эксплуатацию Портал городских услуг города Москвы, который обеспечивает предоставление в электронной форме услуг муниципальных и государственных учреждений, свободный доступ гражданам к документам и информации об услугах, предоставляемых через интернет органами исполнительной власти Москвы и подведомственными организациями, автоматизированный учёт обращений граждан, который помогает улучшить работу городских ведомств. Портал предоставляет возможность получить услуги в сфере социальной защиты, жилищно-коммунального хозяйства, обратиться напрямую в управы, ЗАГСы, ГИБДД и тому подобное. Также гражданам доступна новостная и справочная информация различных ведомств. Для обеспечения открытости работы власти были созданы и сайты всех органов власти, а также районных управ и муниципальных образований г. Москва, где размещается необходимая информация о том или ином органе, составе его руководства, контактных данных.

В целом по стране наметилась устойчивая тенденция развития электронных муниципалитетов в различных городах. Однако полноценной модели пока не существует в силу ряда причин.

Во-первых, муниципалитеты не имеют собственных финансовых ресурсов для перевода муниципальных услуг в электронную форму, так как законодательством не предусмотрено такое полномочие, как создание муниципальных информационно-коммуникационных систем, обеспечивающих решение вопросов местного значения.

Во-вторых, пока не разработаны общегосударственные требования и рекомендации по составу, структуре, формам, а также порядку создания информационных ресурсов муниципальных образований. Это также является ограничением эффективного развития электронных муниципалитетов.

Существуют услуги, которые достаточно трудно разграничить между органами государственной власти и органами местного самоуправления. Данное обстоятельство затрудняет перевод таких услуг в электронную форму.

Кроме того, серьезной проблемой остается крайне низкий уровень информированности граждан и юридических лиц о порядке, способах и условиях получения муниципальных услуг, не отработана и система обратной связи с получателями услуг. Существует объективная потребность модернизировать саму связь и увеличить скорость коммуникаций, так как пока что в большинстве субъектов федерации основная масса сельского населения пользуется не высокоскоростной связью, а проводным Интернетом.

Таковы основные проблемные вопросы, связанные с совершенствованием системы оказания муниципальных услуг в муниципальных образованиях современной России.

Решением перечисленных проблем могло бы стать внесение дополнений в нормативные правовые акты, касающиеся информационных отношений с уточнением состава основных понятий и принципов, определяющих деятельность в этой сфере, и условия взаимодействия между уровнями управления. Также эффективным решением могло бы стать внесение в будущие редакции федеральных целевых программ в сфере информатизации самостоятельного раздела «Электронный муниципалитет», содержащий цели, задачи, ресурсное обеспечение информатизации местного самоуправления России.

Литература:

1. Головин Е.Г., Большакова В.М. О некотором опыте и проблемах участия органов местного самоуправления в формировании единой системы оказания государственных и муниципальных услуг // *Власть*. 2014. № 3. С 64–67.
2. Дмитриева Е.А. Предоставление муниципальных услуг в электронной форме: современное состояние и перспективы развития // *Конституционное и муниципальное право*. 2012. № 3. С 51–54.
3. Калинина А., Шевадрин А. Формирование элементов электронного правительства в органах местного самоуправления муниципальных образований // *Власть*. 2012. № 12. С 17–21.
4. Кириенко В.Е. «Электронный муниципалитет» как составная часть информационного общества России // *Проблемы управления в социальных системах*. 2009. № 2. С 93–106.
5. Ложников П.С. Опыт создания электронного муниципалитета в г. Омске // *Вопросы государственного и муниципального управления*. 2010. № 4. С 218–226.

6. Панина О.В., Добрина Л.Р. Понятие государственных услуг и необходимость их качественного предоставления. Аспирант. 2014. №5. С. 151–153.

7. Панина О., Малькова А. О формировании эффективной системы управления государственным и муниципальным заказом в России // Самоуправление 2013 №11. с. 5–18.

8. Холопов В.А. Актуальные вопросы формирования организационно-правовых условий для эффективного функционирования электронного муниципалитета. Опыт муниципального образования г. Рязань // Муниципальная служба: правовые вопросы. 2012. № 1. С 19–22.

**ФЕДЕРАЛЬНЫЕ ОКРУГА КАК ИНСТРУМЕНТ
РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ
В ОБЛАСТИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

**Фомина М.С.,
Финансовый университет
Научный руководитель:
д.э.н., проф., профессор кафедры
«Государственное и муниципальное управление»
Рождественская И.А.**

Аннотация: в данной статье исследуется место и роль федеральных округов в системе государственного управления современной России, даётся оценка эффективности функционирования названного института. Центральной проблемой работы является изучение влияния федеральных округов на механизмы регионального управления в России.

Ключевые слова: Федеральные округа, реформа, региональное управление, экономическое районирование, полномочный представитель Президента РФ в федеральном округе, оптимизация структуры федеральных округов.

Abstract: The role of federal districts in the system of public administration in Russia is researched in this article, an assessment of efficiency of federal districts is given. The main issue of article is an exploration of influence of federal districts on the regional administration mechanisms in Russia.

Key words: Federal districts, reform, regional administration, economic regionalization, plenipotentiary representative of the President of the Russian Federation, optimization of federal districts structure.

Одной из основных целей предпринятой в 2000 году реформы управления регионами России является оптимизация организации экономического, правового и политического пространства для обеспечения экономической интеграции страны, повышения эффективности государственного территориального управления и сближения уровней социально-экономического развития регионов¹.

Можно сказать, что в решении Президента РФ по формированию федеральных округов присутствует хорошо видимая управленческая

¹ Семкина О.С., Попадюк Н.К. Региональное программирование и программируемая регионализация // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2015. № 4. С. 62–65.

направленность. Указ Президента РФ от 13 мая 2000 г. №849 об учреждении института полномочных представителей Президента РФ в федеральных округах не привёл к изменениям в федеративном устройстве России, но, будучи предписанным в рамках компетенции Президента и в целях реализации его конституционных полномочий, в то же время изменил систему управления регионами страны. Между федеральным центром и субъектами РФ появился промежуточный управленческий уровень – федеральный округ в лице полномочного представителя Президента РФ в федеральном округе и его аппарата. Из этого можно сделать вывод, что федеральный округ – это не административно-территориальная единица России, а особая сфера управленческих воздействий¹.

В настоящее время можно без сомнения утверждать, что на уровне федерального округа реализуются управленческие отношения по схеме «федерация – федеральный округ – субъекты РФ – местное самоуправление». Организацией взаимодействия участников таких отношений на уровне федерального округа, а также мониторингом юридических конфликтов в сфере управленческой деятельности занимаются полномочные представители Президента в федеральных округах. Совершенно обоснованным в этой связи явилось закрепление координации деятельности органов власти на региональном уровне в качестве приоритетного направления деятельности полпредов.

Сегодня в России через институт федеральных округов проводится государственная политика, направленная на укрепление и развитие партнёрских отношений между федеральным центром и регионами на основании сохранения единого правового и управленческого пространства на всех уровнях государственного управления.

Объединение субъектов РФ в федеральные округа изменило формы и содержание управленческих связей, которые ранее были установлены и действовали на региональном уровне. Однако нельзя сводить все связи в рамках взаимодействия на уровне федерального округа исключительно к вертикальным. Проведённые управленческие преобразования не ограничивают возможности субъектов Федерации вступать в отношения с другими субъектами и муниципальными образованиями, находящимися в других федеральных округах, а также с

¹ Катков В.Ю. Федеральные округа в РФ: конституционно-правовой анализ: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.02. М., 2011. С.138.

иностранными государствами в установленном законом порядке. Связи «центр – федеральный округ», «центр – субъект РФ», «федеральный округ – федеральный округ», двусторонние и многосторонние взаимосвязи между субъектами РФ создают действенную систему единства российского общества. По этой причине для устойчивого и гармоничного развития России крайне важно не только выстраивать вертикальные связи и отношения, но и усиливать, активно стимулировать горизонтальные связи самого разного содержания (управленческие, экономические, социально-культурные и т.д.)¹.

В соответствии с Указом Президента РФ от 24 марта 2005 г. №337 «О советах при полномочных представителях Президента РФ в федеральных округах» (ред. от 22.03.2010) в каждом федеральном округе был создан такой совет. Он представляет собой совещательный орган, который призван содействовать реализации полномочий главы государства по обеспечению согласованного функционирования и взаимодействия федеральных органов государственной власти и органов государственной власти субъектов РФ. В состав совета по должности входят полномочный представитель Президента в федеральном округе в качестве председателя совета, высшие должностные лица субъектов РФ, входящих в состав соответствующего федерального округа, заместитель Генерального прокурора РФ по федеральному округу. Также членами совета при полпреде могут быть иные лица, кандидатуры которых утверждаются Руководителем Администрации Президента РФ.

На заседаниях совета при полномочном представителе Президента РФ в федеральном округе обсуждается широкий круг вопросов: рассмотрение по предложению Президента РФ проектов федеральных законов и указов Президента, имеющих важное значение на федеральном и региональном уровне; обсуждение проектов федеральных законов о федеральном бюджете в части, касающейся соответствующего региона или федерального округа в целом; обсуждение основных вопросов кадровой политики в регионе (федеральном округе), а также иных вопросов, имеющих важное государственное значение. В целом функционирование таких советов оценивается как достаточно эффективное, несмотря на относительную редкость проведения заседаний (ежеквартально). В то же время стоит обратить внимание на то, что

¹ Матюшкин Г.О. Институционализация федеральных округов в современной России: дис. ... канд. юрид. наук, 2012. С.100.

результаты работы советов при полномочных представителях Президента должны иметь более конкретное и целенаправленное применение. В данном случае подразумевается, что на федеральном уровне решения советов необходимо рассматривать не как простую рекомендацию, а как некую инициативу, которая с достаточно высокой вероятностью будет реализована через механизмы регионального управления. Рассмотрение проблем и определение направлений дальнейшего развития не только всего федерального округа, но и отдельных субъектов крайне важно с точки зрения разработки государственной политики в области территориального управления.

Положительно зарекомендовала себя практика проведения совместных совещаний, семинаров, распространение передового опыта, обмен информацией на уровне федерального округа. Примером может служить функционирование консультативных и координационных советов при полномочных представителях Президента РФ в федеральных округах. В состав таких советов входят руководители территориальных органов федеральной исполнительной власти, руководители органов государственной власти субъектов РФ и наиболее крупных муниципальных образований. Вместе с тем необходимо отметить, что формирование подобного рода комиссий и комитетов должно осуществляться по функциональному признаку, чтобы избежать необоснованного увеличения их количества. Также важно детально регламентировать их деятельность с целью повышения эффективности и качества выполняемых задач и функций.

Главной и неотложной для всех полномочных представителей Президента в федеральных округах была задача по приведению в соответствие с Конституцией РФ и федеральным законодательством нормативных правовых актов законодательной и исполнительной ветвей власти субъектов РФ. Сразу после учреждения федеральных округов перед полномочными представителями Президента была поставлена задача провести анализ и дать оценку правовым актам, принятым органами государственной власти субъектов Федерации и органами местного самоуправления. Наиболее типичными нарушениями в нормотворческой деятельности региональных властей в 90-х гг. были:

- издание субъектами РФ правовых актов по предметам ведения РФ в нарушение ст.71, 72 и 76 Конституции РФ;

- искажение в правовых актах субъектов смысла федеральных законов или переписывание их «с поправками»;
- принятие документов, которые ограничивают закреплённые Конституцией РФ и федеральными законами права и свободы человека и гражданина;
- недостатки в юридической технике и др.

В проведении сложнейшей работы по обеспечению единства правового пространства страны полномочные представители Президента получили значительную государственную поддержку, в том числе в виде принятия на федеральном уровне правовых актов, позволяющих полномочным представителям координировать действия как региональных представительств федеральных органов, так и органов власти субъектов Российской Федерации.

Накопленный опыт показал, что полномочные представители Президента в федеральных округах и руководители субъектов РФ должны регулярно и целенаправленно работать над обеспечением приоритета федерального законодательства, т.к. эта задача остаётся актуальной и в настоящее время. Таким образом, именно на уровне федеральных округов практически реализуется функция по укреплению единства правового пространства страны, устранению большинства противоречий регионального законодательства федеральному.

Образование федеральных округов явилось очередным этапом развития государственного строительства в Российской Федерации. На основе изучения практики взаимодействия органов власти на уровне федерального округа можно сделать вывод, что утверждение института полномочного представителя Президента РФ в федеральном округе стало рациональным шагом по повышению эффективности системы государственного управления территориальным развитием и приближению федеральной власти к субъектам Федерации и муниципальным образованиям.

