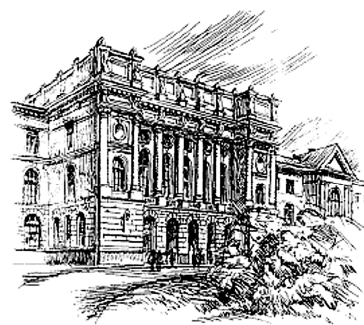


3(125)/2011



Научно-технические ведомости СПбГПУ

Экономические науки

Санкт-Петербург. Издательство Политехнического университета

Министерство образования и науки
Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ ВЕДОМОСТИ СПБГПУ

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

Алферов Ж.И., академик РАН; *Васильев Ю.С.*, академик РАН (председатель);
Костюк В.В., академик РАН; *Лопота В.А.*, чл.-кор. РАН;
Окрепилов В.В., чл.-кор. РАН; *Патон Б.Е.*, акад. РАН и НАН Украины;
Рудской А.И., чл.-кор. РАН; *Федоров М.П.*, чл.-кор. РАН;
Фортов В.Е., академик РАН.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА

Васильев Ю.С., академик РАН (главный редактор); *Арсеньев Д.Г.*, д-р техн. наук, профессор;
Бабкин А.В., д-р экон. наук, профессор (зам. гл. редактора);
Боронин В.Н., д-р экон. наук, профессор; *Глухов В.В.*, д-р экон. наук, профессор;
Дегтярева Р.В., д-р истор. наук, профессор; *Иванов А.В.*, д-р техн. наук;
Иванов В.К., д-р физ.-мат. наук, профессор; *Козловский В.В.*, д-р физ.-мат. наук, профессор;
Рудской А.И., чл.-кор. РАН (зам. гл. редактора); *Юсупов Р.М.*, чл.-кор. РАН.

СЕРИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ СЕРИИ

Окрепилов В.В., чл.-кор. РАН – председатель;
Барабанер Ханон, д-р экон. наук, профессор (Эстония);
Елисеева И.И., чл.-кор. РАН;
Клейнер Г.Б., чл.-кор. РАН;
Максимцев И.А., д-р экон. наук, профессор;
Некрасова Т.П., д-р экон. наук, профессор;
Окороков В.Р., д-р экон. наук, профессор;
Федотов А.В., д-р экон. наук, профессор;

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ

Глухов В.В., д-р экон. наук, профессор – председатель;
Бабкин А.В., д-р экон. наук, профессор – зам. председателя;
Васильева Е.Ю., канд. экон. наук, доцент;
Кобзев В.В., д-р экон. наук, профессор;
Лопатин М.В., канд. экон. наук, профессор;
Медников М.Д., д-р экон. наук, профессор;
Силкина Г.Ю., д-р экон. наук, профессор – отв. секретарь;
Счисляева Е.Р., д-р экон. наук, профессор.

Журнал выходит под научно-методическим руководством Российской академии наук с 1995 г.

С 2002 г. журнал включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук.

Журнал издается в пяти сериях:

Наука и образование;
Физико-математические науки;
Экономические науки;
Информатика, телекоммуникации, управление;
Гуманитарные и общественные науки.

Журнал зарегистрирован в Госкомпечати РФ. Свидетельство № 013165 от 23.12.94.

Подписной индекс **36637** в каталоге “Газеты. Журналы” ОАО Агентства “Роспечать”.

С 2005 г. журнал включен в базу данных “Российский индекс научного цитирования” (РИНЦ), размещенную на платформе Национальной электронной библиотеки на сайте <http://www.elibrary.ru>

При распечатке материалов ссылка на журнал обязательна.

Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

Адрес редакции и издательства: Россия, 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29.

Тел. редакции серии: (812) 297-18-21.

© Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, 2011



Содержание

Теоретические основы экономики и управления

Молчанов Н.Н. <i>Инновативность менеджмента и экономический цикл</i>	9
Козловская Э.А., Демиденко Д.С., Партылова Е.И. <i>Эффективность фискальной политики в условиях антикризисного регулирования экономики</i>	18
Степанова Н.Р. <i>Социальное взаимодействие собственников и общества при формировании системы корпоративного управления</i>	26

Мировая экономика

Данг Нгуен Фыонг Ву, Воронин М.С. <i>Генезис теорий прямых иностранных инвестиций: эволюция, движущие силы, проблемы и перспективы</i>	31
Шклярук М.С., Малинина Т.В. <i>Финансовые инструменты компенсации затрат на развитие возобновляемой энергетики (на примере Германии)</i>	35

Региональная и отраслевая экономика

Абрамов С.С. <i>Оценка социально-экономической эффективности сферы услуг региона</i>	41
Иванов С.О. <i>Региональные особенности организационно-экономического механизма здравоохранения</i>	45
Кияткина Е.П. <i>Определение потребительской базы в региональном жилищном строительстве</i>	50
Опарин С.Г., Сулима В.В. <i>Развитие конкурсов на право заключения государственного контракта на строительство объектов транспортной инфраструктуры</i>	55
Ощепков В.М. <i>Нематериальные активы как фактор стоимости региональных корпораций</i> ...	63
Салихов В.А. <i>Этапы экономической оценки попутных полезных компонентов угольных месторождений</i>	66
Ушанова Н.А. <i>Ресурсно-потенциальный подход к решению жилищной проблемы мегаполиса</i> ...	71
Гусева А.Н. <i>Сравнительный анализ состояния и проблем развития сферы услуг в России и ее регионах</i>	78
Аксёнова О.А., Никифорова В.М. <i>Посещаемость как критерий эффективности сайтов региональных туристских администраций</i>	87
Вертешев А.С. <i>Распределенная энергетика в обеспечении технологической безопасности и экономической эффективности региона</i>	95
Маркушина Е.В. <i>Экономические и региональные факторы развития систем транспортировки углеводородов</i>	101

Экономика и менеджмент предприятия

Чемашкин А.Ю. Формирование стратегии инвестирования ключевых ресурсов предприятия на основе модели производственной функции	107
Евсеева С.А. Принципы разработки конкурентной стратегии промышленного предприятия в условиях меняющейся среды	112
Гаджиев М.М., Беков Р.Б. Особенности формирования затрат при создании производственных инноваций	116
Лысов О.Е. Использование ситуационного подхода для формирования интеллектуального капитала организации	121
Калугин И.А. Выбор промышленным предприятием предпочтительного инвестора в различных фазах экономического цикла	125

Инновации и инвестиции

Курочкина А.А., Муравьева К.А. Место инноваций в системе потребительской кооперации: сетевой подход	129
Мингалева Ж.А., Платынюк И.И. Анализ и оценка инновационного потенциала предприятия	133
Николаев М.А., Мальцагова Т.М. Механизм финансирования инвестиционного процесса на региональном уровне	138
Самаруха В.И., Чистякова О.В. Методические основы формирования и развития интрапренерства для активизации инновационной деятельности российских предприятий	144
Сафонов М.М. Механизмы ускорения трансфера инновационных технологий	150
Тимофеева А.А. Показатели и методы оценки уровня инновационной активности промышленных предприятий	155
Гаджиев М.М., Минатуллаев А.А. Оценка эффективности инвестиций в системные нововведения предприятия	161

Финансы, банки, бухгалтерский учет

Бреславцева Н.А., Михайлова Н.В., Сверчкова О.Ф. Особенности и проблемы отчетности в системе налогового контроля	167
Федосов Е.А. Формирование системы аккредитации страховых компаний российскими коммерческими банками	172
Зангиева И.А. Кредитные деривативы как инструмент управления риском	177

Предпринимательство и маркетинг

Баженова В.В., Валеев А.Р. Потенциал девелоперской деятельности муниципального образования	182
Русинов Д.П. Монопольная власть предпринимателя в условиях локального рынка	185
Гусев Р.Н. Этапы оценки конкурентоспособности предприятий сферы услуг	191

**Логистика**

Антипина П.В. <i>Логистический сервис и его виды</i>	196
---	-----

Экономическая безопасность

Домаков В.В. <i>Российский терроризм как крайнее выражение национального вопроса и экономический способ его устранения</i>	199
Мингалева Ж.А., Наумов А.В. <i>Подходы к определению понятия «экономическая безопасность территории»</i>	210
Грачев А.В., Пузыревский Л.С., Бабкин А.В. <i>Теневая экономика как инструмент обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов</i>	214

Экономико-математические методы и модели

Первадчук В.П., Севодин М.А. <i>О влиянии операций спекулятивного характера на баланс спроса и предложения</i>	219
Пилюгин М.А. <i>Определение функции распределения значений выручки при малой статистике</i>	224
Климин А.И. <i>Методы учета забываемости рекламы при расчете показателей медиапланирования</i>	228
Лукашевич Н.С. <i>Оценка параметров кредит-скоринговой модели на основе ROC-анализа</i>	235

Экономика и управление в образовании

Лысов О.Е. <i>Особенности применения технологий управления проектами с использованием ситуационного подхода (на примере вуза)</i>	242
--	-----

Contents

Theoretical bases of economy and management

Molchanov N.N. <i>Management of innovations and economic cycle</i>	9
Kozlovskaya E.A., Demidenko D.S., Partylova E.I. <i>Effectiveness of fiscal policy in an anticrisis regulation economy</i>	18
Stepanova N.R. <i>Social interaction of owners and society at formation of the corporate governance system</i>	26

Global economy

Dang Nguyen Phuong Vu, Voronin M.S. <i>Genesis of theories of foreign direct investment: evolution, dynamics, problems and prospect</i>	31
Shklyaruk M.S., Malinina T.V. <i>Fincial instruments of expenses compensation for renewable energy development (german experience)</i>	35

Regional and branch economy

Abramov S.S. <i>Estimation of social and economic efficiency of sphere of services of region</i>	41
Ivanov S.O. <i>Regional features of the organizational-economic mechanism of public health services</i> ...	45
Kiyatkina E.P. <i>Calculating the consumer base in regional housing</i>	50
Oparin S.G., Sulima V.V. <i>Development of competitions to the right of the conclusion of state construction contract of the units of transport infrastructure</i>	55
Oschepkov V.M. <i>Non-material actives as the factor of cost of regional corporations</i>	63
Salihov V.A. <i>Stages of useful coal fields co products economical evaluation</i>	66
Ushanova N.A. <i>The resource-potential approach to solving the housing problem in a big city</i>	71
Guseva A.N. <i>The comparative analysis of state and problems of the scope of services in Russia and its regions</i>	78
Aksenova O.A., Nikiforova V.M. <i>Attendance as an indicator of regional tourist authorities' websites performance</i>	87
Verteshev A.S. <i>The distributed power of region in maintenance of it's power efficiency and safety</i>	95
Markushina E.V. <i>Economic and regional factors of development of systems of transportation of hydrocarbons</i>	101

Economy and management of the enterprise

Chemashkin A.Y. <i>Forming of the investment strategy of company's key resources based on the production function model</i>	107
--	-----



Evseeva S.A. <i>Principles for developing a competitive strategy of an industrial enterprise in a changing environment</i>	112
Gadzhiev M.M., Bekov R.B. <i>The features of costs formation at creation of industrial innovations</i>	116
Lysov O.E. <i>Use of the situational approach for formation of the intellectual capital of the organization</i>	121
Kalugin I.A. <i>Selection of the preferred investor in various phases of the economic cycle for industrial enterprise</i>	125

Innovations and investments

Kurochkina A.A., Muravyeva K.A. <i>Place of innovations in consumers' cooperative society system: the network approach</i>	129
Mingaleva Zh.A., Platynyuk I.I. <i>The methods of assessment innovation activity of enterprise</i>	133
Nikolaev M., Maltsagova T.M. <i>Financing of investment process at regional level</i>	138
Samarukha V.I., Chistyakova O.V. <i>The formation and development of intrapreneuring to enhance innovation of russian companies</i>	144
Safonov M.M. <i>Mechanisms of acceleration of the transfer of innovative technologies</i>	150
Timofeeva A.A. <i>Indicators of the innovative activity level of the industrial enterprises and methods of its estimation</i>	155
Gadzhiev M.M., Minatullaev A.A. <i>Estimation of efficiency investment in system innovations of enterprise</i>	161