Далее перейдём к рассмотрению перспектив развития федеральных округов в структуре государственного устройства современной России.

Практика функционирования федеральных округов на протяжении полутора десятков лет в качестве вспомогательного управленческого уровня подтверждает эффективность и жизнеспособность рас-

смаатриваемого института. Размер территории нашей страны обуславливает потребность в многоуровневом управлении. Связь федерального центра с субъектами Федерации через институт федеральных округов гораздо эффективнее прямых связей по схеме «Российская Федерация – субъекты РФ». Вместе с тем число управленческих уровней не должно быть чрезмерным. Оптимальной для нашей страны на данный момент представляется четырёхуровневая система управления, в которой федеральные округа играют достаточно важную роль. Развитие данного управленческого уровня является полностью оправданным, поскольку через институт федеральных округов реализуется действенная модель управления многочисленными субъектами Российской Федерации.

Однако на сегодняшний день существует настоятельная потребность в оптимизации существующей системы федеральных округов. Речь идёт, прежде всего, об уточнении границ федеральных округов, их внутренней структуры и, главным образом, о законодательном закреплении правового статуса федеральных округов и института полномочных представителей Президента РФ в федеральных округах.

При рассмотрении вопроса о границах федеральных округов следует учитывать тот факт, что к моменту их образования Россия находилась в состоянии глубокого системного кризиса, фактически под угрозой нарушения территориальной целостности. В такой ситуации определяющими факторами при установлении границ федеральных округов были отнюдь не экономические, а политические факторы. В настоящий момент положение дел в стране таково, что для повышения эффективности функционирования института федеральных округов целесообразно уточнить их границы с учётом экономической составляющей.

Анализ границ федеральных округов свидетельствует о том, что они не совпадают с действующей сеткой экономического районирования страны, которая используется для целей экономического прогнозирования и программирования, а также для индикативного планирования территориального развития Российской Федерации¹. Например, Пермский край, Оренбургская область по своим экономическим харак-

¹ Глушкова В.Г., Симагин Ю.А. и др. Федеральные округа России. Региональная экономика. М., Издательство КНОРУС, 2013. С. 156.

теристикам больше тяготеют к Уралу, хотя расположены в Приволжском федеральном округе, а Астраханская и Волгоградская области – к Приволжскому, но отнесены к Южному.

Безусловно, федеральные округа в 2000 году создавались в рамках реформы управления, но на современном этапе развития нашей страны нет никаких препятствий для дополнения уже закреплённых за ними задач функцией экономического содержания. На реализацию полномочными представителями Президента своих обязанностей и проведение региональной политики в России такое объединение политической и экономической функций федеральных округов не окажет негативного влияния, но зато позволит оптимизировать систему федеральных округов и повысить эффективность их функционирования.

Самостоятельной и не менее актуальной является проблема оптимизации внутренней структуры федеральных округов. Необходимо найти разумный баланс между потребностью в оптимальном количестве федеральных округов и их компактностью, от которой напрямую зависит степень их управляемости.

Сегодня существуют округа с очень сложной внутренней структурой, к числу которых относят Центральный (18 субъектов РФ), Приволжский (14) и Сибирский (12). На среднем уровне внутренней дробности находятся Северо-Западный (11), Дальневосточный (9), Северо-Кавказский (7), Уральский (6) и Южный (6) федеральные округа. При этом количество субъектов в составе того или иного округа не говорит о том, насколько оптимальна его структура, т.к. субъекты имеют разную площадь.

Учёные установили: чем более сложную структуру имеет федеральный округ, тем ниже в нём эффективность информационной и контрольной функций управления. Следствием этого является снижение степени территориальной интеграции округа. Так, наиболее низкая эффективность централизованного контроля отмечается в Сибирском и Дальневосточном федеральных округах из-за большой площади каждого из них. В Центральном федеральном округе проблему контроля несколько сглаживает территориальная компактность расположения субъектов.

Одной из самых актуальных проблем, связанных с правовым статусом федеральных округов и полномочных представителей Президента в них, является необходимость законодательного закрепления

названных институтов во избежание дальнейших споров и разногласий относительно их места и роли в системе государственного управления. В Государственную Думу было внесено около десятка законопроектов, но пока ни один из них не был принят. Между тем, отсутствие данного закона создаёт некую неопределённость в деятельности полномочных представителей и порождает мнения о неконституционности существования рассматриваемых институтов. В этой связи федеральный закон о статусе полномочных представителей Президента РФ в федеральных округах представляется целесообразным принять в ближайшее время.

Анализ функций и задач полпредов Президента приводит к выводу об их крайней разнородности: от анализа эффективности и кадровой обеспеченности правоохранительных органов до разработки программ социально-экономического развития территорий в пределах федерального округа. Такое количество и многообразие полномочий существенно осложняет работу полномочных представителей Президента. Поэтому авторами данной работы вносятся предложения по оптимизации и конкретизации функций полпредов главы государства в федеральных округах, а также выражается мнение о необходимости установления ответственности для данных должностных лиц при исполнении ими своих обязанностей.

Образование федеральных округов позволяет решать сложные экономические вопросы на уровне, адекватном их масштабу. А значит, здесь могут быть сосредоточены права и ресурсы, соразмерные решаемым проблемам. В частности, полномочным представителям может быть передана большая часть функций по координации и контролю за реализацией государственной социально-экономической политики, использованию федерального имущества, контролю за использованием средств федерального бюджета. На уровне округа может вестись разработка специальных мер и программ по привлечению внешних инвестиций, технологическому перевооружению производств, созданию точек роста и центров инноваций, развитию малого предпринимательства, возрождению села.

При этом чрезвычайно важно исключить дублирование полномочными представителями функций и полномочий федеральных органов государственной власти и органов государственной власти субъектов РФ. Кроме того, изменения не должны приводить к необоснованному

расширению функций полпредов и нарушению принципов, закреплённых в Конституции РФ.

Нельзя не отметить необходимость реформирования организационной структуры аппаратов полномочных представителей Президента в федеральных округах, которое позволит наиболее эффективно реализовать возложенные на них функции. Полномочный представитель должен оптимизировать организационную структуру своего аппарата в соответствии со спецификой имеющихся проблемных аспектов в субъектах Федерации, входящих в состав соответствующего округа.

Решение данной проблемы возможно через жесткую регламентацию деятельности координирующих и совещательных органов и устранение дублирующих, а также избыточных функций. Проведение реорганизации советов в форме слияния позволит более оперативно и чётко решать возникающие проблемы. Консультативно-координирующие органы должны создаваться в соответствии с функциями полномочного представителя, которые в настоящий момент определены Указом Президента, т.е. должен действовать функциональный принцип.

Таким образом, полномочные представители Президента РФ в федеральных округах призваны способствовать укреплению федеративных отношений в стране и обеспечению государственной целостности Российской Федерации. При законодательном закреплении статуса федеральных округов и полномочных представителей Президента в них необходимо чётко соблюдать принцип разделения властей, единства правового, экономического, информационного пространства страны, а также обеспечить незыблемость суверенитета и территориальной целостности Российского государства.

Литература:

1. Указ Президента РФ от 13 мая 2000 г. №849 «О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе» (ред. от 25.07.2014) // СПС «Консультант Плюс».

2. Указ Президента РФ от 24 марта 2005 г. №337 «О советах при полномочных представителях Президента РФ в федеральных округах» (ред. от 22.03.2010) // СПС «Консультант Плюс».

3. Глушкова В.Г., Симагин Ю.А. и др. Федеральные округа России. Региональная экономика. М., Издательство КНОРУС, 2013. 360 с.

4. Катков В.Ю. Федеральные округа в РФ: конституционно-правовой анализ: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.02. М., 2011. 208с.
5. Матюшкин Г.О. Институционализация федеральных округов в современной России (общеправовой анализ): дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.01. Н.Н., 2012. 246 с.
6. Панина О.В., Добрина Л.Р. Механизм управления устойчивым развитием экономики региона. Вестник Университета (Государственный университет управления) 2014. № 17. с. 71–75.
7. Черкасов К.В. Государственное управление на уровне федерального округа: административно-правовое исследование: дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.14. – М., 2009. – 600 с.
8. Официальный сайт Администрации Президента РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/structure/administration> (дата обращения: 24.05.2015)

Секция «Корпоративная социальная ответственность: новый взгляд»

УДК 330

КСО И КОМПЛАЕНС КАК ИНСТРУМЕНТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

*Бородин А.Г., аспирант кафедры
«Корпоративное управление»
Финансового университета,
Научный руководитель:
зав. каф. «Корпоративное управление»,
д.э.н, профессор И.Ю. Беляева*

Аннотация: В статье автором рассматривается роль КСО и комплаенс-функции как инструмент устойчивого развития компании. Автор проводит аналогии системы комплаенс и КСО в корпоративном управлении. Описываются проблемы и перспективы развития КСО в российских компаниях.

Ключевые слова: корпоративное управление, КСО, комплаенс-функция, ответственность, развитие.

Abstract: This article examines the role of CSR and compliance function as a tools for sustainable development of the company. The author makes a comparison of compliance system and CSR in corporate governance. It describes problems and prospects of CSR development in Russian companies.

Keywords: corporate governance, corporate social responsibility, compliance function, responsibility, development.

Развитие современного общества происходит в условиях острых социальных, экономических и экологических проблем. Бизнес, будучи неотъемлемой частью жизни общества, оказывает значительное влияние на его развитие. Все больше компаний открывают для себя понятие корпоративная социальная ответственность (КСО). Деятельность компаний, избравших для себя философию КСО, направлена на сглаживание негативных последствий своей хозяйственной деятельности, на решение задач местного и глобального развития, на воссоздание атмосферы доверия и общих ценностей в обществе. Цель КСО в данном контексте заключается в достижении экономической и социальной

устойчивости бизнеса, наращивании нематериальных активов организации.

В отличие от комплаенс, необходимость присутствия функции которого уже осознали в российском бизнес-сообществе, принципы КСО применяются в российской практике недостаточно, хотя и играют важную роль в управлении компаниями. Благодаря законодательству и направленной политике государства понятие «комплаенс» известно в более широких кругах и необходимость следования принципам комплаенс неоспорима. Сегодня бизнес уже признал тот факт, что соблюдать законодательство и вести свою предпринимательскую деятельность «прозрачно» дает больше перспектив и возможностей для развития, нежели методы начала 1990-х – 2000-х гг.

КСО сегодня зачастую является личной инициативой компаний. Несмотря на это, толчком к развитию КСО являются инициативы гражданского общества и власти. В отличие от комплаенс, а именно антикоррупционной ветви политики, формирование в России системы стимулирования КСО находится на начальном этапе, хотя действия представителей крупного бизнеса, часто конфликтующее с интересами общества и государства, еще с 1990-х гг стало обращать на себя внимание. По данным авторитетных российских и международных исследований, крупный бизнес в России укрепил свои позиции скорее в экономическом плане, нежели в социальном.

С точки зрения иерархии потребностей компаний комплаенс является более первостепенной задачей, нежели КСО, что вполне очевидно. Участие бизнеса в социальной сфере при несоответствии осуществляемой деятельности основным законам и общепринятым правилам ведения бизнеса так же неразумно, как и массированное развитие компании при отсутствующих процессах и четкости в основных операционных действиях.

КСО представляет собой следующий шаг в развитии компании, когда процессы комплаенс являются уже неотъемлемой и само собой разумеющейся частью корпоративного управления. КСО обеспечивает контроль и управление уровнем репутационного риска и формирование дополнительного фактора конкурентоспособности за счет формирования имиджа социально-ответственной компании, а также создание дополнительного фактора лояльности сотрудников за счет их большей вовлеченности в решение социально-значимых вопросов. На рисунке 1 представлена пирамида ответственности бизнеса, где различные

виды ответственности компаний выстроены от низкого уровня к более высокому. Эту иерархию можно понимать следующим образом: экономическая и следом правовая ответственности более первостепенны для бизнеса. И только после идут этическая и филантропическая ответственности, которые и подразумевают присутствие КСО у предприятия.