The finance, taxes and book keeping

Breslavitseva N.A., Mihajlova N.V., Sverchkova O.F. <i>The reporting in system of tax control</i>	167
Fedosov E.A. <i>Formation of system of accreditation of insurance companies by the russian commercial banks</i>	172
Zangieva I.A. <i>Credit derivatives as an instrument for risk management</i>	177

Business and marketing

Bazhenova V.V., Valeev A.R. <i>Potential development activities of the municipal of education</i>	182
Rusinov D.P. <i>Entrepreneur's monopoly in the local market conditions</i>	185
Gusev R.N. <i>Stages of the estimation of competitiveness of the enterprises of sphere of services</i>	191

Logistics

Antipina P.V. <i>Logistical service and its kinds</i>	196
--	-----

Economic safety

Domakov V.V. <i>The russian terrorism as extreme expression of the ethnic question and the economic way of its elimination</i>	199
Mingaleva Zh.A., Naumov A.V. <i>The approach of definition «economic security of the territory»</i> ...	210
Grachev A.V., Puzyrevskiy L.S., Babkin A.V. <i>Shadow economy as a tool for maintenance of economic security businesses</i>	214

Economic-mathematical methods and models

Pervadchuk V.P., Sevodin M.A. <i>Influence of operations of a speculative nature on the demand-supply balance</i>	219
Piljugin M.A. <i>Definition of functions of distribution of values of the gain by revealing of the tendency of law</i>	224
Klimin A.I. <i>Methods of account of advertising forgetting at calculation of indicators of media planning</i>	228
Lukashevich N.S. <i>Estimation of credit scoring models parameters on the basis of roc-analysis</i>	235

Economy and management in education

Lysov O.E. <i>Features of application of technologies of management of projects with use of the situational approach (on an example of high school)</i>	242
--	-----

ИННОВАТИВНОСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЦИКЛ

В условиях глобального экономического кризиса сегодня вновь очень актуален ответ на вопрос – что порождает экономический кризис, а с ним и весь экономический цикл. Цикличность экономического развития наблюдалась во все времена и была характерна для разных субъектов хозяйствования. Мы рассмотрим природу экономического цикла применительно и к отдельной компании и к экономике всего народного хозяйства. С нашей точки зрения, в основе экономического цикла, как на микро-, так и на макроуровне, лежит характер менеджмента (управления).

Как нам представляется, на схожие послышки опирался И. Адизес, рассматривая жизненный цикл корпорации. Согласно его теории большинство фирм проходит ряд фаз существования: от бурного роста до упадка и исчезновения. Приведем эти фазы в сокращенном варианте (табл. 1).

Из дальнейших рассуждений автора несложно сделать вывод, что закат и смерть компании связываются с качеством менеджмента, вырождением управленческих кадров. Вот как И. Адизес характеризует качество менеджмента в растущих и стареющих (деградирующих) организациях [1, с. 119], см. табл. 2.

Из табл. 2 можно сделать следующий вывод. Рост компании приводит к росту ее доходов, а соответственно и к росту благосостояния ее руководителей и сотрудников, и это разительно меняет характер поведения работников и, прежде всего, характер управления компанией. Из данных таблицы видно, что уменьшается принятие риска, а следовательно, уменьшается инновативность работников и фирмы. С демократического

стиля управления осуществляется переход на авторитарный стиль. Для работников главным становится не реализация миссии компании по удовлетворению потребностей, существующих на рынке, а зарабатывание денег (неважно каким способом). Напрашивается вывод: в условиях когда фирма слаба и каждый день стоит вопрос о ее существовании (следовательно, о материальном благополучии каждого ее работника) менеджмент, да и каждый работник, демонстрирует один тип поведения. В условиях материального благополучия, соответственно и ослабления угроз, демонстрируется другой тип поведения.

Именно поэтому стареющие организации, обладая большими финансовыми и материальными ресурсами, развиваются по нисходящей

Таблица 1

Этапы жизненного цикла корпорации [1, с. 144]

Этап жизненного цикла компании	Детерминистская цель управления
Младенчество	Сбыт, измеряемый величиной рыночной доли
Юность	Сбыт в денежном выражении
Расцвет	Прибыль
Закат	Сохранение статуса-кво
Аристократизм	Доход на инвестиции
Ранний бюрократизм	Собственное выживание
Бюрократизм	Политическая власть
Смерть компании	Банкротство компании

Таблица 2

Качество менеджмента в растущих и стареющих компаниях

Растущие организации	Стареющие организации
1. Организация испытывает недостаток денежных средств	1. Организация обладает большими денежными средствами
2. Успех обеспечивается принятием риска	2. Успех обеспечивается умением избегать риска
3. Организация отдает предпочтение функции, а не форме	3. Организация отдает предпочтение форме, а не функции
4. Работники вознаграждаются в зависимости от их вклада в положительный результат, а не их личных характеристик	4. Работники вознаграждаются в зависимости от их личных характеристик, а не от их вклада в положительный результат
5. Разрешено все, что не запрещено	5. Запрещено все, что не разрешено
6. Проблемы рассматриваются как возможности	6. Возможности рассматриваются как проблемы
7. Политической властью обладают отделы маркетинга и сбыта	7. Политической властью обладают отделы финансов, юридический, бухгалтерия
8. Организация ориентирована на сбыт (покупателя)	8. Организация ориентирована на прибыль
9. Организация существует ради создания ценности	9. Организация существует ради самой себя и приносимого дохода
10. Тон задает линейный персонал	10. Тон задает административный персонал

траектории. Потери в качестве управления (которое неизбежно сказывается и на остальном персонале – качестве его работы) ничем уже нельзя компенсировать. Можно сделать прагматичный вывод: диагностику банкротства фирмы нужно осуществлять не столько по финансовым показателям, сколько по характеру менеджмента и качеству кадров. Данная модель также подтверждает, что в основе большинства экономических циклов лежат изменения в качестве кадров (прежде всего в характере поведения управленческих кадров).

Мы предлагаем свою модель экономического цикла, основанную на человеческом факторе. Эта модель базируется на результатах современной психологической науки, некоторых положениях теории Л. Гумилева, на собственной теории информационного детерминизма изложенной в статье «Информационный детерминизм в экономике» [8]. Описываемая далее модель более всего подходит к 50–60-летнему экономическому циклу, но ее базовые принципы, на

наш взгляд, можно рассматривать как достаточно универсальные.

Из психологии для своей теории возьмем следующее: люди делятся на четыре психологических типа – холерики, сангвиники, меланхолики, флегматики. Для холерика характерен высочайший творческий потенциал, а главной жизненной ценностью являются собственные идеи. Сангвиники обладают прекрасными организаторскими способностями, а основной ценностью для них является власть над себе подобными. Флегматики обладают колоссальной работоспособностью, результат их труда является их ценностью. Меланхолики нацелены на общение; бесконфликтные отношения и общение составляют основное содержание их жизни. В табл. 3 приведены очень похожие признаки явления пассионарности по Л. Гумилеву и признаки двух психотипов человека (холерики и сангвиники) [4, с. 269; 2, с. 163].

Как и в теории Л. Гумилева, в нашей модели в основании фазы роста (бурного развития)



Таблица 3

**Признаки явления пассионарности по Л. Гумилеву и признаки двух психотипов человека
(холерика и сангвиника)**

Определение пассионарности по Л. Гумилеву	Характеристика психологических особенностей	
	холерика	сангвиника
Наличие у некоторых индивидов необоримого внутреннего стремления к целенаправленной деятельности, всегда связанной с изменением окружения, общественного или природного, причем достижение цели представляется ему ценнее даже собственной жизни	Для холерика характерны: жажда изменений, креативность, жажда знаний и великолепная интуиция, одержимость своими идеями, устремленность в будущее, философия бунтаря, непрактичность	Для сангвиника характерны: наличие лидерских качеств, стремление к власти и честолюбие, склонность к риску, неукротимая энергия, высокая работоспособность, практичность

лежат способности особого слоя людей к разработке и внедрению в общественную практику новшеств. Но для объяснения появления этой фазы нам не требуется космического излучения (согласно теории Л. Гумилева слой пассионариев-инноваторов порождается неизвестным космическим излучением). Модель применительна, в основном, к современному этапу развития экономики, но принципы, положенные в ее основу, существовали и ранее.

Фаза кризиса. В момент крайнего экономического неблагополучия (вызванного природными силами или социальными катаклизмами), когда речь идет об угрозе существования значительных масс людей, на руководящие роли выдвигается кластер способных работать ради большого положительного результата для всех. Собственное материальное вознаграждение их интересует во вторую очередь (часто они готовы довольствоваться лишь самым необходимым). Основным стимулом для них является возможность практической реализации собственных идей. Эти люди объективно существуют в обществе, но в периоды материального благополучия запрос на их знания, идеи и способности минимален или его вообще нет. Когда материальный достаток обеспечен, их идеи кажутся слишком рискованными, нереализуемыми, сумасшедшими, ненужными. Лишь серьезные угрозы, несрабатывание традиционных инструментов заставляют прислушаться к их идеям и доверить им

руководство по выходу из кризиса. Назовем таких людей пассионариями-инноваторами. Основные их признаки – большой творческий, креативный потенциал, склонность к риску, высокая работоспособность (энергетический потенциал), умение убеждать в своей правоте других. По психологическому складу это чаще всего холерика, но и определенная часть сангвиников может быть отнесена к пассионариям-инноваторам.

Вспомним феномен отношений первобытно-общинного строя. Для данного периода характерно примерно равное распределение продуктов совместного труда. Отсутствовал фактически прибавочный продукт. Отнять необходимый продукт у соплеменника означало обречь его на смерть, но смерть любого члена коллектива снижала способность к выживанию всей общины, а значит и каждого его участника. В силу жесткой дисциплины голода на руководящие роли выдвигались люди не только выносливые и сильные, но и знающие, обладающие навыками, важными для выживания общины. Каждый член общины вынужден был добросовестно трудиться, так как от этого зависела и его жизнь. Можно сделать вывод, что такой характер поведения свойственен любым ситуациям, когда перед коллективом стоит серьезная угроза.

В моменты масштабных экономико-политических кризисов формируется несколько разно-

профильных кластеров пассионариев-инноваторов. Скорее всего, первым создается научно-технический кластер. Людям, занятым в этой сфере, в первую очередь свойственен новаторский дух. Изобретения, от которых долго отмахивались, наконец, пускаются в дело. Выделяются ресурсы на разработку сопутствующих изобретений. Второй кластер формируется в бизнесе (экономические отношения). Ряд руководителей производства, финансов внедряют новую систему экономических отношений, более соответствующую новым технологиям и товарам. Третьим формируется административно-управленческий кластер. К руководству всем обществом приходят люди, которые принимают новые законы, начинают по-новому управлять общественными структурами (противоречие между уровнем развития производительных сил и общественными отношениями окончательно преодолевается). Четвертый кластер – кластер людей культуры отображает перемены в произведениях литературы, искусства. Очередность формирования кластеров людей не носит обязательного характера. Иногда революция начинается сверху, с административно-управленческого кластера. Бывает, что прогностический сценарий будущих изменений описывается в произведениях литературы.