Рисунок 1 – Пирамида ответственности бизнеса

Важно отметить, что деятельность государства в сфере КСО – неотъемлемый элемент ее системного развития. Посредством политики возможно простимулировать распространение институциональных норм КСО, создать благоприятные условия для социальных инвестиций бизнеса, представлять собой комплекс законодательных инициатив, и реализовываться благодаря активной позиции гражданского общества. В отличие от Европейского союза, в России такая политика еще не сформировалась. Важным шагом в развитии стало признание КСО общественным институтом, «условиями игры» крупного бизнеса в обществе, направленными на достижение устойчивого развития компании, создание социального капитала, поддержку локальных рынков, развитие конкурентной среды и т.д. Только в процессе этих изменений фокус внимания и государства, и бизнеса может сместиться в сторону поддержки КСО, которая при грамотном представлении в виде набора принципов и методов, с помощью которых компании могут сконцен-

трировать свои проекты в экономической, социальной и экологической сферах в единую практику, развивая взаимодействие со стейкхолдерами на основе формальных и неформальных норм КСО, и что главное, содействуя тем самым повышению собственной капитализации.

Тема стимулирования КСО компаний государством, предпосылки к этому, возможности и последствия участия институтов власти, что особенно актуально для регионов с низким уровнем развития КСО, на данном этапе исследована недостаточно. Анализ причин недостаточного распространения КСО и условий ее интеграции на современном этапе позволит определить перспективы развития КСО в России в целом.

КСО как институт успешно формируется в глобальном понимании, так как усилия со стороны бизнеса в сфере КСО быстро получают широкое распространение под влиянием ряда социально-экономических и политических факторов, таких как: развитие и восприятие принципов демократии, глобализация, совершенствование законодательства и регулирования, развитие всемирных и местных общественных организаций, развитие среднего класса, экономические скандалы, популяризация средств массовой информации и Интернета, технологическая неустойчивость хозяйственной деятельности и трансформация системы общественных постиндустриальных ценностей. Перечисленные факторы в разных регионах имеют разный вес и влияние, что обусловлено той политической и экономической культурой, сформировавшей неформальные правила для развития института КСО.

Хозяйственную деятельность ряда зарубежных предпринимателей уже в начале XIX века можно было охарактеризовать как ранние аналоги КСО. К примеру, в Великобритании это происходило благодаря позиции представителей общественности и сложившимся традициям рынка. В Европейском Союзе задачи стимулирования КСО лежат на национальных правительствах и их политике. Реализуемые компаниями действия в сфере КСО во многом являются реакцией на ожидания представителей гражданского общества – стейкхолдеров бизнеса, которые могут оказывать влияние на власть и как избиратели, что показывает, например, популярность партии «зеленых» в Европарламенте, и как различные глобальные и местные группы давления. При определении своей политике в отношении КСО власти Евросоюза берут за базу идейное поле, сформированное под воздействием положе-

ний Организации экономического сотрудничества и развития, Всеобщей декларации прав человека, Всемирных саммитов, Международной организации труда и т.д. Далее документы, принятые на уровне ЕС, формируют политику в сфере КСО на национальном уровне.

С 2000 года европейские национальные институты власти (Еврокомиссия, Европарламент и ряд других институтов власти) играют ведущую роль в развитии идеологии КСО, так как они наиболее заинтересованы в равномерном укреплении и развитии Союза. Цель, в которой стремятся власти на уровне ЕС в области КСО, – создание благоприятных условий для устойчивого развития бизнеса, работающего на его территории. Позиция властей Евросоюза заключается в том, что КСО не призвано заменить сложившееся государственное регулирование, но способна сделать свой вклад в достижение таких целей правительств, как повышение уровня образованности населения, трудоустройство людей с ограниченными возможностями, снижение показателей бедности, уменьшение загрязнения окружающей среды, более разумное использование ресурсов, улучшение системы здравоохранения, разработка и внедрение инноваций в ответ на экологические и социальные вызовы и т.д. В результате анализа различных директив, инициатив и проектов ЕС сделан вывод, что стимулирование КСО производится в рамках комплекса законодательных и дополнительных мер, который взаимодействует и активно дополняет основные направления традиционной экономической, экологической и социальной политики.

К законодательным мерам на уровне ЕС относятся совершенствование действующих и подготовка новых нормативно-правовых актов для учета как правительствами стран, так и компаниями. За последние десять лет, подтверждая теорию постепенной кодификации бизнес-этики, Еврокомиссией и Европейским Советом были подготовлены несколько сотен директив и регламентов и десятки резолюций, конкретизирующих сферу ответственности бизнеса перед обществом и регулирующих отрасли и/или направления деятельности компаний. Наибольшее внимание на данный момент уделяется социальной и экологической сферам, рекомендации КСО законодательно проработаны.

Следует отметить такие мероприятия по стимулированию КСЛ властями ЕС как публичные обращения к представителям бизнеса по вопросам содействия его устойчивому развитию, создание площадок для обсуждения актуальных вопросов КСО, разработка и трансляция

рекомендаций общеевропейского Форума КСО, изучение передового опыта в области КСО, финансирование и поддержка проводимых исследований в этом направлении, обсуждение полученных результатов в рамках круглых столов с представителями бизнес-сообщества, разносторонняя поддержка профильных организаций и пр.

Показателем роли КСО, ее институционализации в обществе и участия в этом процессе правительств является юридическое и символическое оформление КСО (в ряде стран работают министры по КСО, делегаты по устойчивому развитию и КСО и т.д.) Анализ политики стимулирования КСО на национальном уровне проведен на примере Великобритании, Франции и Польши, так как в них КСО развивается по-разному, опыт этих стран показывает широту спектра подходов к развитию КСО. Вместе с тем, в опыте этих стран есть общие черты, характерные для других государств – членов ЕС.

Для политики ЕС в отношении бизнеса свойственен общий курс развития КСО, который подразумевает следование таким ценностям, как общеевропейский курс устойчивого развития, тесная взаимосвязь с европейскими институтами власти, ведение диалога со стейкхолдерами, прозрачность бизнес-процессов и т.д. Общая повестка объединяет страны ЕС и акцентирует внимание на таких вопросах, как: доступность медицинской помощи, безработица, образованность населения, проблемы изменения климата, бедность, экология, соблюдение прав человека, безопасность продуктов питания, переработка отходов, эффективность использования ресурсов, альтернативные источники энергии и т.д. Примерами развития КСО на уровне компании служит опыт ряда европейских компаний (Total, Lufthansa, Vodafone, подразделения Microsoft, BRE Bank). Их опыт показывает, что условия, созданные в ЕС, способствуют реализации КСО, которая характеризуется комплексностью, разнообразием подходов и применимостью к реальным бизнес-процессам. Таким образом, цели КСО оказываются достигнуты: реагируя на запросы гражданского общества и правительств, компании становятся устойчивее в экономическом и социальном плане. КСО благотворно влияет не только на компании, но и на общество в целом. –Все меры по стимулированию КСО приводят к появлению все большему числу проектов, реализуемых компаниями в рамках КСО, к большим социальным инвестициям. Речь об исключительной добровольности КСО в таких условиях уже не идет. На данном

этапе развития отмечается тенденция перехода в ЕС при стимулировании КСО к ее регулированию, что в перспективе может уменьшить и даже ограничить добровольные усилия компаний в этом направлении.

Развитие КСО в России происходит по другому пути, в отличие от ЕС. Традиции благотворительности и советской системы социальной поддержки не способствовали созданию неформальных институциональных норм. В начале 1990-х годов обращение к ним помогло частично вернуть внимание бизнеса к социальным проблемам общества, однако это нашло применение в практике благотворительности, вытеснив тем самым системную практику КСО. В рамках советской схемы социальной поддержки отношения со стейкхолдерами почти не формировались, а деятельность предприятий по поддержанию баланса интересов производилась не на добровольных началах, а была «плановой нагрузкой», спущенной сверху.

Другим фактором, придерживающим развитие КСО, стала общая неразвитость институтов гражданского общества. Проблемы не только в культурных нормах пассивности и позиции местных чиновников. В России представители гражданского общества не могут убедительно заявить бизнесу о своих требованиях снижения негативных последствий от его деятельности, опосредованно оказывать на него влияние через власть, создавая запросы на повышение уровня бизнес-этики и легитимизуя таким образом участие власти в развитии КСО.

Из-за низкого уровня интеграции России в мировую экономику и информационное пространство на российское бизнес-сообщество не оказали влияние глобальные факторы, определившие распространение КСО и нефинансовой отчетности в мире. Среди представителей крупного бизнеса отсутствует стимул к повышению своей конкурентоспособности через внедрение стандартов КСО, сотрудничество с соответствующими международными организациями и т.д.

Актуален также фактор недостаточного развития культуры и традиций корпоративного управления в России, что выливается в нехватке опыта и экспертного потенциала и, как следствие, достаточно слабом внимании к социальным вопросам и неумении их эффективно решать, используя таким образом возможности для развития бизнеса. КСО, по сути, стало заимствованием из зарубежной практики корпоративного управления. Произошло это сравнительно недавно, и в 2000-х годах КСО воспринимали как новацию, вводимую в экспериментальном режиме и доступную лишь лидерам бизнеса.

Эти факторы привели к тому, что за последнее десятилетие на состояние КСО определяющее влияние оказывали все же институты власти. Однако это влияние имеет иную природу в сравнении со странами ЕС, и о сформировавшейся политике содействия развитию КСО пока речь не идет.

Несмотря на то, что масштаб и темпы распространения КСО в России пока остаются незначительными ввиду системной неразвитости, в бизнес-среде постепенно зарождается понимание КСО как вектора развития компании и залогом стабильной предпринимательской деятельности. Уже сейчас в развитие института КСО в России вклад могут внести и делают это сами компании, объединяя свои проекты в комплексную практику КСО и расширяя взаимодействие с заинтересованными сторонами на основе специально систематизированных принципов и методик. При государственном содействии развитию КСО этот процесс будет происходить по модернизационному (благоприятному) сценарию. И таким образом, результаты будут заметны уже в ближайшем будущем.

КСО, как и комплаенс, является неотъемлемой частью корпоративного управления. Как комплаенс десять лет назад, КСО сегодня еще не нашла широкое распространение и поддержку в бизнес-среде. Это следующий шаг развития, который российские компании уже начали или совершат в ближайшем будущем, так как для этого есть весомые предпосылки как извне, так и снаружи.

Литература:

1. Жданова А.Ю. Управление процессами трансформации и реструктуризации интегрированных корпоративных структур: Монография. М.: ФГОУ ВПО «Финансовая академия при Правительстве РФ», 2009. 320 с.
2. Трансформация комплаенса и риск-менеджмента в системе внутреннего контроля, А.Г. Терехова// «Внутренний контроль в кредитной организации», №1. 2011.
3. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. М. КНОРУС, 2008.

4. Харчилава Х.П. Копоративная социальная ответственность и корпоративное управление: сферы взаимодействия и взаимовлияния. // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2013. № 2. С. 175–181.

5. Харчилава Х.П. Финансовый университет: международная деятельность бизнеса за социальную ответственность. // Управленческие науки. 2013. № 4 (9). С. 47–48.

НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩЕМУ ЭЛЕМЕНТУ РЕПУТАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

*Дамдинова Б.Т., магистрант кафедры
«Корпоративное управление»
Финансового университета
Научный руководитель:
д.э.н, проф. М.А. Измайлова*

Аннотация: статья посвящена анализу основных трактовок термина «деловая репутация» в сравнении с понятием «имидж» и иными тождественными понятиями. Рассмотрена проблема взаимоотношения деловой репутации и корпоративной социальной ответственности, влияния реализации компаниями социальных программ и системы управления корпоративной этикой на изменение деловой репутации.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, деловая репутация, корпоративная этика, имидж, бренд.

Abstract: In this article author analyzes the main interpretations of the term «goodwill» in comparison with the concept of «image» and other identical concepts. Also author considers the issue of the relationship of goodwill and corporate social responsibility, the problem of the impact of the implementation of social programs by companies and corporate ethics management system on changing business reputation.

Keywords: corporate social responsibility, goodwill, business reputation, corporate ethics, image, brand.

В настоящее время единого общепринятого определения корпоративной социальной ответственности (КСО) в международной и отечественной практике не принято. Под данным термином в общем смысле подразумевается концепция, в соответствии с которой компании учитывают интересы общества, беря на себя ответственность за воздействие своей деятельности на работников, поставщиков, заказчиков, акционеров, местные сообщества и другие заинтересованные стороны, а также на состояние окружающей среды. КСО – это ответственность или добровольное обязательство бизнес-субъектов за соблюдение норм и правил, косвенно определенных или неопределенных законо-

дательством в области этики, экологии, филантропии и т. д. Это означает, что корпорации предусматривают добровольные действия для повышения качества жизни своего персонала и членов их семей, а также местного сообщества и общества в целом. Таким образом, КСО означает ведение предпринимательской деятельности в рамках социальных, этических, коммерческих и публичных ожиданий общества.