Доступ к управляющим функциям для этих людей становится возможным исключительно благодаря тому, что управление в момент кризиса связано с колоссальными рисками, требует огромных трудозатрат и не приносит быстрой прямой выгоды. Остальные категории людей (более прагматичных) как бы уступают руководящие роли пассионариям-инноваторам, надеясь, что те примут необходимые непопулярные решения и всю ответственность за них возьмут на себя. Необходимо оговориться, что в период кризисов наверх «выплывают» и лица с низким конструктивным потенциалом, но обладающие активностью (энергетикой).

Фаза роста. Пассионарии-инноваторы начинают реальные преобразования в технике, бизнесе, управлении обществом. Этот период характеризуется огромным напряжением сил со стороны инноваторов и активной помощью со

стороны пассивных слоев населения, которая связана со следующими обстоятельствами. Прежде всего, это страх последствий кризиса и желание их преодолеть. Во-вторых, это естественное желание жить лучше и наличие первых положительных результатов новаторской деятельности. В-третьих, яркий пример поведения инноваторов, которые в момент фазы роста вкладывают огромные усилия, получая вознаграждение, сопоставимое с остальными. Значительные усилия в данный период тратятся и на сопротивление изменениям со стороны тех, кому они объективно невыгодны. Очевидными результатами фазы роста являются преодоление последствий кризиса, бурное экономическое развитие, основанное на применении новых технологий, управленческих инноваций. Негативным последствием фазы роста является физический износ кластера инноваторов. Бурная деятельность подтачивает их здоровье, что сказывается на эффективности их деятельности. Чрезмерная активность может вести и к гибели. Наступает и моральный износ инноваторов. Идеи инноваторов внедрены, начинается более рутинный этап, мало интересный для людей данного типа (им становится скучно, эффективность их на новом этапе снижается). Наконец, экономический рост делает руководящие должности привлекательными для людей совершенно иного типа.

Инерционная фаза. Начало инерционной фазы знаменуется массовым отстранением инноваторов от руководящих постов во всех кластерах. Принципиальные изменения проведены. Большую отдачу начинает давать просто грамотная организация процессов. Это более эффективно получается у лиц прагматичного склада. На смену холерикам приходят сангвиники. Они отдают должное сделанному холериками (чаще всего тем, которых уже нет), но критерии управленческих решений начинают меняться. Жизненные ценности сангвиников – это личная власть и материальное благополучие. Холерики сопротивляются слабо: они от рутинных процессов управления уходят в творческие области (наука, преподавание и пр.). Если сопротивление есть, их силой уни-



рают от руководства (обосновать отстранение всегда можно низкой эффективностью в рутинной управленческой деятельности). Новый управленческий корпус достаточно долго управляет эффективно. За ним стоит напряженная работа на фазе роста и объективные способности к управлению. Естественно идет инновационный процесс, но это уже не прорывные, рискованные инновации, а улучшающие. У новых управленцев уже другой уровень инновативности и приятия риска. Императив данной фазы «много даю, но и много беру». Новый перелом намечается, когда и эти управленцы начинают отходить от дел.

Фаза упадка. Управлять начинают люди, чьим лозунгом является «поменьше дать и побольше взять». Частично это старые управленцы, но с изменившимся стереотипом поведения (вследствие усталости от пассионарного поведения). Массово к управлению (собственности) начинают приходить люди, не обладающие не только пассионарностью, но и элементарными способностями и навыками управления. Это происходит часто в силу прав наследования (для собственности). Попытки исправить ситуацию с помощью квалифицированных наемных менеджеров радикально ситуацию исправить не могут. Наемное менеджерство несет на себе все издержки информационной асимметрии между собственником и реальным управляющим (агентская проблема). Наемный управляющий начинает воровать. Управленец, занимающий «хлебный» руководящий пост в государстве, начинает подбирать себе заместителей с невысокими способностями из опасения конкуренции или пристраивает на работу бездарных родственников. Заместители вынуждены искать себе в заместители еще более неквалифицированных. Выстраивается пирамида некомпетентности. Население начинает в основной массе копировать стереотип поведения руководства. Этой болезни в разной степени подвержены все ведущие кластеры – наука, бизнес, государственное управление. Некомпетентность и хищения начинают править бал везде, ресурсы направляться не туда, где нужно (с точки зрения фирмы, общества), а туда,

где они дадут наибольшую текущую отдачу персонально для тех, кто управляет. Расцветают спекулятивные инновации. В итоге принимаются роковые решения, в результате которых резко ухудшаются материальные условия значительного количества людей. Вариантами таких решений на уровне государства могут быть:

- резкое повышение налогов для населения в условиях неурожайного года;
- начало неудачной войны с соседями;
- недостаточное производство материальных средств для удовлетворения хотя бы минимальных потребностей и невозможность их приобретения на стороне;
- перепроизводство одних товаров и недопроизводство других (неиспользование средств государственного регулирования для исключения диспропорций в экономике).

На уровне фирмы (другого субъекта хозяйствования) к роковым решениям можно отнести:

- выпуск товаров, не пользующихся спросом;
- невнедрение технологий, позволяющих снизить себестоимость и обеспечить приемлемую для потребителя цену, и т. п. В итоге фирма становится банкротом.

Наступает новый кризис. Опять требуются пассионарии-инноваторы. В обобщенном виде фазы кризиса даны в табл. 4.

В табл. 5 более подробно рассмотрены изменения в системе власти и характере управления на различных этапах цикла.

Конечно, в некоторых случаях пассионарный рост начинался на фоне относительно благоприятной экономической обстановки. Однако при этом пассионарий-инноватор должен оказаться на вершине управленческой пирамиды в силу естественных причин (рождение наследником в семье правителя). Дополнительное условие: в экономике должна сложиться ситуация, требующая перемен. Примером такого цикла являются реформы Петра I в России. С приходом к власти Петра I в стране не было ярко выраженной кризисной ситуации, но она была близка к тому. Собрав кластер единомышленников, царь осуществил объективно необходимые реформы, обеспечив экономический рост.

Таблица 4

Фаза экономического цикла, основанного на изменении стереотипов поведения и управления

Фаза цикла	Характеристика экономического положения	Доминирующий человеческий кластер в управлении	Императив
Исходный кризис	Экономическое положение, угрожающее жизни очень многих людей (либо резкое ухудшение жизненного уровня)	Паника и растерянность в рядах бывших управленцев. Формирование кластеров пассионариев	Бывшие руководители: занятие управляющего поста не только не выгодно, но и опасно для жизни. Будущие руководители: готовы предложить решения, которые выведут из кризиса. Подчиненные: готовы подчиниться тому, кто выведет из кризиса
Рост	Рост экономики на базе инноваций, предложенных кластером пассионариев-инноваторов	На ведущих руководящих постах пассионарии (холерики, сангвиники). Остальные группы населения в основном поддерживают пассионариев и упорно трудятся	Руководители: готовы отдавать много, а брать самое необходимое (основная награда – возможность реализовать свои идеи). Подчиненные: готовы упорно работать ради лучшего будущего, довольствуясь сейчас необходимым
Инерционная фаза	Стабилизация экономики на достаточно высоком уровне. Малые волны на базе улучшающих инноваций	Уход пассионариев от управления. Приход управленцев прагматиков (сангвиников). Хорошие управленческие навыки, но стимул – власть и доходы. Подчиненные добросовестно трудятся ибо их доходы растут	Руководители: много даем, но еще больше хотим получить. Подчиненные: наши доходы возросли, согласны, чтобы вы получали много больше
Упадок	Стагнация экономики, переходящая в упадок. Ресурсы направляются не туда, где они объективно нужны, а туда, где они дают материальную, «финансовую» отдачу лично для управляющих	Приход к собственности, к управлению «тупых и жадных». Подчиненные, видя бездарность и неумеренное потребление руководства, сами начинают ничего не делать и воровать	Руководители: как можно меньше дать и больше взять. Подчиненные: также хотим получать ничего не делая («хлеба и зрелищ»)
Новый кризис	Приняты управленческие решения, приведшие к обвалу экономики. Экономическое положение, угрожающее жизни очень многих людей (либо резкое ухудшение жизненного уровня), как следствие бездарного управления	(См. начало)	(См. начало)



Таблица 5

Изменение характера управления общественным производством на разных фазах экономического цикла

Фаза цикла	Характер власти и стиль управления
Исходный кризис	Ситуация, близкая к безвластию и неповиновению
Пассионарный рост	Власть экономически не привлекательна из-за больших рисков и малых доходов объекта управления. Цель власти – обеспечить выход из кризиса и рост доходов. Характер власти: экспертная власть (подчинения, потому что управляющий знает и умеет больше чем управляемый); эталонная, харизматическая, власть (управляющий нравится управляемому как личность). Стиль управления – демократический (базовый) и авторитарный в критических ситуациях
Инерционная фаза	Власть экономически привлекательна вследствие экономического роста и увеличения доходов. Цель власти: решение текущих задач и рост доходов управляющих. Характер власти: власть, основанная на поощрении и наказании, остаточная эталонная власть. Стиль управления: авторитарный (преимущественно)
Упадок	Власть экономически привлекательна за счет ранее накопленного потенциала. Цель власти – обеспечение доходов управляющих (как приоритет), а цели организации – постольку поскольку. Характер власти – традиционная (управляемый подчиняется потому, что управляющий формально стоит на более высокой иерархической ступени), дополненная властью на основе поощрений и наказаний. Стиль управления – авторитарно-попустительский
Новый кризис	Ситуация, близкая к безвластию и неповиновению

Применительно к наблюдаемому периоду развития мировой экономики можно говорить о принципе сокращающейся длины волны экономического цикла (принцип волны, набегающей на берег). Сокращающаяся волна экономических циклов представлена здесь рисунком. В прошлом цикл длился очень долго из-за неразвитости производительных сил. Сейчас волна имеет достаточно непродолжительный срок по причине высокого уровня развития производительных сил и ускоренного научно-



Сокращающаяся длина волны экономического цикла

технического прогресса. Высокий уровень производительных сил позволяет гораздо быстрее выходить из кризиса и достигать материального благополучия, при котором начинается деградация качества рабочей силы управленцев (изменение стиля управления) и рабочей силы исполнителей.

Основное противоречие отношений частной собственности – возможность управления объектами собственности со стороны неквалифицированных управленцев. Поскольку данная проблема всегда объективно существовала, с ней пытались бороться.

Рассмотрим основные существующие инструменты по преодолению некомпетентного менеджмента (управления на разных уровнях).

Банкротство и дефолт – эти процедуры носят достаточно формальный характер. Кризис случился. Необходимо передать управление собственностью более эффективному управ-

ляющему, менеджеру, собственнику. Распродажа имущества не гарантирует, что оно опять не попадет в распоряжение неэффективного управленца.

Наемный менеджмент. Дает кратковременный положительный эффект. Из-за информационной асимметрии (агентской проблемы) начинается воровство со стороны наемного управляющего. Очень быстро у наемного менеджмента появляется желание получить полный контроль над управляемым имуществом (искусственное банкротство и т. п.).

Продажа бизнеса в собственность более эффективного управленца до наступления критических последствий – внешне привлекательный инструмент. Но на практике редкий неэффективный собственник способен признать себе, что он неэффективен. Решение о продаже принимается обычно тогда, когда негативные явления приобрели необратимый, фатальный характер. Желających приобрести такой бизнес до процедуры банкротства мало. Опять же нет гарантии, что после продажи собственность попадет в эффективное управление.

Поглощение неэффективного бизнеса более эффективным. Инструмент сам по себе достаточно хорош, но его применение носит случайный характер. К тому же это ведет к монополизации и последующему застою.

Национализация бизнеса. Мера, принимаемая обычно, когда кризис фактически случился. Полезно тем, что на какой-то период позволяет отсрочить крайне негативные последствия для значительной массы людей. Но при продолжительном нахождении бизнеса в руках государственных чиновников дает отрицательный результат. Чиновник как управляющий еще менее эффективен на «продолжительной дистанции», чем индивидуальный собственник.

Тотальное огосударствление (монополизация экономики). Может принести кратковременный положительный эффект при создании глобальной государственной инфраструктуры (каналы, дороги, объекты энергетики и т. п.). При продолжительном применении ведет к «застою и загниванию», как любая монополия (отсутствие стимулов к труду, неоперативность управ-

ления, казнокрадство чиновников и т. д.). Доказано примерами форм собственности – азиатской в Древнем Китае, Империи инков, социалистической СССР и стран соцлагеря, национал-социалистической Германии времен третьего рейха, Италии Б. Муссолини и др.

Социальные революции (смена общественно-экономической формации). Формальная форма разрешения кризиса. Кризис наступил. В результате конфликта и кровопролития (большого или маленького) к управлению государством и собственностью приходят более эффективные управленцы, но часто не с первого раза. В условиях наличия в ряде стран оружия массового поражения, взаимосвязанности всех экономик становится смертельно опасной для мировой цивилизации формой разрешения конфликта.

Процедура выборов на уровне основного субъекта хозяйствования и государственных органов. Имеет очень важное значение. Позволяет без столкновений и кровопролития передавать управление от менее эффективного управляющего к более эффективному. Но из-за информационной асимметрии между выбираемыми и выбирающими процедура часто носит мало объективный характер. Наличие современных информационных технологий позволяет значительный период времени манипулировать общественным мнением. Преимущество получает при выборах тот, кто имеет в распоряжении большие материальные средства или доступ к механизмам власти (административный ресурс). Выборы являются достаточно эффективным инструментом только тогда, когда кризис уже наступил. Выбирающие, по крайней мере, четко понимают, каких управляющих они больше не хотят. Однако среди альтернативных вариантов управляющих может победить не более эффективный, а тот, кто предложит более популистскую программу. В условиях относительного материального благополучия выборы – не очень эффективный инструмент.

Война. Средством создания искусственного кризиса является начало военных действий. К этому сильно действующему «лекарственно-



му средству» в истории прибегали многие правители. Обстановка искусственного кризиса позволяет поднять пассионарность населения, избавиться от кадрового балласта в системе управления и, напротив, выдвинуть наиболее талантливых людей к руководству. В случае победы повышался энтузиазм населения. Однако часто подобная мера вела к результату, обратному для субъекта управления, начавшего войну. Ведение войны устаревшими способами приводило к кризису, сметающему правящую верхушку. Правители, обладающие преимущественно военными талантами, обрекали своих подданных на череду войн, которые не приносили никакой экономической выгоды ни лично правителю, ни его народу (А. Македонский, Наполеон и т. п.). В современных условиях – смертельно опасный инструмент для стран, обладающих ядерным оружием.

Как видим, радикального средства борьбы с неквалифицированным менеджментом (управлением) не существует.

Сформулируем кратко основные принципы и элементы предложенной нами модели экономических циклов.

1. Под действием биолого-социальных законов в человеческом обществе постоянно присутствует слой людей, предрасположенных более остальных к совершенствованию общественной практики (пассионарии-инноваторы).

2. Для основной массы людей характерны два типа поведения. В условиях экономического неблагополучия, сопряженного с угрозой существованию, человеческие сообщества различной численности привлекают к процессам управления наиболее знающих, компетентных членов сообщества. Обеспечивается распределение созданного продукта пропорционально вкладу в созданный продукт. Напротив, в условиях экономического благополучия (накоплен запас материальных и прочих благ) к рычагам управления допускаются малокомпетентные члены общества, преследующие свои узкоэгоистические цели. Процесс распределения неадекватен реальному вкладу в благосостояние общества, из-за чего начинаются дис-

пропорции в реальном производстве и другие проблемы.

3. В условиях кризисных ситуаций к рычагам управления выдвигается кластер пассионариев-инноваторов. Их активная деятельность по разработке и внедрению инноваций способствует бурному экономическому росту в конкретном человеческом сообществе. Достигнутое в результате экономическое благополучие создает условия для экономического эгоизма отдельных членов общества. Экономический эгоизм ведет к снижению эффективности общественного производства, а впоследствии – к новому кризису.

4. Продолжительность экономического цикла зависит от степени развитости материально-технической базы конкретного человеческого сообщества. Чем выше научно-технический и материально-технический уровень развития человеческого сообщества, тем быстрее достигается экономическое благополучие, ведущее к новому кризису. Историческая тенденция состоит в сокращении сроков циклов по мере ускорения научно-технического прогресса. Смена общественно-экономических формаций в прошлом – это разновидность длинных экономических волн в экономике. Выведенная закономерность характерна для человеческих сообществ с любым типом общественно-экономических отношений, а не только для сообществ с рыночными отношениями.

5. Современная денежная форма оценки и распределения результата экономической деятельности создает особенно благоприятные условия для проявлений экономического эгоизма.

6. Глобализация, взаимозависимость экономик ведущих стран привели к тому, что экономический эгоизм и кризис в одной стране автоматически ведут к кризису в других странах.

7. Цикличность развития экономики будет присуща и будущим экономическим системам в силу сохранения самой природы поведения человека, хотя характер цикла будет меняться по мере развития материально-технической базы и общественно-экономических отношений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адизес, И. Управление жизненным циклом корпорации [Текст] / И. Адизес. – СПб.: Питер, 2007. – 384 с.
2. Алексеев, А.А. Психометрия для менеджеров [Текст] / А.А. Алексеев, Л.А. Громова. – М.: Наука, 1991. – 164 с.
3. Базелер, У. Основы экономической теории [Текст] / У. Базелер, З. Сабов, Й. Хайнрих, В. Кох. – СПб.: Питер, 2000. – 800 с.
4. Гумилев, Л.Н. Этногенез и биосфера земли [Текст] / Л.Н. Гумилев. – М., 2008. – 560 с.
5. Кондратьев, Н.Д. Избранные сочинения [Текст] / Н.Д. Кондратьев. – М., 1993. – 185 с.
6. Кузьменко, В.П. Исследование динамики социально-экономических циклов [Электронный ресурс] / В.П. Кузьменко. – Режим доступа: 1999www.niurr.gov.ua/ru/publication/social/kuzm_cykly_ru.htm
7. Меньшиков, С.М. Длинные волны в экономике. Когда общество меняет кожу [Текст] / С.М. Меньшиков, Л.А. Клименко. – М., 1989. – 324 с.
8. Молчанов, Н.Н. Информационный детерминизм в экономике [Текст] / Н.Н. Молчанов // Вестник СПбГУ (экономика). – 2004. – № 4. – С. 35–48.
9. Современные буржуазные теории и модели цикла: критический анализ [Текст] / под ред. С.П. Аукуционеса. – М.: Наука, 1984. – 401 с.
10. Шумпетер, Й. Теория экономического развития [Текст] / Й. Шумпетер. – М., 1982. – 202 с.

УДК 336.225

Э.А. Козловская, Д.С. Демиденко, Е.И. Партылова

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ АНТИКРИЗИСНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

Сложившаяся в России за годы рыночных реформ бюджетно-налоговая политика далеко не совершенна. Яркое подтверждение тому – несоответствие между стремительным нарастанием бюджетного профицита в 2000–2008 гг. и Стабилизационного фонда, быстрым сокращением государственного внешнего долга, с одной стороны, и невысокой динамикой основных макроэкономических показателей, которые характеризуют состояние реального сектора экономики, с другой. Низкий рост промышленности и сельского хозяйства даже в обстановке благоприятной мировой конъюнктуры, сохранение в этих жизнеобеспечивающих сферах острых инвестиционных проблем свидетельствуют о сохранении противоречий во взаимодействии реального и финансового секторов национальной экономики.

Для преодоления экономического кризиса в России разработаны и реализованы антикризисные меры, отражающие два типа финан-

совой политики – политику, ориентированную на спрос, предусматривающую увеличение потребления импортозамещаемой продукции, и политику, ориентированную на предложение, предусматривающую рост инвестиционных ресурсов. Данные меры предполагают использование разнообразных по своему содержанию и направлению инструментов воздействия государства на экономику. Были разработаны три антикризисные программы. Антикризисная программа на 2008 г. подготовлена в срочном порядке для решения неотложных проблем обеспечения стабильности финансовой системы и недопущения ее полного развала. В связи с осознанием длительности кризиса и его системного характера разработаны также антикризисные программы на 2009 и 2010 гг.

Эти меры рассматривались как переход от поддержания финансовой системы, смягчения последствий кризиса и обеспечения компенса-



ции для наиболее уязвимых секторов, регионов и социальных групп – к мерам, ориентированным на преодоление кризиса и достижение экономического роста, создающим стимулы к выходу на новые рынки, расширению производства и созданию новых рабочих мест.

Среди приоритетов данных антикризисных программ присутствуют те, которые имеют стратегическую направленность, например меры, касающиеся инновационного развития и повышения конкурентоспособности российской экономики. Но все же антикризисные меры в первую очередь необходимо расценивать как действия по преодолению рецессии.

Если рассматривать антикризисные программы в целом, то они направлены прежде всего на выполнение социальных обязательств перед гражданами: усиление социальной защиты населения, повышение объемов и качества оказания социальных и медицинских услуг, в том числе лекарственного обеспечения, особенно жизненно важными препаратами. Особое внимание уделяется сохранению трудового потенциала. Расширяются масштабы деятельности государства в сфере занятости, в частности принимаются меры по противодействию росту безработицы, развитию программ переобучения и переподготовки работников, находящихся под риском увольнения. Важное значение в сфере социальной политики имеют индексация пенсий и социальных выплат, а также валоризация пенсий.

Указанные меры направлены не только на сохранение социальной стабильности, в первую очередь они способствуют поддержанию платежеспособного спроса.

С другой стороны, снижая налоговую нагрузку на предприятия, государство проводит стимулирующую бюджетно-налоговую политику. Эта политика предполагает в краткосрочной перспективе преодоление спада в экономике, а в долгосрочной – расширение предложения факторов производства.

Таким образом, фискальная политика, проводимая в рамках антикризисных программ Правительства Российской Федерации, является одним из видов дискреционной фискальной по-

литики, именуемой фискальной экспансией. Целевая направленность этой политики представлена на рис. 1.

В ходе анализа эффективности антикризисных мер необходимо рассмотреть их влияние на преодоление рецессии и восстановление роста экономики.

Как уже отмечалось выше, большая часть мер направлена на выполнение социальных обязательств государства и поддержание платежеспособного спроса. Все эти меры хороши с точки зрения социальной политики, но существует временной лаг, который приводит к отсрочке прогнозируемых результатов. В долгосрочной перспективе значимыми становятся адресная ориентация социальной помощи, услуг и льгот, а также повышение качества предоставляемых услуг.

Особая мера антикризисной программы в сфере социальной политики – индексация пенсий и социальных выплат. Конечно, эта мера очень важна для бенефициаров данных выплат, но в условиях снижения производства и инвестиционной активности она может привести к росту инфляции. Результат антикризисных мер представлен на рис. 2.