В результате реализации КСО как политики и концепции стратегического развития компании формируется положительная деловая репутация компании [2, с.50].

В последнее время исследование деловой репутации компаний приобретает большую значимость и актуальность. На сегодняшний день доказано, что деловая репутация служит ведущим фактором в обеспечении устойчивости и стабильности развития компании, повышении ее конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности, приобретению дополнительных преимуществ.

Интерес исследователей и практиков к проблематике анализа и оценки деловой репутации обусловлена тем, что деловая репутация является одним из важнейших элементов нематериальных активов, эффективное управление которым способствует повышению рыночной стоимости компании и обеспечивает ее капитализацию. Для улучшения конкурентоспособности, привлечения большего количества клиентов и повышения доходности от деятельности все компании должны правильно оценивать и управлять своей деловой репутацией.

По оценкам британского рейтингового агентства Interbrand, зачастую на деловую репутацию приходится до 85% рыночной стоимости компании. Одновременно происходит рост стоимости доли деловой репутации в общей цене компаний.

Кроме того, с течением времени значение и ценность деловой репутации возрастает. К примеру, изменение показателя индекса репутации на 1% приводит к изменению рыночной стоимости компании на 3% [1, с.84]. Следовательно, становится совершенно очевидным высокая значимость «репутационного» капитала для корпораций, которые рассчитывают на успешное и длительное существование в среде бизнеса. Поэтому социальная активность бизнеса и социальная ответственность становятся приоритетными направлениями «репутационной» стратегии компаний.

Несмотря на то, что за последнее время было посвящено множество работ вопросам деловой репутации, сегодня так и не сформировано точного определения категории «деловая репутация», которое способствовало бы бизнесу четко выстраивать и управлять деловой репутацией. Это объясняет необходимость проведения всестороннего анализа феномена деловой репутации, начиная с подходов к его определению.

Итак, термин «деловая репутация» компании зачастую тесно связывают с понятием «имидж», и множество сложностей и проблем возникает из-за отсутствия однозначности в терминологии, что приводит к ошибочному смешиванию этих понятий или их отождествлению. По мнению Г.И. Грековой и Т.С. Савиной, имидж – это такая категория, построенная на поверхностно эмоциональном уровне восприятия, основанная в то же время на впечатлениях и не требующая взвешенного анализа и рассуждений. При этом деловую репутацию в общем виде данные авторы определяют как «совокупность мнений заинтересованных сторон о достоинствах и недостатках компании, определяющую принятие решений по отношению к ней» [2, с.50].

Вкладываемый смысл в понятия «имидж» и «репутация» во многом идентичен и иногда их воспринимают как достаточно близкие суждения. Но в то же время между данными понятиями существуют и различия. Если репутацию можно ассоциировать с черно-белым снимком. И она может находиться в интервале от «черного» (отрицательная репутация) до «белого» (положительная репутация). Тогда имидж подобен красочному разноцветному снимку: множество оттенков цвета создают целый образ компании. Следовательно, имидж – это черта уникальности и неповторимости, ни у какой другой компании в мире не найдется схожего. В этом и заключается отличие данных понятий, т. е. одинаково отрицательной либо положительной репутацией, рассчитанной в денежном эквиваленте, могут обладать несколько компаний, однако имидж у любой неповторим и уникален подобно генетическому коду [4, с.5].

Если «имидж» как определение весьма трудно поддается формализации, то определение «деловая репутация» по Положению бухгалтерского учета 14/2007 «Учет нематериальных активов» – это разница между покупной ценой организации (как приобретенного имущественного комплекса в целом) и балансовой стоимостью ее имущества.

Объектом нематериальных активов служит положительная деловая репутация, которая рассматривается как надбавка к цене, уплачиваемая покупателем в ожидании будущих экономических выгод [7].

Таким образом, формирование положительной деловой репутации тесно связано с созданием устойчивого корпоративного имиджа, формируется посредством представления о компании как о субъекте экономической деятельности в определенных экономических условиях и является существенной частью рыночной стоимости компании.

Наряду с термином «деловая репутация» идентифицируются и другие близкие понятия, такие как «бренд», «известность», «индивидуальность» и «авторитет», используемые как тождественные термины. На рисунке 1 представлены наиболее распространенные из них [5, с.67].

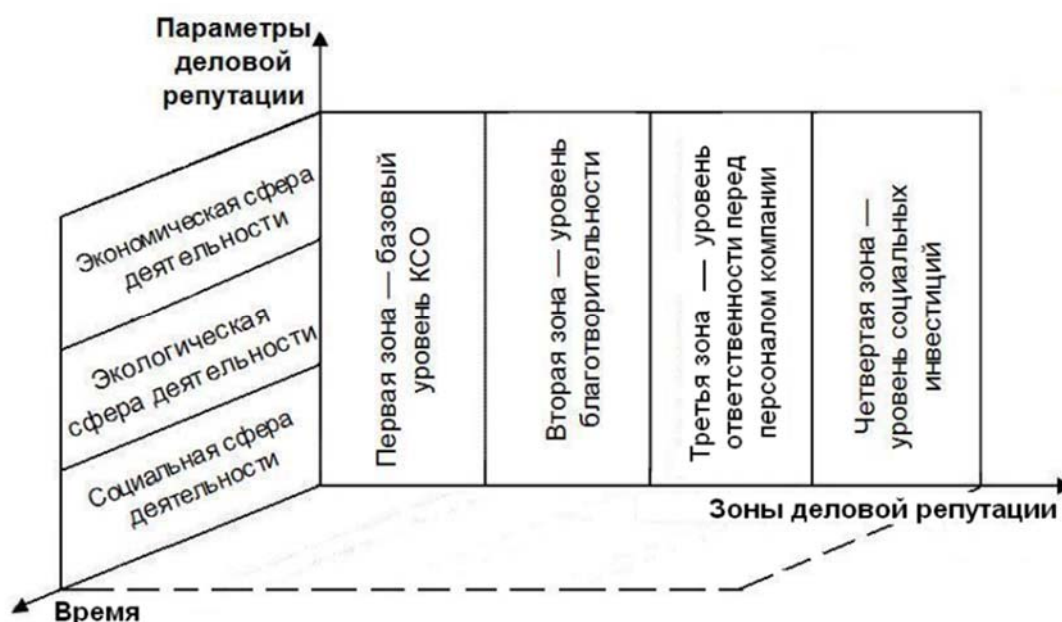


Рисунок 1 – Дефиниции понятийного аппарата деловой репутации

Проблема неоднозначности дефиниции термина «деловая репутация» требует систематизации ее изучения. Автор О.А. Андреева [6, с.6] в своей работе структурирует подходы к изучению деловой репутации на основе зарубежных и отечественных исследований (рис. 2).

Подход	Авторы	Сущность деловой репутации
Оценка деловой репутации, исходя из стоимости компании	P.D.Leake	Форма имущественного права, зависящая от развития торговых отношений и бизнеса.
	Frederic P.Miller, Agnes F.Vandome, John McBrewster	Разница между ценой предприятия и справедливой стоимостью его активов.
Деловая репутация ассоциируется с идентичностью и имиджем компании	Ronald Chibuike Iwu-Egwuonwu	Мнение общественности об организации, на основе информации о позиции компании в отрасли, удовлетворении потребностей покупателей, показателей деятельности бизнес в прошлых периодах.
	Важенина И.С., Пестриков С.А., Шарипов Т.Р.	Объективно сложившаяся и подтвержденная практикой совокупность рациональных мнений о компании всех агентов, в той или иной форме взаимодействующих с ней (сотрудников, инвесторов, кредиторов, аналитиков, властей, СМИ и т.д.)
	Дулясова М.В., Ханнанова Т.Р., Исламгалиева Е.Р.	Стоимостное выражение качества ведения бизнеса. Репутация определяет качественное отличие компании от своих конкурентов.
	Колосова В.И., Вавилычева Т.Ю.	Комплексная характеристика, многогранная и сложная в идентификации и оценке, в формировании которой прямо или косвенно участвует рынок – внешний фактор по отношению к организации.

Рисунок 2 – Систематизация подходов к изучению деловой репутации

Источник: Разработка методики управления деловой репутацией управляющей компании: отчет о НИР/ Андреева О.А. – Москва: Финансовый университет при Правительстве РФ, 2012. – 26 с.

Согласно данной таблице, выделяются два подхода к анализу деловой репутации: 1) анализ деловой репутации на основе стоимости компании; 2) анализ деловой репутации на основе не только стоимости компании, но и цены брэнда, имиджа компании и услуг ее предоставляемых (а данном случае значение деловой репутации подобно имиджу и идентичности компании).

Сам автор придерживается второго подхода, объясняя свой выбор тем, что деловая репутация является широким понятием и складывается из нескольких элементов: деловой репутации компании, продукта и организации системы управления [6, с.8].

Весомый вклад в исследование корпоративной репутации внес Грэм Даулинг, профессор маркетинга Австралийской высшей школы менеджмента при Университете Нового Южного Уэльса. В

своей работе «Репутация фирмы: Создание, управление и оценка эффективности» [3] ученый делает попытку разграничения практически не поддающихся систематизации, взаимопересекающихся понятий – «корпоративной репутации», «корпоративного имиджа», «корпоративной индивидуальности» и «корпоративного бренда».

Данные термины рассматриваются с двух позиций. Первая - с внутрикорпоративной, исходя из таких документов, как миссия, цель и видение компании; вторая – с внешней, т.е. с точки зрения репутации, имиджа и индивидуальности компании, восприятия корпоративного бренда корпоративными аудиториями.

Также Г. Даулинг приводит причины повышенного интереса за последние десятилетия XX столетия к корпоративной репутации. Первая заключается в том, что данное неосязаемое понятие трансформировалось в финансовое «goodwill» (деловая репутация компании), а также стало одним из важнейших компонент статьи «нематериальные активы» годового бухгалтерского баланса компании. Общеизвестным стал пример о том, что у самого дорогого бренда мира – Coca-Cola, который оценивается в 80 млрд. долл., статья материальных активов по различным оценкам составляет не более 3%. Данная внушительная сумма содержит в себе и корпоративную репутацию, и имидж, и индивидуальность знаменитого бренда.

Ко второй причине роста интереса к деловой репутации фирмы профессор относит значительно усилившееся внимание мирового бизнеса к позиционированию своей социальной ответственности. Корпорации наклонны доказывать своим потребителям, персоналу, акционерам и другим заинтересованным сторонам, что они добросовестные граждане своей страны, заботящиеся об общественных интересах [3].

Возвращаясь к исследованиям Г.И. Грековой и Т.С. Савиной, следует отметить, что авторы в своей статье «Влияние корпоративной социальной ответственности на формирование деловой репутации» [2, с.52] большое внимание уделяют взаимоотношению деловой репутации и корпоративной социальной ответственности. Авторы предлагают собственное общее представление о влиянии КСО на деловую репутацию фирмы в рамках трехмерного репутационного пространства,

состоящего из четырех зон, каждой из которых соответствует определенный уровень КСО (рис.3).

Понятия	Определения
Брэнд	чувство надёжности, доверия и сопричастности, которое возникает под воздействием корпоративной репутации, сложившейся у человека.
Индивидуальность	вербальные и визуальные черты, по которым люди могут идентифицировать компанию (фирменный цвет, рекламный слоган, логотип, наименование и др.).
Имидж	общее представление, состоящее из набора ощущений и умозаключений, которое складывается у человека о компании.
Репутация	ценностные признаки (аутентичность, честность, ответственность, порядочность и пр.), вызываемые корпоративным имиджем, сложившимся у человека.

Рисунок 3 – Репутационное пространство

Согласно подходу Г.И. Грековой и Т.С. Савиной выделяются следующие уровни КСО:

«первый» — обязательный или базовый — своевременная выплата заработной платы рабочим, выплата налогов, соблюдение законодательства в сфере охраны окружающей среды, техники безопасности и здоровья работников, этика поведения в рамках законодательства и кодекса корпоративного поведения. Соблюдение требований данного уровня социальной ответственности способствует предприятию выйти на цивилизованный рынок;

второй — уровень спонсорства и благотворительности (традиционная адресная благотворительность, а затем стратегическая — программы помощи и спонсорство);

третий — уровень социальной ответственности корпорации перед ее персоналом. Как правило, это обеспечение расширенного, за рамки российского законодательства, создание собственной (корпоративной) пенсионной системы, предоставление пакета социальных услуг работникам, проведение внутриорганизационных программ по медицинскому обслуживанию, развитию физкультуры и спорта, организации питания и отдыха, обеспечению жильем, по подготовке и переподготовке кадров и другие;

четвертый — уровень социальных инвестиций бизнеса — это финансовые средства компаний, направляемые на реализацию социальных программ по решению руководства, разработанных с учетом

интересов основных внутренних и внешних стейкхолдеров, в расчете на определенный экономический и социальный эффект в стратегическом отношении» [2, с.53].