Сделанный вывод подтверждается тем, что предпринятое в 2008 г. повышение пенсий и социальных выплат на 15,6 % было практически обесценено инфляцией, которая в 2008 г. составила 13,3 %. В 2009 г. инфляция составила 8,8 %, а размер трудовых пенсий увеличился на 8,7 % сверх роста цен. В 2010 г. помимо валоризации пенсий с 1 апреля были увеличены на 6,3 % трудовые пенсии и на 12 % пенсии по государственному пенсионному обеспечению. А с 1 июля 2010 г. проведена еще одна индексация – на 3,9 %. Можно предположить, что повышение пенсий и социальных выплат до настоящего времени существенно не влияло на уровень инфляции по той причине, что эти надбавки не столь значительны. Например, за счет валоризации средняя сумма прибавки составила 1090 р. для тех, кто получает трудовую пенсию, а для участников Великой Отечественной войны – 1855 р. Однако поскольку Пенсионный фонд не обеспечивает весь объем выплат, на эти цели средства добавляются из бюджета. Таким образом, расходы

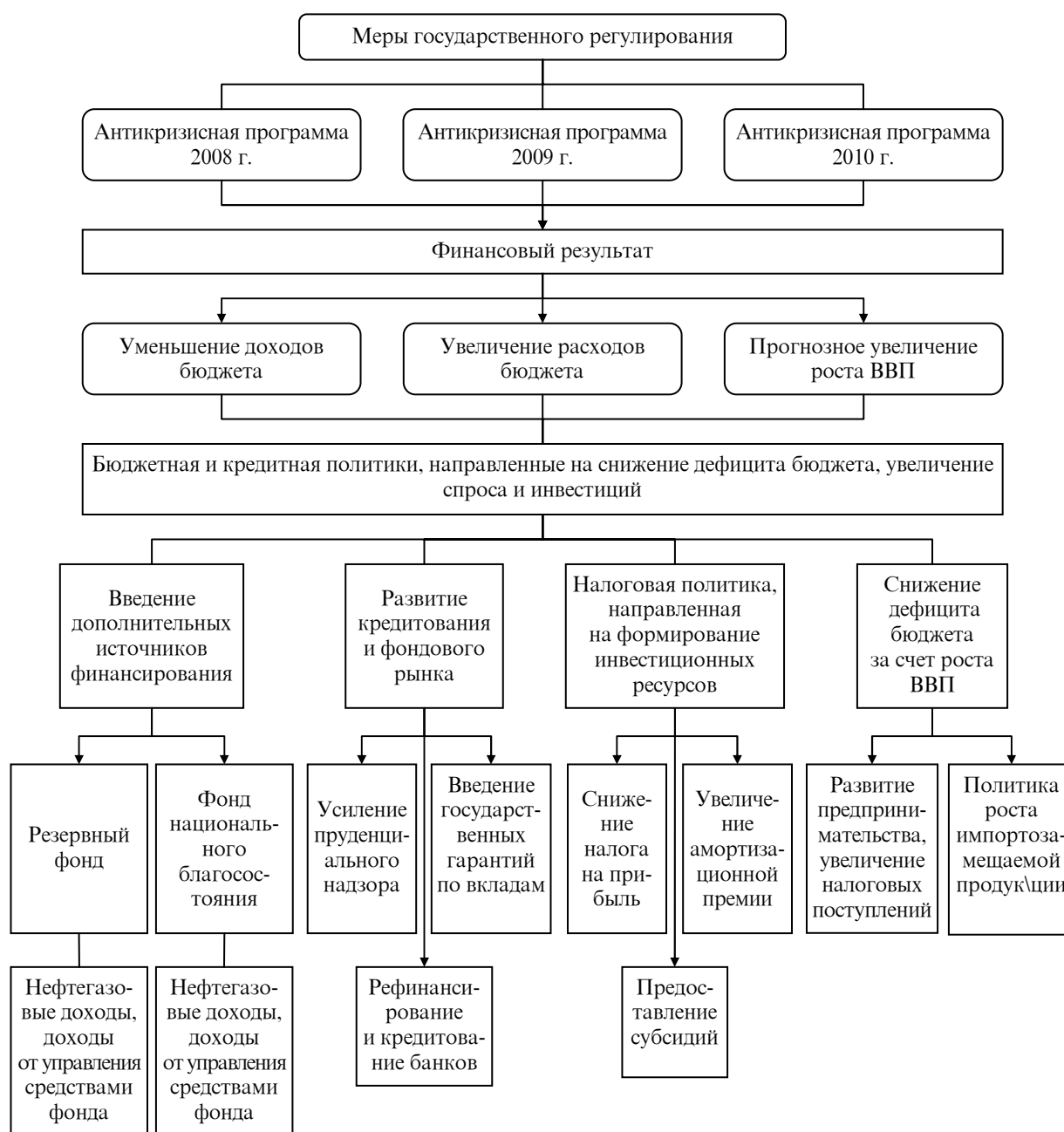


Рис. 1. Целевая направленность антикризисных мер Правительства России

бюджета увеличиваются, что приводит к росту его дефицита. Из этого следует, что все последующие повышения пенсий и социальных выплат должны уравниваться ростом производства, увеличением производительности труда, антимонопольным регулированием и снижением издержек производства.

В конце 2008 г. правительство приняло решение стимулировать экономику в период кризиса введением ряда налоговых льгот. В беспрецедентно короткие сроки российский парламент рассмотрел и принял Федеральный закон № 224-ФЗ от 26.11.2008 г. «О внесении изменений в часть первую, часть вторую Налогового кодекса РФ

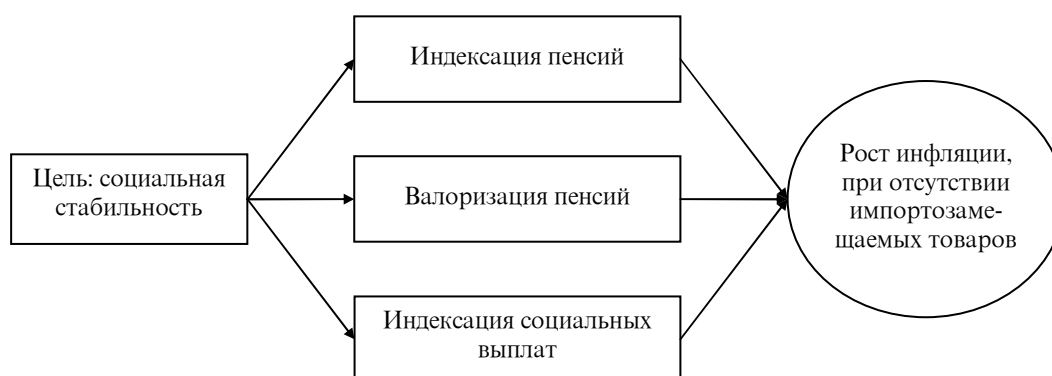


Рис. 2. Результат антикризисных мер в рамках социальной политики

и отдельные законодательные акты РФ», который позволил радикально снизить налоговую нагрузку на предприятия. В первую очередь изменения касались налога на прибыль (снижение на 4 %) и НДС. А уже с 1 января 2009 г. стали осуществляться и другие антикризисные изменения в налоговой политике, в частности:

- переход на уплату налога по фактически полученной прибыли;
- введение амортизационной премии в размере 30 % для вновь вводимых основных средств, относящихся к третьей – седьмой амортизационным группам;
- уплата НДС равными долями в течение трех месяцев, следующих за истекшим налоговым периодом;
- освобождение от НДС операций по ввозу технологического оборудования, аналоги которого не производятся в Российской Федерации.

Снижение налога на прибыль должно было позволить предприятиям сэкономить 400 млрд р., которые, как предполагалось, они должны использовать для инвестирования в производство и его расширения. Но в условиях кризиса у большинства предприятий резко снизилась прибыль, а многие понесли убытки. По данным Росстата, количество прибыльных организаций уменьшилось на 1,8 % по сравнению с 2008 г. и настолько же соответственно увеличилась доля убыточных предприятий. За январь – октябрь 2009 г. сальдированный финансовый результат деятельности предприятий составил 3228,3 млрд р., что на 29,2 % ниже показателя за соответствующий период 2008 г. [1].

На 1 ноября 2009 г. суммарная задолженность предприятий составила 32,3 трлн. р., что на 14,6 % выше уровня начала года и на 17,7 % выше уровня на 1 ноября 2008 г. Суммарная просроченная задолженность за январь – ноябрь 2009 г. увеличилась на 22,5 % по сравнению с показателями аналогичного периода 2008 г. и составила 1272,2 млрд р. [1].

Поступления от налога на прибыль организаций в федеральный бюджет в январе–ноябре 2009 г. составили 168 млрд р. По сравнению с январем – ноябрем 2008 г. поступления снизились в 4,2 раза, а доля от него в структуре поступлений в 2009 г. составила всего 6 %.

Таким образом, видно, что за счет снижения налога на прибыль организации не сэкономили 400 млрд р. и тем более не смогли их использовать для расширения своего производства. Эти средства, очевидно, были направлены на погашение просроченной кредиторской задолженности, которая возросла на 22,5 % по сравнению с уровнем 2008 г. Кроме того, дефицит бюджета составил в 2009 г. 4,9 % ВВП, а в январе – апреле 2010 г. – 3,4 %, тогда как в аналогичном периоде 2008 г. данный показатель был на уровне 3,1 % ВВП. Таким образом, произошло увеличение дефицита бюджета.

Амортизационная премия представляет собой достаточно эффективный инструмент повышения инвестиционной активности предприятий, но на этапе роста. В период кризиса данная мера имеет ограниченную эффективность из-за сокращения прибыли предприятий, а также удорожания импорта технологического

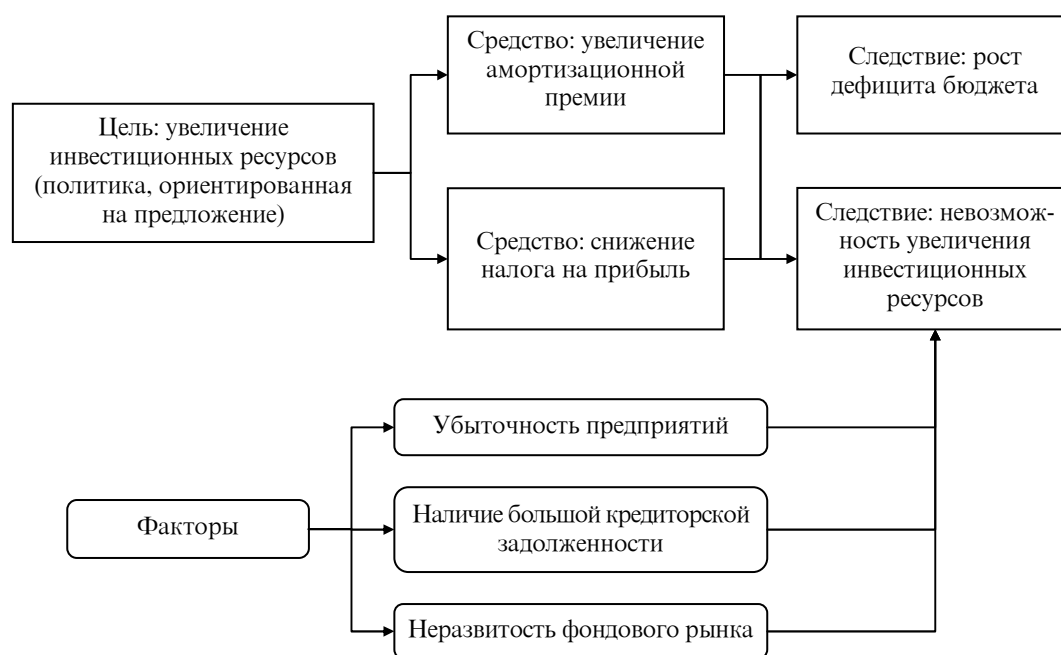


Рис. 3. Взаимосвязь основных факторов эффективности политики, ориентированной на предложение

оборудования за счет проводимой девальвации рубля, как это было в 2009 г.

Таким образом, несмотря на то что такие меры, как снижение налога на прибыль и увеличение амортизационной премии, обладают мотивационным потенциалом, в условиях экономического кризиса их стимулирующее воздействие на предприятия остается нереализованным.

Необходимо отметить, что главная проблема роста экономики по-прежнему – отсутствие или недостаток оборотных и инвестиционных средств предприятий. Кроме того, существенным фактором низкой эффективности проводимой политики является неразвитость и спад на фондовом рынке России.

Как известно, в 2008 г. были предприняты антикризисные меры в отношении банковской системы, в результате которых удалось преодолеть острую фазу кризиса банковского сектора. Правительство совместно с Банком России предприняло меры по рефинансированию банковской системы для того, чтобы финансовые средства доходили до конкретных предприятий. С целью расширения кредитования в 2008 г. бан-

ковскому сектору было выделено 950 млрд р. на пополнение своих капиталов. Но данные меры не привели к увеличению кредитования реального сектора экономики и не способствовали преодолению кризиса, поскольку основная часть денег использовалась банками для погашения задолженностей перед западными банками. В 2009 г. вливания в банковскую сферу составили 495 млрд р., в том числе 280 млрд р. – на капитализацию банков, 215 млрд р. – фондирование за счет Фонда национального благосостояния [2]. У российских банков возникли проблемы с привлечением зарубежных кредитов. Недостаток свободных средств в банковском секторе привел к снижению кредитования, что не могло не отразиться на промышленном производстве. С другой стороны, кризис вызвал увеличение безнадежных кредитов. Это обусловило ограничение кредитования в связи с потерей кредитных ресурсов и ростом кредитных рисков. Таким образом, предприятия помимо трудностей с собственными задолженностями и спадом производства столкнулись с проблемами при получении кредитов, что не позволило создать точек роста в экономике.

Сегодня все чаще можно услышать споры вокруг НДС. Высказываются предложения о снижении ставки налога на добавленную стоимость. Так, профессиональные объединения российского бизнеса (РСПП, «Деловая Россия» и «Опора») предложили установить единую среднюю ставку налога на добавленную стоимость на уровне 10 %. Пока Министерство финансов не одобряет это снижение. Уже подсчитано, что ставка в 12 % лишает бюджет 800 млрд р. дохода. В структуре поступлений в Федеральный бюджет в 2009 г. доля НДС равнялась 40 %, а в I квартале 2010 г. – 23,2 %, что составляет наибольшую часть всех бюджетных доходов (рис. 4). В этой связи снижение ставки НДС сегодня действительно облегчило бы налоговую нагрузку на бизнес.

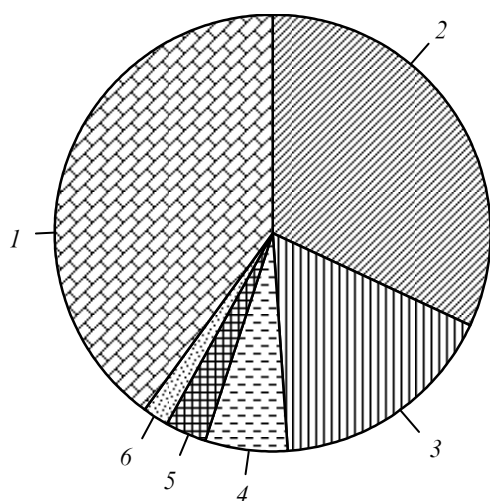


Рис. 4. Структура поступлений в федеральный бюджет по видам налогов за январь – ноябрь 2009 г. [1]

1 – НДС (40 %); 2 – НДПИ (32 %); 3 – ЕСН (17 %);
4 – налог на прибыль (6 %); 5 – акцизы (3 %);
6 – остальные налоги и сборы (2 %)

Например, значительное снижение НДС в пищевой промышленности приведет к тому, что продукты питания для конечных потребителей станут дешевле. Вследствие этого снизится продовольственная инфляция, и производить продукты питания внутри страны будет выгоднее.

Снижение НДС – целесообразная мера, которая с переходом с единого социального налога на систему страховых взносов, возросших в 2011 г. с 26 до 34 %, позволит компенсировать такое увеличение нагрузки на бизнес.

Важное условие повышения эффективности бюджетных расходов в программе антикризисных мер – обоснованность получения государственного финансирования (гарантий, субсидий на процентные ставки). При этом помимо социальной значимости банкротства предприятий необходимо учитывать их эффективность и потенциал конкурентоспособности на мировом или внутреннем рынке. Это позволяет избежать поддержки крупных, но неэффективных предприятий, которые даже в условиях благоприятной конъюнктуры и наличия возможностей не занимаются повышением своей конкурентоспособности, т. е. бесперспективны. Государственная поддержка целесообразна для более эффективных и жизнеспособных компаний. Особенно это важно в развитии регионов страны.

Антикризисные меры в рамках таможенной политики имеют весьма ограниченную эффективность. Это связано прежде всего с тем, что повышение ставок тарифа способно привести к росту цен на внутреннем рынке и, следовательно, вызвать снижение общего объема спроса. Чтобы нивелировать данный негативный эффект, требуется переключение потребителей на продукцию внутреннего производства.

Необходимое условие эффективности антикризисных мер – повышение уровня взаимозаменяемости импортных и отечественных товаров, которые в настоящее время не являются взаимозаменяемыми вследствие низкой конкурентоспособности последних или их отсутствия.

Для решения проблемы производства импортозамещаемой продукции необходима не только отмена НДС на ввозимое технологическое оборудование, аналогов которого в России нет, но и снижение пошлин на импортное сырье и оборудование, которые требуются для стимулирования и поддержания производства и не могут быть обеспечены российскими производителями.

Между тем дефицит бюджета растет. Использование средств Фонда национального благосостояния и Резервного фонда для покрытия дефицита бюджета и реализации антикризисных мер не может быть вечным. В 2009 г. Резервный фонд уменьшился на 60 %, а Фонд национального благосостояния – на 2 % ВВП. Только за апрель 2010 г. Резервный фонд Российской Федерации уменьшился на 23,4 % (с 1,553 до 1,189 трлн р.), а Фонд национального благосостояния (ФНБ) – на 1,1 % (с 2,630 до 2,602 трлн р.) [3].

Подводя итог, следует отметить, что принятые антикризисные меры в рамках фискальной политики на сегодняшний день не привели к значительному росту экономики, но имеют стабилизирующий эффект. Так, за январь – апрель 2010 г. ВВП увеличился по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года на 3,5 %, а индекс промышленного производства – на 6,9 %. Правда, данный рост обеспечивается в большей степени предприятиями, занятыми добычей полезных ископаемых. Но инвестиционный рост пока не наблюдается.

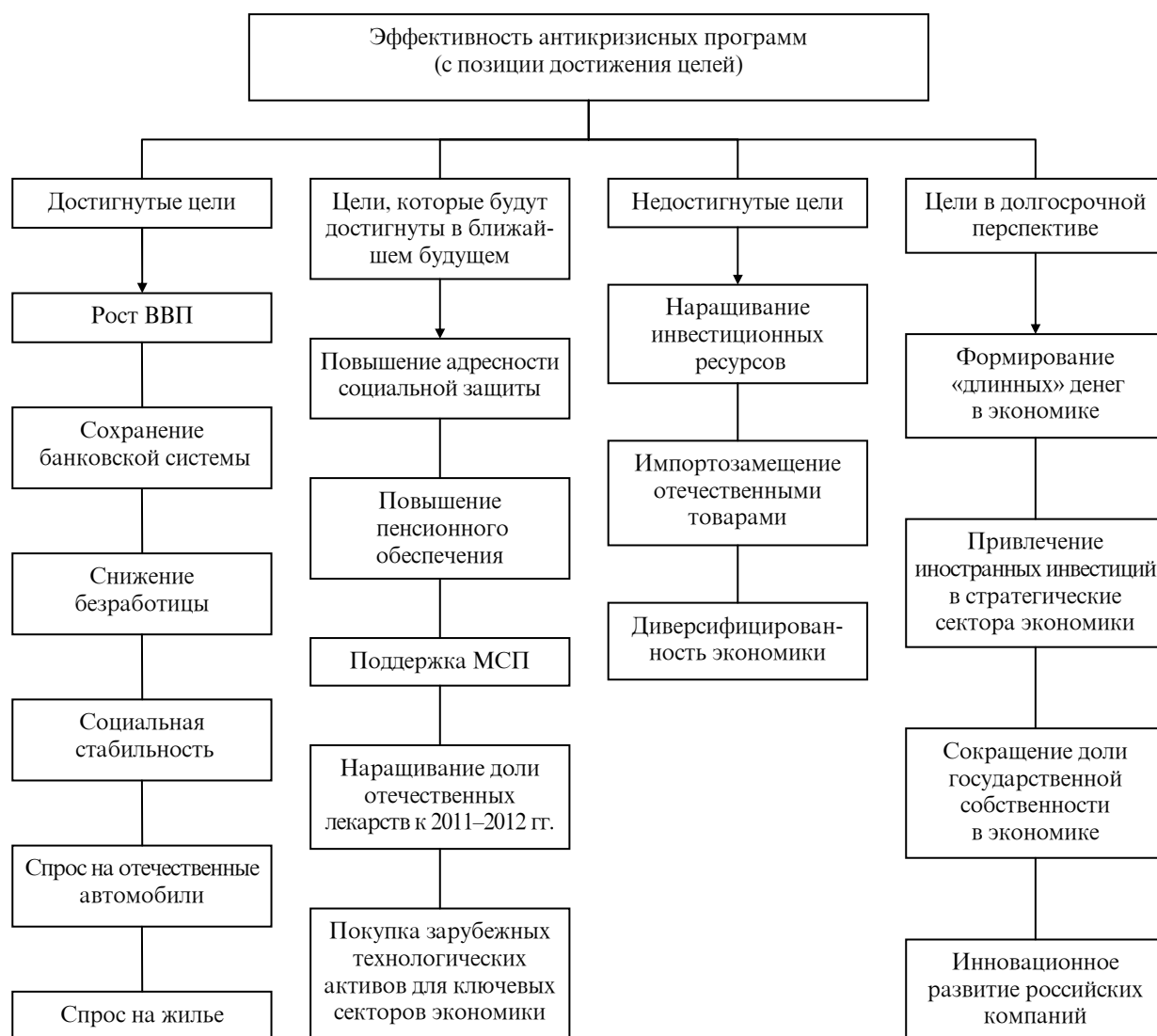


Рис. 5. Оценка эффективности антикризисных мер



С одной стороны, это свидетельствует о сохранении рисков в экономике, с другой – о высокой степени зависимости инвестиционной активности от притока иностранного капитала

Кроме того, инвестиционная активность крупных и средних организаций снизилась в 2009 г. на 13,3 %, а малых предприятий – более чем на 30 %. За январь – апрель 2010 г. инвестиции в основной капитал снизились на 2,3 % от уровня аналогичного периода 2009 г. [1]. К тому же, как уже отмечалось, высвобожденные из-под налогообложения средства из-за высокой кредиторской задолженности не способствовали наращиванию инвестиций.

Благодаря антикризисным мерам, постепенно снижается безработица. Так, только за апрель 2010 г. численность безработных снизилась на 278 тыс. человек. Эффективной оказалась программа утилизации старых автомобилей и субсидий на покупку новых, которая привела к восстановлению спроса на автомобили отечественного производства (в 2010 г. спрос повысился на 40 %) [4].

В сфере социальной политики эффективным стало решение о возможности использования

материнского капитала для погашения ипотечного кредита. В мае 2010 г. было зафиксировано увеличение спроса на жилье со стороны населения на 7 %. Росту строительной отрасли, а также смежных с ней отраслей способствовали меры по обеспечению жильем ветеранов ВОВ и военнослужащих, а также программа переселения граждан из ветхого жилья в новое. Внутренний спрос на жилье положительно повлиял на динамику производства отдельных видов машин и оборудования, используемых в жилищном и дорожном строительстве. Так, производство экскаваторов увеличилось в 2,6 раза, башенных кранов – на 69,2 %, лифтов – на 8,9 %. Рост строительной отрасли в целом на апрель 2010 г. составил 3,4 %, а общая площадь введенных в эксплуатацию жилых домов оказалась больше на 16,2 % по сравнению с показателями соответствующего периода 2009 г.