Авторский коллектив, представленный М.В. Дулясовой, Т.Р. Ханнановой и Е.Р. Исламгалиевой, в своей работе о деловой репутации как многоуровневой системе также подчеркивают особую важность критерия социальной ответственности компаний при оценке деловой репутации. По мнению авторов, все подходы к определению КСО можно свести к одному: КСО – это ответственность компании перед всеми людьми и организациями, с которыми она сталкивается в процессе деятельности, и перед обществом в целом. Области ответственности, которые возникают перед объединениями предпринимателей в политике КСО, подразделяются на следующие:

- Ответственность фирмы перед партнерами;
- Ответственность в отношении покупателей;
- Ответственная политика по отношению к сотрудникам;
- Ответственность фирмы перед окружающей средой;
- Ответственность фирмы перед обществом в целом.

Авторы заявляют, что специалисты во всем мире на сегодня считают КСО довольно значительным элементом повышения деловой репутации компаний. По мере введения системы социальной ответственности улучшается производительность труда и мотивация сотрудников, повышается прибыльность и конкурентоспособность компаний. Кроме того, авторы утверждают, что общепризнанным является факт, когда социально ответственная модель поведения в бизнес среде способствует существенному влиянию на лояльность клиентов и потребителей. К тому же на Западе установлены довольно жесткие правила, запрещающие заключать контракты с компаниями с плохой репутацией, у которых нет системы управления корпоративной этикой и нет системы организации социальных программ [4, с.11–12].

В результате проведенного анализа научной литературы по проблематике деловой репутации можно сделать вывод, что деловую репутацию на сегодняшний день участники цепочки «бизнес – государство – общество» рассматривают, во-первых, как довольно серьезный инструмент, способствующий повышению лояльности и доверия заинтересованных сторон, а во-вторых, как важнейшую статью баланса, способную значительно влиять на величины финансовых результатов компаний.

Литература:

1. Важенина, И.С. Деловая репутация как конкурентный ресурс компании // Журнал экономической теории. 2006. №4. С.134–135.
2. Грекова Г.И., Савина Т.С. Влияние корпоративной социальной ответственности на формирование деловой репутации // Вестник Новгородского государственного университета. 2011. №61. С.49–53.
3. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности: учебное издание/ Пер. с англ. М. Консалтинговая группа «ИМИДЖ Контакт»: ИНФРА-М, 2003. XXVI, 368 с. (Серия «Современные консалтинговые технологии»).
4. Дулясова, М.В., Ханнанова, Т.Р., Исламгалиева, Е.Р. Деловая репутация – многоуровневая система [Электронный ресурс] // Электронный научный журнал «Нефтегазовое дело». 2006. №1. Режим доступа: <http://ogbus.ru/article/delovaya-reputaciya-mnogourovnevaya-sistema/>
5. Козлова Н.П. Формирование положительного имиджа и деловой репутации компании // Вестник АГТУ. 2011. №1. С.67-71.
6. Разработка методики управления деловой репутацией управляющей компании: отчет о НИР/ Андреева О.А. Москва: Финансовый университет при Правительстве РФ, 2012. 26 с.
7. Система ГАРАНТ:
<http://base.garant.ru/12158476/#ixzz3VQjcmKDI> Приказ Минфина РФ от 27 декабря 2007 г. N 153н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)» (с изменениями и дополнениями).

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ МАЛОГО БИЗНЕСА: НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ОТНОШЕНИЯ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

*Лапцова Е.С.,
Вологодский государственный университет*

Аннотация: статья посвящена исследованию социально-ответственной деятельности малого бизнеса. Автор отмечает невысокий уровень социальной активности субъектов малого предпринимательства, что обусловлено низкими показателями доходности малого бизнеса, а также кризисными условиями. Социально-ответственное поведение малых предприятий рассматривается как источник конкурентных преимуществ, устойчивого развития. В статье подчеркивается важность установления диалога малых предприятий со стейкхолдерами, приводится оценка перспективных форм и технологий, способствующих развитию данного взаимодействия. Автором представлен опыт применения практик корпоративного гражданства на примере конкретного субъекта малого предпринимательства. Предполагается, что в результате реализации данных практик будет получен положительный эффект как предприятием, так и обществом в целом.

Ключевые слова: стейкхолдеры, малый бизнес, экономический кризис, корпоративная социальная ответственность, корпоративное гражданство, социальная активность предприятия, корпоративное волонтерство, когнитивные карты, конкурентные преимущества, межсекторное партнерство.

Abstract: The article investigates the socially responsible activities of small businesses. The author pays attention to the low level of social activity of small businesses, due to the low profitability of small businesses, as well as a crisis situation. Socially responsible behavior of small businesses is considered as a source of competitive advantage, sustainable development. The article highlights the importance of establishing a dialogue between the stakeholders and small businesses, as well as provides an assessment of promising forms and technologies that contribute to the development of this interaction. The author presents the experience of corporate citizenship by the example of a specific small business. It is expected that in the result of these practices there will be a positive effect both for the business and for society as a whole.

Keywords: stakeholders, small business, economic crisis, corporate social responsibility, corporate citizenship, social activity of the enterprise, corporate volunteering, cognitive cards, competitive advantage, cross-sector partnership.

В современных условиях и в России, и за рубежом все большее значение приобретает социальная ответственность бизнеса. По мере общественного развития, научно-технического прогресса возникают новые и обостряются старые проблемы: экологические, социально-экономические, технические, информационные и др. От комплексного решения этих проблем зависит будущее стран, регионов, городов. Решение данных проблем во многом определяется деятельностью бизнеса, его ответственностью перед обществом. Проблема корпоративной социальной ответственности становится центральной проблемой менеджмента. Сегодня мы можем наблюдать повышение значения этической компоненты ведения бизнеса, усиление внимания бизнес-сообщества к социальным проблемам. Однако, несмотря на возрастающую популярность принципов социально ответственного ведения бизнеса, многие вопросы в этой области остаются нерешенными. Так, в настоящее время основная доля социально ответственных компаний приходится на средний и крупный бизнес. В то время как подавляющее большинство малых предприятий игнорируют принципы социально ответственного поведения. Во многом это обусловлено неспособностью большинства малых предприятий эффективно функционировать. Малому бизнесу в большей степени присуща стратегия выживания, нежели роста, что особенно усиливается в кризисных условиях. В России средний жизненный цикл малого предприятия составляет чуть более четырех лет, средняя норма рентабельности порядка 3,5%. По состоянию на 1 января 2014 года в Вологодской области зарегистрировано более 10 тысяч малых предприятий с численностью работников 102,7 тыс. человек [2]. Удельный вес убыточных организаций малого бизнеса Вологодской области в 2012 г. составил 25,7%, в то время как в 2013 г. – 44,4%, что свидетельствует об ухудшении положения малых предприятий. Значительный удельный вес в общем объеме малых предприятий в целом по России также принадлежит убыточным организациям.

Низкие показатели доходности малых предприятий не позволяют проводить действенную социальную политику, производить социальные инвестиции. Социально безответственное поведение способно породить дополнительные риски. В связи с этим для преодоления негативных тенденций, предотвращения снижения экономических показателей деятельности субъектам малого бизнеса необходимо изыскивать

новые способы формирования конкурентных преимуществ. Руководство компаний малого бизнеса в настоящее время начинает осознавать, что одним из источников конкурентных преимуществ, способствующих упрочению позиций на рынке, является репутация, основанная на социальной линии поведения. Однако малый бизнес не может использовать большинство форм социальной ответственности, доступных крупному бизнесу. В связи с этим проблема поиска новых технологий для построения модели социальной ответственности малых предприятий имеет важное значение.

За период рыночных преобразований внимание к социальным проблемам сильно ослабело, что явилось одной из причин появления в социальной сфере новых проблем. В условиях ограниченности ресурсов бюджета для их решения необходимы эффективные инструменты. В настоящее время одним из таких инструментов является социальная ответственность бизнеса, которая способствует решению проблем местного сообщества. Однако в условиях кризиса предприятия вынуждены будут сокращать действующие социальные программы. В связи с этим актуальность приобретает проблема поиска инструментов, способных заместить традиционные практики корпоративной социальной ответственности бизнеса в период кризиса.

В настоящее время в городе Вологде реализуется порядка 50 социальных проектов, в которых участвуют и жители города, и бизнес: «Вологда – культурная столица Русского Севера», «Вологодчина – земля героев», «Я люблю Вологду», «Цветущий город», «Любимый учитель», «Народный врач», «Леди Успех», «Забота», «Вологда – город профессионалов», «Вологда – площадка инноваций», «Электронная Вологда» и др. В городе действует система по разработке, реализации и продвижению проектов, которая работает под общим брендом «Вологда – город добрых дел». Работа по данным проектам не всегда идет гладко, что обусловлено нехваткой бюджетных ресурсов для их эффективной реализации. Решение задач развития города требует привлечения ресурсов, которые ограничены. Поэтому требуются нестандартные подходы привлечения бизнеса к поддержке проектной деятельности города, решению социально-экономических проблем.

Также на всех уровнях власти Российской Федерации постоянно подчеркивается необходимость развития гражданской, общественной и социальной активности населения. Так, и в городе Вологда в настоящее время реализуется муниципальная программа «Создание условий

для развития открытого и активного гражданского общества». Цель муниципальной программы – создание условий для формирования открытой, активной и дружелюбной городской среды. Одной из задач программы является создание условий для повышения гражданской активности и участия населения в решении вопросов местного значения. Таким образом, как для России в целом, так и для Вологды остаётся актуальной проблема поиска новых форм развития гражданской активности.

Таким образом, выделенные нами проблемы формируют проблемное поле исследования.

Цель исследования – повышение уровня социальной активности малого предприятия посредством применения различных практик корпоративного гражданства (на примере ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды, которое относится к субъектам малого предпринимательства).

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты социальной ответственности бизнеса, рассмотреть основные концепции КСО, отечественный и зарубежный опыт социально ответственной деятельности бизнеса, современные технологии социализации бизнеса;

- проанализировать финансово-хозяйственную и общественную деятельность ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды;

- разработать проект, учитывающий специфику малого бизнеса и направленный на повышение уровня социальной активности малого предприятия.

Прежде чем перейти к разработке программы действий, представляется целесообразным провести теоретико-методологический и эмпирический анализ.

В академическом сообществе дискуссия по проблемам корпоративной социальной ответственности ведется, начиная с 1950-х гг. В мировой литературе описывается множество моделей и концепций, ассоциируемых с КСО. Наибольшую известность получили следующие концепции: корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная восприимчивость, корпоративная социальная деятельность, концепция заинтересованных сторон, корпоративная устойчивость, корпоративное гражданство. Изучение материалов, раскрывающих становление и развитие концепций социально ответственного

бизнеса, а также материалов, содержащих отечественный и зарубежный опыт формирования данных концепций, позволяет нам определить наиболее перспективные модели корпоративной социальной ответственности в современных условиях. На наш взгляд, наиболее важное место в системе родственных концептуальных подходов занимают две концепции, обе из которых ориентированы на взаимодействие со стейкхолдерами – концепция заинтересованных сторон и концепция корпоративного гражданства. При этом концепция заинтересованных сторон подчеркивает особую важность различных стейкхолдеров при формировании и реализации социальной политики бизнес-организаций, в то время как концепция корпоративного гражданства предусматривает наличие у организаций гражданских прав и обязанностей и отличается сфокусированностью на общественно-политической составляющей. В рамках этого подхода бизнес рассматривается, в первую очередь, как участник общественных отношений, гражданин общества. В то же время, как отмечает Дж. Бэнделл, [1] эффективный диалог со стейкхолдерами рассматривается как ключевой элемент деятельности «хорошего» корпоративного гражданина. На наш взгляд, в качестве концепции, в большей степени отвечающей современным вызовам рынка и общества можно признать концепцию корпоративного гражданства. Применение практик корпоративного гражданства является актуальным сегодня, так как их реализация будет способствовать не только налаживанию взаимодействия с группами влияния, но и создавать возможности для достижения организацией устойчивых конкурентных преимуществ. При разработке проекта мы будем исходить из основных положений концепции корпоративного гражданства.