Результаты оценки эффективности антикризисных мер правительства в рамках фискальной политики приведены на рис. 5.

Таким образом, проведенный анализ показал, что с точки зрения достижения целей часть антикризисных мер можно считать эффективной.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.economy.gov.ru
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.premier.gov.ru

3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.minfin.ru
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.regnum.ru

СОЦИАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СОБСТВЕННИКОВ И ОБЩЕСТВА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Модели привлечения инвестиций зависят от характеристики основных систем корпоративного управления. Формирование системы корпоративного управления определяется рынком капитала, правовыми структурами, производственными ресурсами, взаимодействием собственников и менеджеров и другими факторами. Чтобы иметь возможность использовать глобальные финансовые ресурсы, системы корпоративного управления должны соответствовать определенным стандартам. Наряду с многообразием национальных моделей выделяют две основные системы корпоративного управления – аутсайдерскую (англосаксонскую) и инсайдерскую (континентальную).

Отличительные черты *аутсайдерской модели*: «дисперсия» акций; признание приоритета акционеров в законодательстве о компаниях; особый акцент на защите прав акционеров; сравнительно жесткие требования к раскрытию информации о компании; акционерный капитал, как правило, «распылен» между группами индивидуальных и институциональных инвесторов [1].

В *инсайдерской системе* собственность и контроль над компанией находятся у относительно узких однородных групп инсайдеров – семьи, банков, промышленных концернов, холдингов и др. Инсайдеры тесно сотрудничают и согласовывают свои действия в целях управления компанией. Юридическая и нормативная среда в странах с инсайдерской системой более толерантна к группам акционеров, которые осуществляют контроль над компанией, часто игнорируя интересы мелких инвесторов.

Типичным представителем континентальной модели является Германия. Данная модель характерна для некоторых стран Западной (Австрия, Швейцария, Нидерланды) и Северной Европы (Скандинавские страны), функциониру-

ет она и в ряде компаний Франции и Бельгии. Также она использовалась при построении систем корпоративного управления в большинстве постсоциалистических стран Центральной и Восточной Европы [2].

Основными достоинствами германской модели принято считать реализуемый ею принцип социального взаимодействия, направленный на сбалансирование интересов всех участников корпоративных отношений (акционеров, трудовых коллективов, деловых партнеров, государства), а также нацеленность всех указанных сторон на достижение долгосрочных целей. По данным опросов Института немецкой экономики, более 70 % работодателей и членов советов предприятий оценивают сотрудничество между собой как «хорошее» и «очень хорошее» [3].

Помимо двух основных моделей корпоративного управления, в рамках которых можно найти существенные национальные и страновые особенности, в ряде государств сложились свои промежуточные системы корпоративного управления. В таких странах, как Австралия, Канада, Новая Зеландия, структура собственности более концентрирована, чем в США или Великобритании, и в них доминируют семейные компании.

В последнее время как в аутсайдерских, так и в инсайдерских системах появляются признаки изменения поведения агентов. В странах с инсайдерской системой корпоративного управления компании постепенно начинают преодолевать ограничения на пути привлечения внешних инвестиций. В странах с аутсайдерской системой все большее признание получают постоянное участие собственников в делах фирмы и различные модели концентрации собственности. Большинство успешно развивающихся высокотехнологичных компаний в настоящее время контролируется непосредственно собствен-



никами, хотя их акции котируются на рынке ценных бумаг (например, *Microsoft*). К этим мерам контроля адаптируются венчурный капитал и другие формы наукоемкого капитала.

Развитие рынка капиталов заставляет многие финансовые организации менять модели корпоративного управления и поведения. Финансовые институты стараются найти оптимальный размер и номенклатуру предоставляемых услуг. Активность банков, характерная для стран с инсайдерской моделью, все чаще вступает в противоречие с главной задачей эффективного отбора кредиторов, что приводит к конфликту интересов. Поэтому многие европейские банки начинают выделять свои инвестиционные подразделения в отдельные компании, что, возможно, является первым шагом на пути специализации и распродажи непрофильных активов.

Самые радикальные изменения претерпел сектор институциональных инвесторов. Сегодня они стараются участвовать в разработке стратегии корпорации, создают ассоциации с целью обмена информацией, формируют специальные группы для внесения изменений в законодательство в их интересах.

Масштабные рынки акций усиливает позиция институциональных и иностранных акционеров, вынуждая тем самым менеджеров компаний все больше учитывать роль новых собственников.

Растущее стремление как инвесторов, так и эмитентов акций работать на международном рынке капитала вызывает необходимость принятия общих стандартов и ценностей, таких как повышение стоимости компаний для акционеров, определение инвестиционных приоритетов, обеспечение конкурентного уровня дохода на акцию, учет интересов всех субъектов хозяйственной деятельности и др.

В конце XX – начале XXI в. произошла активизация процессов глобализации хозяйственной жизни. Одним из ее проявлений стала глобализация инвестиционных процессов. Это привело к обострению конкуренции за получение капитала компаниями разных стран. Они стали ориентироваться на требования инвесторов, основным из которых является качество корпоративного управления. Практика показала, что

эффективное корпоративное управление облегчает компаниям доступ на рынок капитала, повышает доверие к ним со стороны инвесторов и способствует повышению их конкурентоспособности. В связи с этим в последние годы международные организации, государственные и различные регулирующие органы, институты стали обращать внимание на необходимость развития теории и практики надлежащего корпоративного управления [4].

Традиционно считается, что проблема корпоративного управления обусловлена разделением собственности и контроля или, иными словами, расхождением интересов акционеров, являющимися собственниками ресурсов компании, и менеджмента, которому фактически делегирован контроль над этими ресурсами и управление ими. Известно несколько десятков типов поведения менеджеров, идущих вразрез с интересами акционеров. Наиболее значимый и известный – вывод прибыли и/или активов через трансфертное ценообразование и другие виды дружественных сделок. Также можно отметить так называемый *pet project risk*. Данный тип поведения связан с тем, что менеджеры могут покупать или разрабатывать и внедрять сложные новейшие технологии не из соображения повышения эффективности деятельности компании и роста ее стоимости, а исключительно с целью извлечения личных выгод. Таким образом, акционеры вынуждены нести помимо фундаментальных рисков (коммерческих, валютных, маркетинговых и др.) дополнительные, связанные с незащищенностью своих законных прав на остаточные денежные потоки в рамках определенной организационной модели.

Федеральные законы «Об акционерных обществах» и «Об обществах с ограниченной ответственностью» называют следующие органы управления корпорацией: общее собрание акционеров (участников), совет директоров (наблюдательный совет), единоличный исполнительный орган (правление, дирекция). Иногда к органам управления относят ревизионную комиссию (ревизора) и ликвидационную комиссию.

Тенденцией последнего десятилетия в корпоративном управлении стало осознание роста

влияния институциональных инвесторов, которых уже нельзя считать неквалифицированными акционерами, но нельзя также считать и стратегическими инвесторами. В связи с этим некоторые эксперты в области корпоративного управления призывают к изменению роли и поведения Совета директоров в системе «акционеры–Совет–менеджмент» в направлении организации прямого и регулярного диалога между такими акционерами и менеджментом не только на собраниях. Диалог должен быть именно двусторонним и ориентироваться на учет менеджментом и Советом предложений акционеров, а не ограничиваться информированием акционеров о делах компании. Фактически формируется новая концепция *IR (investment–relations)* [5].

Разные группы в наблюдательном совете могут отстаивать свои интересы. Предполагается, что они найдут компромиссное решение, которое, по существу, будет гармонией их интересов и адекватным организационным обеспечением «социальной ответственности бизнеса». В таком свете его члены являются представителями разных групп в компании, и такое его формирование закреплено законом.

Что касается независимых директоров, то в компании они нужны для дисциплинирования не столько менеджмента, сколько собственника.

В общем виде структура корпоративного управления представлена на рис. 1.

Государственное регулирование связано с законодательными аспектами функциониро-

вания корпорации. На этом уровне устанавливаются стандарты деятельности корпораций: система бухгалтерского учета и принципы аудита. Совет директоров избирается акционерами, назначает исполнительный менеджмент корпорации, ему подотчетный. Таким образом, Совет директоров является органом, регулирующим отношения между менеджментом и акционерами компании, а также вырабатывающим стратегию ее развития.

Внешняя среда корпорации включает факторы макро- и микросреды (рис. 2).

На систему государственного регулирования оказывает влияние целый ряд политических, экономических, социальных и технологических факторов, на основе которых формируется государственное регулирование деятельности акционерных обществ. В свою очередь, наличие факторов производства и рыночных условий деятельности компаний, а также кадры и деловая культура предпринимательства определяют главные направления деятельности корпорации. В рамках этих факторов формируются различные конкретные организационные структуры управления (функциональные, дивизионные, матричные, процессные).

Корпоративный менеджмент является формой социального компромисса между частными собственниками и обществом. Социальное право собственника – максимально реализовать свои права, т. е. присвоить весь доход от собственности (в чем бы она ни выражалась). Однако институт государства, возникший одновременно



Рис. 1. Общая структура корпоративного управления

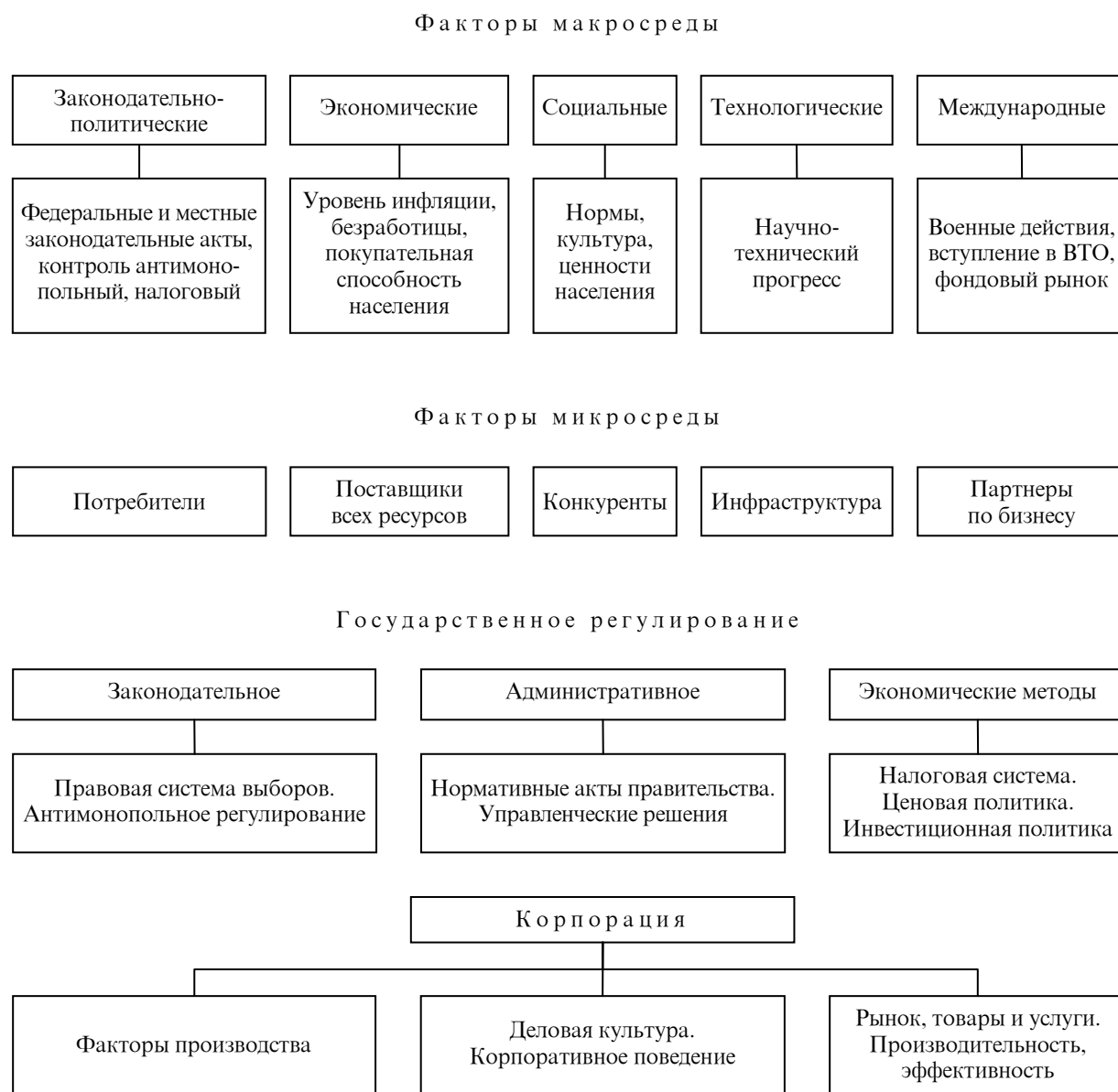


Рис. 2. Внешняя среда корпорации

с институтом частной собственности «придумал» налоговую систему. Налоговая система – это ограничение прав собственности со стороны государства. Сколько существует собственность, столько существуют и налоги. Но если налоговые ограничения прав собственности воспринимаются как норма, то почему бы не считать столь же необходимыми другие ограничения, например за нарушение социального и экономического равновесия [6]?