Проведем ситуационный анализ ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды. Исследуемое предприятие является одним из ведущих предприятий на рынке Вологодской области по реализации кондитерских изделий. ЗАО «Кондитерская фабрика» награждена золотыми и серебряными медалями, а также многочисленными дипломами российских и международных выставок. Ассортимент сертифицирован по системе «Настоящий вологодский продукт», что гарантирует высочайшее качество выпускаемой продукции. Для того чтобы оценить работу предприятия были проанализированы основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды за 2012–2014 гг. Полученные показатели рентабельности свиде-

тельствуют о снижении эффективности работы предприятия. Сравнительный анализ показателей развития ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды с показателями пищевой промышленности, промышленности Вологодской области и России в целом, выявил более низкую эффективность работы предприятия в сравнении с отраслью, так как большинство рассчитанных показателей фабрики уступает статистическим значениям показателей пищевой промышленности Вологодской области и России в целом.

Проведенный SPACE-анализ свидетельствует о конкурентной позиции исследуемого предприятия ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды. Данная позиция характерна для привлекательных отраслей в сравнительно нестабильном окружении. Критическим фактором является способность сохранить и упрочить финансовое положение. В данной ситуации для предприятия в качестве одной из возможных стратегий рекомендуется стратегия по формированию конкурентных преимуществ.

В настоящее время руководством фабрики реализуется ряд управленческих решений, направленных на противостояние в конкурентной борьбе (наличие оригинальных рецептур, регулярное обновление ассортимента, контроль реализации ценовой политики, разнообразие форм продвижения, расширение рынков сбыта), однако результаты ситуационного анализа свидетельствуют о том, что данных мер явно недостаточно. По нашему мнению, одним из факторов конкурентного преимущества для ЗАО «Кондитерская фабрика» может и должна стать социальная ответственность бизнеса. Основой репутации в этом случае будет позиционирование предприятия как корпоративного гражданина, активное взаимодействие со стейкхолдерами.

Ключевым элементом деятельности «хорошего» корпоративного гражданина, по мнению ряда исследователей, является эффективный диалог со стейкхолдерами. Для определения степени влияния стейкхолдеров на деятельность организации и оценки уровня социальной активности ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды нами взята за основу методика оценки социальной активности компаний сферы услуг, разработанная кандидатом экономических наук, Я.В. Шоколой [4]. Представленный список индикаторов был уточнен нами с учетом специфики промышленного предприятия путем наложения на данную методику методики оценки корпоративной социальной ответственности,

предложенной доктором философских наук, профессором Г.Л. Тульчинским [3].

Расчет индикаторов взаимодействия ЗАО «Кондитерская фабрика» производился со следующими группами стейкхолдеров.

Обобщенный индекс корпоративной социальной ответственности, рассчитанный по данной методике для ЗАО «Кондитерская фабрика» составил 2,8 балла, что характеризует средний уровень корпоративной социальной активности.

В России новые формы социальной активности, как отмечают специалисты, сосуществуют с советскими традициями, многие из которых были восстановлены в последнее время. В перспективе, по экспертным оценкам, формы социальной активности российского бизнеса будут совершенствоваться, а модельными для российских компаний будут становиться формы, принятые на Западе. Одной из таких практик является корпоративное гражданство. В центре европейской практики корпоративного гражданства находится диалог со стейкхолдерами. Обобщение теоретических подходов к сущности корпоративного гражданства, а также использование зарубежного опыта практик реализации корпоративного гражданства позволяет утверждать, что в современных условиях одним из эффективных способов решения проблем является организация взаимодействия между властью, бизнесом и обществом на основе общей идеологии – социального корпоративизма. В настоящее время в Вологде накоплен уникальный опыт организации системной работы Администрации города Вологды с представителями бизнеса на основе социального корпоративизма для решения проблем в социальной сфере, экономическом развитии и муниципальном управлении городом. Использование принципов социального корпоративизма на муниципальном уровне проявляется в различных формах взаимодействия власти, бизнеса и населения (общественных организаций), основанных на партнерских отношениях, распределении роли и ответственности в решении проблем местного сообщества. Однако, по мнению представителей органов местного самоуправления, необходимо увеличивать количество городских проектов, расширять масштабы уже действующих проектов, т.е. предприятиям необходимо выходить на качественно новый уровень социальной ответственности.

Для повышения уровня социальной активности ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды и улучшения взаимодействия предприятия со стейкхолдерами нами разработан проект «Несмотря на кризисные

срывы – к бизнесу гражданского PRорыва», содержащий ряд мероприятий по развитию корпоративной социальной ответственности малого бизнеса на основе концепции корпоративного гражданства.

Корпоративная социальная ответственность в России преимущественно ориентирована на ближний круг стейкхолдеров – государство, собственников и персонал компании. Более широкий круг заинтересованных сторон (местные сообщества, поставщики, и пр.) все еще не является системным признаком социально ответственного поведения. В предлагаемом нами проекте выстроена система мероприятий по взаимодействию фабрики с каждым из стейкхолдеров. Проект соответствует принципам формирования социальной ответственности малого бизнеса, основан на применении современных технологий - таких, как межсекторное партнерство, интегрированные маркетинговые коммуникации, корпоративное волонтерство и другие.

При этом особое внимание в проекте уделяется применению такой перспективной технологии взаимодействия с системой заинтересованных сторон, как корпоративное волонтерство – добровольное участие сотрудников в различных социальных программах при поддержке своей компании. Эффективное корпоративное добровольчество основывается на удовлетворении интересов трех сторон: компании, её персонала и получателя волонтерской помощи (представителей местного сообщества, школ, больниц, детских домов, некоммерческих организаций и т.п.). Преимущества данной технологии в условиях кризиса неоспоримы. Во-первых, ухудшение финансового положения предприятий не позволяет осуществлять социальные инвестиции, акции спонсорства и благотворительности, в то же время корпоративное волонтерство не требует финансовых затрат; во-вторых, корпоративное волонтерство является инструментом сплочения сотрудников, повышения их приверженности к своему предприятию; в-третьих, практики корпоративного волонтерства способствуют росту гражданской активности; в-четвертых, корпоративное волонтерство может стать нестандартным информационным поводом, способствовать освещению деятельности бизнеса.

При разработке проекта мы исходили из многогранности проблемы для малого бизнеса. В связи с этим можно выделить три уровня значимости осуществления проекта:

1) для организации: корпоративное гражданство является перспективным инструментом «отстройки» от конкурентов, ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды, позиционируя себя как корпоративного гражданина, получит ряд конкурентных преимуществ в виде нематериальных активов:

- усиления положительного корпоративного имиджа в местном сообществе,
- улучшения деловой репутации,
- росту лояльности персонала,
- повышению узнаваемости среди потребителей,
- повышению инвестиционной привлекательности бизнеса;
- бесплатное освещение деятельности в СМИ (информационное партнерство);
- росту доверия стейкхолдеров к предприятию в целом.

Рост доверия стейкхолдеров связан с распространением информации о социальной и экологической активности компании, PR-коммуникациями, вовлеченностью заинтересованных сторон в деятельность фабрики.

Применение практик корпоративного гражданства может стать нестандартным информационным поводом, способствовать PR-обеспечению деятельности предприятия. В свою очередь, чем выше степень доверия стейкхолдеров к фирме, тем выше спрос на продукцию, что создает возможности для развития устойчивых конкурентных преимуществ. В то же время корпоративная социальная ответственность в данной работе рассматривается не только как катализатор формирования нематериальных активов малого предприятия и источник конкурентных преимуществ, но и как инструмент для выстраивания эффективной системы взаимодействия между бизнес-организацией и её общественностью – стейкхолдерами. Предприятия, фокусируясь на проблемах общества и более тесно взаимодействуя со стейкхолдерами, развивают новые бизнес-модели, товары, услуги и новые виды сотрудничества. Поэтому корпоративная социальная ответственность также будет выступать и в качестве источника инноваций.

2) для её целевой аудитории (г. Вологда и Вологодская область): будет повышен вклад малого бизнеса (на примере ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды) в решение социально-экономических проблем местного сообщества, рост социального благополучия;

3) для общества в целом: применение современных практик корпоративного гражданства бизнес-организациями будет способствовать повышению гражданской активности и гражданского самосознания населения города Вологды и области, формированию и развитию гражданского общества и некоммерческого сектора.

Кроме того, корпоративное гражданство содержит нестандартные подходы привлечения бизнеса к проектной деятельности города, что, несомненно, получит поддержку со стороны органов власти и местного самоуправления.

Профиль, содержащий значения индикаторов до и после реализации проекта, позволяет наглядно увидеть изменение социальной активности ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды.

Обобщенный индекс UI для ЗАО «Кондитерская фабрика» до проведения мероприятий составил 2,8 балла, что характеризует средний уровень социальной активности. Предполагается, что после реализации проекта «Несмотря на кризисные срывы – к бизнесу гражданского PRорыва» обобщенный индекс UI составит 5,2, т.е. ЗАО «Кондитерская фабрика» выйдет на расширенный уровень корпоративной ответственности. Таким образом, интеграция социальных аспектов в процесс принятия управленческих решений позволит повысить социальную активность малых предприятий, снизить нефинансовые риски, улучшить взаимодействие со стейкхолдерами, что создаст предпосылки для устойчивого и динамичного развития бизнеса.

Проект имеет практическую значимость: подготовлен для реализации на конкретном предприятии (ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды), однако опыт может быть экстраполирован как на предприятия малого бизнеса как г. Вологды и Вологодской области, так и на всероссийский уровень. Проект поддержан всеми субъектами партнерства – органами местного самоуправления, некоммерческой организацией, предприятием, имеется ряд рекомендательных писем: от Администрации г. Вологды, НКО «Фонд поддержки гражданских инициатив», ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды. В настоящее время данный проект принят к внедрению на ЗАО «Кондитерская фабрика» г. Вологды. Межсекторное партнерство обеспечит синергетический эффект от взаимодействия каждой из сторон.

Научная новизна исследования состоит в разработанном автором фрагменте когнитивной карты, демонстрирующей влияние последствий осуществления корпоративной социальной ответственности на

развитие бизнеса, что подчеркивает выгодность осуществления бизнесом КСО-деятельности, а именно форм и практик корпоративного гражданства, взаимодействия со стейкхолдерами.

Литература:

1. Bendell J. Talking for Change? Reflection on Effective Stakeholder Dialogue / J. Bendell // New Academy of Business Innovation Network – New Academy of Business. – 2000. – pp. 19
2. Статистический ежегодник Вологодской области 2013: стат. сб. / Вологдастат. Вологда, 2014.
3. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник. М.: Издательство Юрайт, 2014.
4. Шокола Я.В. Методы стимулирования социальной активности предприятий сферы услуг: дис. на соискание ученой степени канд. экон. наук: Санкт-Петербург, 2014.

СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК АНТИКРИЗИСНЫЙ ИНСТРУМЕНТ КСО

Ложкина А.С.

Аннотация: как можно сохранить программы КСО в период кризиса? В статье автор показывает все преимущества использования социально-ориентированного маркетинга в период экономической нестабильности в рамках реализации проектов по корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: социально-ориентированный маркетинг, КСО, продвижение бренда, благотворительность, фонд «Арифметика добра», антикризисный инструмент.

Key words: Cause-Related marketing, Corporate Social Responsibility, brand, charitable foundation, Relationship marketing.

Экономический кризис в России набирает обороты, и компании все чаще сокращают свои бюджеты на корпоративную социальную ответственность, меньше уделяют внимание благотворительности, участию в общественных объединениях. Одним из инструментов сохранения проектов, направленных на решение социальных проблем и вовлечения сотрудников в благотворительность, является социально-ориентированный маркетинг (Cause-Related Marketing, CRM).

В литературе существуют различные подходы к понятию CRM. Авторы авторитетного интернет ресурса по социальному маркетингу «Cause Marketing Forum» дают следующее определение: «Социально-ориентированный маркетинг – это стратегическое маркетинговое партнерство, которое связывает компанию или бренд с социальной организацией для взаимной выгоды» [3]. Другие эксперты определяют CRM, как относительно экономичный способ для компании создать позитивное освещение в СМИ [4].

Под социально-ориентированным маркетингом в данной статье понимается комплексная работа компаний, направленная на одновременное продвижение бренда и социальных ценностей.

Существует несколько видов социально-ориентированного маркетинга: 1. Процент или фиксированная сумма с каждой покупки (например, 1 % с продажи каждого пакета молока идет на поддержку

образовательной программы для детей-сирот); 2. Совместные благотворительные мероприятия, целью которых является вовлечение покупателей в решение социальной проблемы и сбор средств (например, благотворительный пробег New Balance в поддержку детей с синдромом Дауна); 3. Погашение купонов/кодов (например, сделайте пожертвование в благотворительный фонд и получите купон на бесплатный капкейк в одной из лучших кондитерских Москвы); 4. Сбор средств среди покупателей на решение определенной социальной проблемы; 5. Вовлеченность потребителя. Бренд предоставляет потребителям возможность создавать мини-кампании, где они номинируют и голосуют за определенную социальную проблему, которую следует поддержать компании; 6. Charity e-commerce – пожертвование с онлайн-покупки (например, покупая книгу в интернет-магазине, вы помогаете детям-сиротам. 10 руб. с каждой проданной книги направляется на образовательные программы для воспитанников детских домов); 7. Коллаборация – объединение нескольких брендов, фондов для привлечения внимания общества к социальным проблемам и сбору средств (например, 22 самые известные женщины-дизайнера создали капсульную коллекцию одежды и аксессуаров специально для благотворительного фонда Born Free). Выделяются следующие факторы для реализации эффективной социально-маркетинговой акции: 1) Выбирайте правильного партнера/проблематику, которую компания будет поддерживать и продвигать. Должно быть понимание того, что успешная маркетинговая кампания должна обеспечить взаимную выгоду обеих сторон. Ваша компания-это больше, чем просто источник финансирования, а НКО-это больше, чем способ повысить свой имидж. 2) Интегрируйте социально значимое дело в культуру вашей компании. Социальную проблематику, которую вы поддерживаете, должна соотноситься с миссией и ценностями компании. Если покупатели увидят, насколько интегрирована в проблематику компания и сотрудники, тем больше у вас шансов на успех акции. 3) Жертвуйте больше, чем просто деньги. Подумайте о том, что ваша компания может предложить в дополнение к финансовой поддержке. Жертвуя соответствующие продукты или услуги, вы укрепляете связь между вашим брендом и социальной проблемой. Другой вариант-предложить программу корпоративного волонтерства. 4) Будьте открытыми, демонстрируйте результат. Итак, потребитель приобрел ваш продукт, и часть доходов пошла на благотворительность. Ваше взаимодействие с потребителем закончено?

Наверное, нет. Потребители хотят знать, куда и на какие программы были направлены их пожертвования. Ведение счетчиков на вашем сайте для отслеживания привлеченных средств является неплохим вариантом, но вы также можете делиться историями, как пожертвования повлияли на решение социальной проблемы. 5) Привлекайте бесплатное публичное освещение. Если коммуникации между брендом и НКО выстроены грамотно, журналисты сами заинтересуются вашим проектом. 6) Используйте силу социальных медиа. Рассказываете активно о ваших проектах в социальных сетях, снимайте видео о достижениях и команде. Найдите известных блогеров, которые уже пишут о данной проблематике и были бы рады услышать (и, возможно, писать) о вашей кампании. [4].

В мире 73% компаний используют социально-ориентированный маркетинг для достижения своих целей и продвижения своих ценностей. В России CRM только набирает обороты, чаще всего инициаторами совместных акций выступают некоммерческие организации. В чем же преимущества использования социально-ориентированного маркетинга для КСО в период экономической нестабильности? 1. Повышение уровня продаж, соответственно, привлечение дополнительных средств на социальные программы компании. Таким образом, сохраняется бюджет на благотворительные проекты. Согласно последним данным компании Nielsen (мировой лидер в области маркетинговой информации) 38% респондентов в России заявили, что готовы переплачивать за товары компаний, следующих принципам ответственного отношения к обществу и окружающей среде, а 43% упомянули, что за последние полгода хотя бы один раз сделали выбор в пользу определенного товара или услуги, потому что знали о причастности компаний к решению социальных и экологических проблем. Эксперты наблюдают сдвиги в потребительском поведении россиян. Так, в 2013 году о готовности переплачивать заявили лишь 29% опрошенных, а о покупке товаров, причастных к социально значимым программам, год назад упомянуло всего 26% респондентов. Для сравнения, в мире о готовности переплачивать заявили 55% респондентов, а 52% ответили, что приобретали товары или пользовались услугами социально ответственных компаний хотя бы один раз за прошедшие 6 месяцев. «С одной стороны, российские потребители озабочены глобальными проблемами и выражают готовность переплачивать за продукцию социально ответственных компаний, с другой – в среднем более четверти

респондентов затруднялись ответить, о каких именно социальных программах брендов идет речь, – рассказывает Марина Ерскова, руководитель направления «Управление эффективностью в местах продаж», Nielsen Россия. – Российские покупатели не вполне представляют, какую роль на деле бренды могут играть в решении глобальных проблем общества. Делая ставку на товары, участвующие в социальных инициативах, компаниям следует лучше информировать потребителей об их целях, рассказывать о результатах акций, делиться историями, используя разные каналы коммуникации, чтобы в результате убедить потребителя изменить свои предпочтения и переключиться на покупку социально ориентированных брендов» [2]. Таким образом, можно говорить о том, что российский потребитель готов активно участвовать в социально-маркетинговых акциях.

2. Привлечение внимания к бренду. В рамках CRM компания имеет возможность рассказать о своей политике корпоративной социальной ответственности, о своих ценностях. С помощью социального маркетинга можно сформировать позитивный имидж компании как социально-ответственного бренда. Покупатели, клиенты большей частью не подозревают о социальных проектах компаний, а CRM дает инструменты не просто донести до покупателя корпоративные ценности, но и вовлечь его активно в решение социальных проблем. Таким образом, компания расширяет сторонников своих социально-значимых программ.

3. Повышение лояльности среди покупателей и клиентов. Каждый человек в душе хочет кому-нибудь помочь, принять активное участие в решении той или иной проблемы, но не всегда готов сделать пожертвование, особенно в период экономической нестабильности. Предлагая товар, принимающий участие в социально-маркетинговой акции, компания дает покупателю возможность сделать доброе дело, почувствовать себя героем, не делая лишних усилий! Следовательно, в магазинах на полках такой товар будет иметь значительное преимущество, т.к. сможет удовлетворить больше потребностей клиента. С другой стороны, каждый покупатель и клиент понимает, что в стране существуют различные социальные проблемы, которые касаются каждого. Когда та или иная компания решает эти проблемы, у покупателей это вызывает симпатии, лояльность к бренду. Участие в социально-ориентированных маркетинговых акциях может построить доверие и повысить ценность бренда.

4. Вовлечение сотрудников в социальные проекты компании. При реализации

социально-маркетинговых акций привлекаются сотрудники различных отделов, тем самым расширяется охват участников программ КСО. Ценность CRM заключается в том, что мотивация у сотрудников выше, т.к. они понимают, что от их успешной работы зависит чья-то жизнь. Например, перед запуском товара на рынок менеджерам по продажам помимо описания продукта дается информация, как данный продукт может кому-то помочь, куда будут направлены средства. Менеджер понимает, чем больше он продаст, тем больше средств будет перечислено. Таким образом, с помощью социального маркетинга можно не просто вовлечь сотрудника в волонтерскую программу компании, а также сделать его героем, сформировать его лояльность к компании. Так, знаменитая сеть кофеин Starbucks подсчитала, что, практикуя проекты по социальному маркетингу, текучесть кадров снизилась на 50%, и компания экономит благодаря этому в год \$ 1000 с каждого сотрудника. Исходя из вышесказанного, можно выделить следующие задачи, которые решает CRM для КСО: привлекает дополнительные средства на реализацию социальных программ, продвигает ценности компании, деятельность фондов-партнеров на рынке, вовлекает сотрудников в благотворительную деятельность, укрепляет бренд, как социально-ответственный, привлекает новых сторонников к решению социальных проблем. Ниже представлен кейс как с помощью социально-ориентированного маркетинга сеть аптек Горздрав, 36.6 и AVE Luxe привлекла дополнительные средства на реализацию своих благотворительных программ и внимание потребителей к решению проблемы социального сиротства в России. Партнером сети аптек в данной акции выступил благотворительный фонд «Арифметика добра». Фонд был учрежден в марте 2014 года. Главной его задачей является усыновление детей-сирот и создание условий для максимальной адаптации к жизни в обществе воспитанников детских домов, при выходе их из интернатов. Цель кампании – привлечь средства и внимание покупателей к образовательной программе «ШАНС» (он-лайн обучение для детей-сирот в формате частного репетиторства), обратить внимание одного миллиона человек к проблеме адаптации детей-сирот к взрослой жизни за пределами детского дома. Суть акции заключается в следующем: 1 руб. с продажи лекарств с брендированных полок идет на реализацию образовательной программы фонда «Арифметика добра». Таким образом, покупателю дается возможность не просто

приобрести необходимое лекарство, но и помочь детям-сиротам, участие в решение насущной социальной проблемы. Также в части аптек с целью привлечения внимания и дополнительных средств были установлены брендированные ящики для сбора пожертвований. Представители компании определили следующие преимущества акции для бизнеса – рост продаж, повышение социального капитала сообщества сотрудников, изменение позиционирования бренда бизнеса на социально ориентированный, повышение лояльности клиентов и PR. Так, представители компаний отвечают, что «если инициатива исходит со стороны фонда, бизнес должен быть морально готов оказывать помощь. Это хороший способ улучшить имидж в глазах потребителей». Следует здесь отметить, что для компаний одним из существенных критериев эффективности акции является сплочение коллектива и количество сотрудников, вовлеченных в реализацию проекта. «Важно максимальное вовлечение сотрудников в данную акцию, если это продажи, то это мотивирование сотрудников отдела продаж: от мотивирования продавцов будут увеличиваться продажи. Менеджеры по продажам должны понимать, что чем больше они продадут, тем больше средств пойдет на благотворительную деятельность. Это сама лучшая мотивация», отмечают представители отдела маркетинга Горздрав. Секрет успеха акции компании видят в том, что важно понимать саму социальную проблему, рассчитывать свои силы в плане маркетинга, продвижения. Продолжительность кампании три месяца – с 1 марта по 31 мая 2015 г. Географический охват – Москва и Московская область, 676 точек продаж. Отличие данной кампании в том, что объединились три разных бренда, с различной категорией покупателей. Следовательно, охват аудитории, которая вовлечена в акцию шире. Можно выделить следующие: 1. покупатели с достатком ниже среднего, обращающие внимание на стоимость товара. Люди пожилого возраста. 2. покупатели со средним достатком. Домохозяйки, молодые мамы. 3. покупатели с достатком выше среднего. Для привлечения внимания покупателей к акции были задействованы социальные сети, в которых проводились различные конкурсы, были сделаны наклейки на товары, вывешены плакаты в точках продаж. Так как акция на момент написания статьи еще активно реализуется, то анализировать финансовые показатели рано. Однако можно отметить, что кампания сплотила сотрудников. Они стали чаще задавать вопросы о проблеме сиротства, как они могут сделать пожертвование. Был проявлен большой интерес

к акции и к образовательной программе и среди посетителей аптек. Их волновал вопрос, почему аптеки решили поддержать инициативу, как сама компания вовлечена в решение проблемы, точно ли средства будут направлены по назначению. Промежуточные итоги свидетельствуют о том, часть задач КСО CRM решил: акция обратила на себя дополнительное внимание покупателей, сотрудники активно вовлеклись в социальную деятельность компании, выстроен новый канал коммуникации с клиентами. Таким образом, социально-ориентированный маркетинг – это не только эффективный стратегический подход к продвижению брендов, но и надежный антикризисный инструмент для КСО. Как показывает мировая и российская практика, его основные преимущества – привлекает дополнительные средства на реализацию благотворительных программ, активно вовлекает сотрудников в социальные проекты, имеет больше возможностей рассказать доступно аудитории о социальных проблемах и как даже незначительная сумма может изменить чью-то жизнь.



Рисунок 1 – Сотрудники сети Аптек 36.6 оформляют брендированные полки

Литература:

1. Hessekiel David. Good Works!: Marketing and Corporate Initiatives that Build a Better World...and the Bottom Line by Philip Kotler, David Hessekiel, Nancy Lee Publisher: John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey 2012. 282 с.

2. Nielsen: социально ориентированные акции – новая возможность для брендов завоевать сердца потребителей [Электронный ресурс], <http://www.nielsen.com/ru/ru/press-room/2014/nielsen-social-programs-open-a-new-opportunity-for-brands-to-conquer-consumers-hearts.html>

3. Cause Marketing Forum [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://www.causemarketingforum.com>, свободный (Дата обращения: 01.05.2015 г.)/

4. How Brands Can Use Cause Marketing For Results [Электронный ресурс], - <http://www.modernmarketingpartners.com/how-brands-can-use-cause-marketing-for-results/>

СОДЕРЖАНИЕ

Пленарное заседание.....	5
Горелик А.С. Вступительное слово.....	5
Харитонов Е.Н. Совет молодых ученых Финансового университета: стратегические инициативы	8
Секция «Политико-экономические приоритеты развития России: глобальное и национальное»	14
Кальченко О.А. Обеспечение экономической безопасности страны в изменившихся условиях внешней среды.....	14
Турганбаев А.А. Центральнoазиатский вектор энергетической экспансии Китая: экономический и политический вызов России	20
Борисова Е.В. Становление инновационного потенциала России: технологические уклады и волны модернизации	33
Мамсуров С.Ш. Экономический пояс шелкового пути как основной вектор развития Азиатского континента	39
Яковлева Н.В. Управление межнациональными отношениями России и Германии в форме парадипломатии в условиях ведения санкций	47
Сказченкова К.А. Коррупция в системе образования в современной России .	58
Мельников А.А. Развитие высоких социогуманитарных технологий как политико-экономический приоритет развития России в XXI веке	62
Секция «Управление человеческими ресурсами в социально-экономических системах. Социальное измерение человеческого капитала»	71
Цуркан М.В. Повышение эффективности кадрового обеспечения региона в контексте интеграции потребностей работодателей в систему высшего образования	71
Монахов И.А. Методологические подходы к оценке интеллектуального капитала научно-производственного комплекса Наугограда	79
Попов Д.А. Взаимодействие крупного и малого бизнеса как основа развития сельских поселений.....	90
Макаров С.Н. Экспертные системы в управлении социальным пространством организации	98
Хабибуллин Р.И. Партиципативный менеджмент как основа устойчивого развития организации: опыт эмпирического обследования.....	104
Секция «Корпоративные финансы: новый взгляд»	110
Грищенко Ю.И. Современные источники финансирования социального предпринимательства в России.....	110
Чернова О.В. Еще раз об оценке инвестиционных проектов: путь от обратного	116

Секция «Макроэкономическое регулирование: управление под знаком неизвестности»	124
Марасанов Э.С. Проектирование конкурентного пространства как стратегический императив методологии институционально-пространственного синтеза	124
Забелина Т.П. Проблема соотношения государственной и частной собственности на землю в России для эффективного управления земельными ресурсами	131
Збарский М.Г. Социально–экономические и политические риски вступления стран Центральной и Восточной Европы в Европейский Союз....	140
Осипов В.С. Особая экономическая зона «Крым»: проблемы и перспективы развития.....	146
Власова Ю.А. Анализ рисков бюджетов субъектов Российской Федерации и методы их оценки.....	151
 Секция «Управление устойчивым развитием социально-экономических систем»	160
Кольчугин Д.М. Устойчивое управление цепями поставок: терминологические аспекты.....	160
Дудкина Е.В. Эффективная модель риск-менеджмента как механизм обеспечения устойчивого развития хозяйствующих субъектов	174
Савельев И.И., Никифорова С.В. Необходимость изменения современной системы планирования: отраслевые и функциональные блоки, методологические подходы.....	179
Хван М.С. Разработка методики оценки экологической безопасности социально-экономических систем.....	187
 Секция «Импортозамещение и кластеризация как актуальные проблемы развития промышленности в России»	197
Морозова А.В. Импортозамещение в мясной отрасли агропромышленного комплекса Российской Федерации	197
Григорьева А.С. Практика импортозамещения в субъектах Российской Федерации: Ростовская область.....	206
Беломестнов И.В. Роль малых инновационных предприятий в формировании региональных экономических кластеров импортозамещающей продукции	216
Кашкарова М.С. Важность применения стратегии импортозамещения в экономике России	226
Максимов И.О. Перспективы развития транспортно-логистического кластера в Новосибирской области	232

Секция «Информационно-аналитическое обеспечение устойчивого развития организаций» 241

Артамонова К.А., Григорьев А.С. Перспективы развития порядка бухгалтерского учета основных средств в некредитных финансовых организациях.....	241
Керимова Ч.В. Проблемы информационного обеспечения принятия решений в области модернизации производственного капитала организаций реального сектора экономики России	249
Басова М.М. Социальные аспекты устойчивого развития металлургических предприятий.....	259
Крюкова К.И. Особенности бухгалтерского учета и налогообложения при реализации маркетинговых стратегий организаций.....	271
Бурцева К.Ю. Элементы системы внутреннего контроля деятельности вузов, согласно концепции COSO	276
Болдырев А.Н. Развитие операционного аудита в России	289
Фролова Э.О. Проблемы аналитического обоснования бухгалтерской (финансовой) отчетности в России	297
Миникеев Р.Т. Ретроспектива исследований взаимосвязи индикаторов прироста стоимости по отношению к стоимости компании на мировом экономическом пространстве.....	304
Лебедь П.Р. Деятельность государственных и муниципальных высших учебных заведений и статистический анализ основных показателей	312
Потапова О.А. Проблемы информационно-аналитического обеспечения устойчивого развития экономических субъектов	320
Тюлюкина Л.С. Особенности раскрытия информации о финансовых вложениях в бухгалтерской отчетности	328
Арманова Б.М. Налоговые льготы – эффективный инструмент для развития экономики?.....	338
Антонов А.О. Влияние организационного потенциала на устойчивое развитие компании	345
Бацулин К.А. Стейкхолдерский подход к оценке значимости отчетности в области устойчивого развития	353
Бессмертных П.Ю. Регрессионный метод оценки конкурентоспособности компаний	361
Гордова М.А. Бухгалтерский учет импортных операций в республике Казахстан в рамках Евразийского Экономического Союза.....	371
Гугля А.А. Вовлечение стейкхолдеров как инструмент обеспечения устойчивого развития бизнеса	380
Ларионова К.Ф. Бизнес-модель как основа устойчивого развития компании ..	388
Нгуен Т.В.Л. Практические аспекты развития информационно-аналитического обеспечения устойчивого развития на основе нормативно-правовой базы внутреннего аудита во Вьетнаме	396

Родина М.С. Отчет о движении денежных средств как возможность повысить информативность финансовой отчетности	405
Кумыков А.Е. Анализ краткосрочной финансовой устойчивости организации.....	415
Берёза А.О. Учетно-аналитическое обеспечение сельскохозяйственных организаций при переходе на МСФО	424
Рогалева А.В., Погосян Э.О. Аналитические механизмы оценки эффективности рекламы	438
Морозова Д.А. Методы оценки эффективности налогообложения на предприятиях малого бизнеса	451
Тишецкая А., Жужа А., Барабась Д. Брендинг в социальных сетях: особенности и украинские реалии.....	462
Чурбанов С.П. Роль анализа качества прибыли в обеспечении устойчивого развития организации	469
Филлипов Ю.М. Влияние информационно-аналитического обеспечения предприятия на его финансовую устойчивость	478
Шилина К.А. Финансовая устойчивость – индикатор развития торговых организаций.....	486
Шпак Ю.С. Внедрение системы сбалансированных аналитических показателей для сближения стратегических целей и бюджетов организации .	493
Скрылева Е.А. Отраслевые особенности признания выручки в практике нефтегазовых компаний.....	500
Миронченко Е.Г. Анализ и оценка затрат на производство и себестоимости продукции	507
Секция «Денежно-кредитная сфера и банковский бизнес: кризис или новая волна?».	513
Диденко В.Ю. Межбанковское кредитование в современных условиях....	513
Горькова Н.М. В поисках инвестиций в условиях нестабильной экономики: помогут ли банки?	525
Мосин А.В. Перспективы развития дистанционного банковского обслуживания в эпоху 3.0.....	533
Горбунов С.А. Классификация рисков на основе исследования основных проблем операционной деятельности коммерческих банков.....	539
Чичуленков Д.А. Корпоративная социальная ответственность российских банков: оценка на основе рейтинговой методики.....	549
Ващелюк Н.В. Анализ влияния нестандартных инструментов банка России по предоставлению ликвидности на индикативные процентные ставки межбанковского рынка.....	557
Шогенова Ф.О. Совершенствование банковского надзора в России. Международное сотрудничество и опыт зарубежных банков	565
Жданова Д.М. Перспективы развития социально-ориентированной банковской деятельности в России	571

Секция «Россия и нефть: сырьевое проклятие или конкурентное преимущество?» 577

Понкратов В.В. Нефтегазовая отрасль промышленности России: значение для экономики и бюджета, ресурсная база, проблемы налогообложения 577

Юшков И.В. Изменение энергетической политики РФ в ответ на санкции 585

Анфилатова Ю.О. Анализ нефтяной отрасли России и пути преодоления ее кризисного состояния 594

Карасева В.А. «Нефтяная зависимость» миф или реальность?..... 602

Секция «Финансовый маркетинг в условиях оптимизации ресурсов организации: развитие или спад?» 607

Иванова Ю.О. Финансовый маркетинг как образовательная услуга: особенности рекламного обеспечения 607

Леднев М.В. Маркетинг финансовых услуг и конкуренция в финансовом секторе в условиях кризиса 616

Нестеренкова О.А. Маркетинговые технологии продвижения консалтинговых услуг 624

Панюкова В.В. Влияние консюмеризма на маркетинговую деятельность 629

Рожков И.В. Современные технологии интернет–маркетинга в финансовой сфере 637

Лукьяненко Н.А. Мобильный маркетинг: ключевые аспекты 651

Чупина Я.В. Маркетинговая цепочка повышения эффективности управления нестабильными системами 655

Секция «Управление устойчивым развитием современных мегаполисов: проблемы и перспективы» 663

Азуев Т.М. Перспективы развития центров государственных услуг в г. Москве 663

Арефьева А.Г. Проблемы управления занятостью в крупных городских агломерациях 668

Богомоллов А.В. Муниципальное управление в условиях пространственной трансформации 674

Бутова Т.В., Тараканова М.С., Храмцова Е.Ю. Транспортные проблемы московского мегаполиса: проблемы и пути решения 682

Околышев Д.А. Использование механизмов частно-государственного партнерства в развитии инфраструктуры мегаполисов 690

Прыткова О.О. Жилая недвижимость во время кризиса 2015 года. Анализ ситуации и прогноз 695

Добрина Л.Р. Зарубежный опыт стратегического управления демографическим развитием региона	701
Ткачев Е. Тенденции и проблемы развития городской агломерации.....	712
Торопов П.А. Потенциал электронного муниципалитета для развития гражданского общества	721
Беликова А.П. Реорганизация промышленных зон как инструмент обеспечения устойчивого развития сложившихся городских территорий	727
Семкина О.С., Мурар В.И. Единый информационный инвестиционный портал города Москвы как важнейший механизм привлечения инвестиций...	738
Петросян Д. Роль этнокультурных объединений в гармонизации межэтнических отношений в московской агломерации	750
Панина О.В. Роль государства в социально – экономическом развитии региона в условиях рыночных отношений на примере г. Москвы)	756
Ситников И.А. Формирование специализированных инвестиционных банков – основа устойчивого развития городов	764
Смирнова В.С. Современные способы повышения качества оказания государственных и муниципальных услуг: электронный муниципалитет	774
Фомина М.С. Федеральные округа как инструмент реализации государственной политики в области территориального управления	782
Секция «Корпоративная социальная ответственность: новый взгляд»	792
Бородин А.Г. КСО и комплаенс как инструменты устойчивого развития.....	792
Дамдинова Б.Т. Научные подходы к деловой репутации как основополагающему элементу репутационной стратегии компании.....	801
Лапцова Е.С. Социальная ответственность малого бизнеса: новый взгляд на отношения со стейкхолдерами.....	810
Ложкина А.С. Социально-ориентированный маркетинг как антикризисный инструмент КСО	821

Научное электронное издание на диске

**ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
НА ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

*СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
ПО РЕЗУЛЬТАТАМ I КОНГРЕССА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
ПО ПРОБЛЕМАМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ*

Публикуется в авторской редакции

Компьютерная верстка *Т.В. Авдеевой*
Ответственный редактор: *Е.Н. Харитонова*
Оформление обложки: *Т.А. Антоновой*
Подписано в печать 15.02.2016.
Объем 8,0 Мб. Заказ №113.
Тираж 10 экз.

Финансовый университет
Ленинградский пр-т, 49, Москва, 125993 (ГСП-3)