Задача менеджмента – найти линию разумного и выгодного компромисса между максимизацией собственника и социальными рамками, в которых эта собственность может существовать, не вступая в прямой конфликт с общественными интересами. От того, в какой пропорции делится доход, получаемый от объекта собственности, между его юридическим владельцем (собственником), государством, менеджментом и трудящимися, в основном

и зависит эффективность хозяйственной деятельности корпорации.

Идея «делимости» собственности при полной ее юридической неприкосновенности нашла наиболее яркое отражение в шведской модели социал-демократии. Исходная точка этой модели вполне логична: экономической реализацией прав собственности является присвоение дохода от ее использования. Именно этим экономическая трактовка категории собственности отличается от юридической. Для экономиста собственность, не приносящая дохода, не интересна. Капитал – это самовозрастающая собственность, т. е. стоимость (собственность), рождающая доход. Отсюда следует, что тот, кто получает доход, и является реальным собственником [6].

В традиционной финансовой теории стоимость актива определяется как дисконтированная величина чистых денежных потоков, генерируемых данным активом. При этом риски, связанные с данными потоками, учитываются либо путем корректировки самих потоков, либо путем корректировки ставки дисконтирования. Таким образом, механизм влияния корпоративного управления на стоимость компании вписывается в логику классической финансовой теории и заключается в том, что плохое качество корпоративного управления увеличивает риски акционеров и потенциальных инвесторов, а значит, может снизить стоимость капитала компании.

Эффективная система мотивации менеджмента и членов Совета директоров может быть достаточно мощным инструментом корпоративного управления, позволяющим преодолеть

разрыв интересов между управленцами и собственниками и заставить первых действовать на благо последних. Одним из наиболее действенных инструментов вознаграждения с точки зрения корпоративного управления традиционно считаются опционы на акции, которые, формируя значимую часть оплаты услуг менеджеров, мотивируют их принимать решения, ведущие к росту стоимости акций, что является важным интересом собственников компаний. Подобные механизмы содержат в себе существенные риски корпоративного управления, связанные с манипуляцией отчетностью и сокрытием реальных результатов деятельности.

Система принятия решений как механизм корпоративного управления отвечает за вопросы прозрачности, эффективности и ответственности принимаемых в компании решений различного уровня, как стратегического, так и операционного. Структура кредиторов как механизм корпоративного управления определяет вопросы, связанные с интересами владельцев долгового капитала компании и их конфликтом с интересами акционеров. Рынок корпоративного контроля, с теоретической точки зрения, выступает значимым механизмом дисциплинирования менеджеров, которые в условиях вероятной угрозы покупки сильно недооцененной компании и смены менеджерской команды заинтересованы поддерживать высокую стоимость акций.

Таким образом, корпоративное управление, на наш взгляд, должно не только обеспечивать рост стоимости компании в интересах собственников, но и способствовать достижению социального компромисса между собственниками, персоналом и обществом в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Третьяков, М.** Конвергенция моделей корпоративного управления [Текст] / М. Третьяков // Вопросы экономики. – 2004. – № 1. – С. 129–132.

2. **Ключко, В.Н.** Германская модель корпоративного управления: генезис, особенности и тенденции [Текст] / В.Н. Ключко // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – С. 58–67.

3. **Гутник, В.** Политика хозяйственного порядка в Германии [Текст] / В. Гутник. – М.: Экономика, 2002. – С. 124.

4. **Макарова, С.В.** Управление корпоративной

собственностью предприятия инвестиционно-строительного комплекса [Текст] / С.В. Макарова, Н.Р. Степанова. – Екатеринбург: УГТУ–УПИ. – 2009. – 189 с.

5. **Могилевский, С.Д.** Корпорации в России. Правовой статус и основы деятельности [Текст] : учеб. пособие / С.Д. Могилевский, И.А. Самойлов. – М.: Дело, 2006. – 480 с.

6. **Петраков, Н.Я.** Отношения собственности в переходной экономике [Текст] / Н.Я. Петраков // Управление собственностью. – 2006. – № 1. – С. 3–9.

ГЕНЕЗИС ТЕОРИЙ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: ЭВОЛЮЦИЯ, ДВИЖУЩИЕ СИЛЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Международное инвестирование капитала, использование иностранных финансовых и других ресурсов в национальном хозяйстве стало к концу XX – началу XXI в. неотъемлемой частью хозяйственной жизни практически всех стран мира. Сегодня в международных, российских и вьетнамских классификациях, как правило, выделяют три основные формы иностранного инвестирования: прямые иностранные инвестиции (ПИИ), портфельные иностранные инвестиции и пр. В отличие от портфельных инвестиций и международных кредитов и займов при привлечении ПИИ капиталомпортирующая страна и фирмы-реципиенты получают не только финансовые ресурсы, но и капитал в товарной форме в виде, например, машин, оборудования, патентов, лицензий, технических, организационных, управленческих ноу-хау, знаний и опыта. Изучение процесса формирования и развития прямых иностранных инвестиций позволяет выработать новые теоретические подходы в экономической науке, а также определить стратегии осуществления иностранных инвестиций.

Следует заметить, что в течение своей почти 150-летней истории процесс ПИИ развивался неравномерно, испытывая спады и подъемы, однако тенденция к росту все же доминировала. Первые теории и концепции ПИИ появились в конце 1950-х – начале 1960-х гг. Только в 1960-х гг. теории ПИИ начали принципиальным образом совершенствоваться. Необходимо отметить, что в то же время у истоков современного понимания прямых иностранных ин-

вестиций лежат два основных подхода к определению их природы. Во-первых, подход «почему и как» (по сути дела это подход «изнутри»), который обращается к характеристикам фирмы, дающим ей преимущества при осуществлении ПИИ. Во-вторых, подход «куда» (или подход «извне»), который обращается к характеристикам страны, влияющим на принятие фирмой решения о прямом иностранном инвестировании в ее экономику.

Первый подход, разрабатывавшийся в трудах С. Хаймера, Р. Кейвса, Р. Коуза, П. Бакли, М. Кэссона и др., объясняет осуществление международной компанией ПИИ в связи с наличием у нее нематериальных активов – технологий в неовещественной форме, патентов, лицензий, торговых марок, репутации, опыта управления и маркетинговой деятельности. Для того чтобы успешно конкурировать на зарубежном рынке, где местные фирмы владеют информацией о рынке, предпочтениях потребителей и имеют опыт работы в данных условиях, международная компания должна обладать определенными монополистическими/олигополистическими преимуществами, к которым и относится наличие у нее вышеперечисленных нематериальных активов. Стремление же к эффективному их использованию подталкивает компании к интернализации своих международных операций через осуществление ПИИ, т. е. создание подконтрольных зарубежных филиалов [1].

Второй подход, заложенный в работе Ф. Саусэрда «Американская промышленность

в Европе» и подобных ей дальнейших эмпирических исследованиях, акцентирует внимание на следующих причинах, мотивирующих компании к осуществлению ПИИ. К ним относятся: а) высокие таможенно-тарифные барьеры; б) транспортные расходы; в) низкая стоимость рабочей силы и доступ к сырьевым ресурсам; г) национальные стандарты и другие факторы, которые учитываются компанией при создании подконтрольных ей филиалов за рубежом [2].

Проведенное нами исследование дальнейшего развития теорий ПИИ позволяет констатировать, что с начала XXI в. нет ни одного исчерпывающего объяснения или единственной теории, полностью раскрывающей экономическую роль, причины и движущие силы ПИИ. Экономическая наука все еще не обладает точным аналитическим инструментарием, который позволил бы предвидеть поведение отдельных экономических субъектов и влиять на международные потоки капитала и технологий. По мнению многих известных экономистов (например, П. Фишера, Дж.Д. Дэниелса, Дж.Т. Велса, Дж.Д. Даннинга, К.Е. Мейера и др.), существует значительное количество теоретических положений и концепций ПИИ, которые могут служить научной основой при создании и реализации международной инвестиционной политики государств и формировании трансграничных инвестиционных стратегий компаний. Важное значение имело появление «эклектической парадигмы», связанной с именем Дж. Даннинга [3], в которой концептуально соединяются макро- и микроэкономические подходы. Согласно данному подходу [4] парадигма объясняет виды и модели деятельности компаний в области прямого зарубежного инвестирования. Она также акцентирует внимание на конкурентных преимуществах. Дж. Даннинг группирует их в три больших блока: 1) «О-преимущества» (ownership advantages), связанные с использованием внутренних потенций по владению собственностью иностранными инвесторами по сравнению с местными компаниями; 2) «L-преимущества» (location advantages) предоставляет страна-реципиент; 3) «I-преимущества» (internalization advantages),

вызванные включением фирмы в процесс интернализации, что позволяет ей полностью присваивать доход от использования всех своих конкурентных преимуществ и не делиться ими с зарубежными фирмами, передавая свой товар для экспорта или же прибегая к продаже лицензий. Каждый элемент *OLI* отвечает изменением своего состояния в момент *t* на стратегические изменения¹ и изменения экзогенных, или нестратегических, переменных (снижение международных транспортных издержек, совершенствование обеспечения прав собственности и т. п.), а также зависит от предшествующей стратегии и конфигурации *OLI* (см. рис. 1).

Совокупность *OLI*-преимуществ содержит объективные и субъективные составляющие, поскольку они зависят от вида деятельности, специфики компании, ожидаемых и реальных выгод, предоставляемых инвестору страной-реципиентом. Желание корпораций инвестировать за рубежом возрастает с наличием *O*-преимуществ, которые необходимо оценить в сравнении с преимуществами конкурентов, а также с ростом прибыли или выгод, определяемых *L*-преимуществами в стране-реципиенте (см. рис. 2).

Необходимо отметить, что одним из принципиальных недочетов теории Дж. Даннинга является недостаточное внимание, уделенное им национальной валютной системе страны-реципиента² в качестве составного элемента *L*-преимущества. Мировые валютно-финансовые и финансово-экономические кризисы 1997–1998 гг. и второй половины 2008–2010 гг. наглядно доказали огромную важность этого составного элемента.

Теория Дж. Даннинга развивалась другими авторами, предпринимавшими попытки объяснить потоки ПИИ в различных аспектах. Например, на основе даннинговой *OLI*-концепции

¹ Стратегические изменения оцениваются как автономные (autonomous) и стимулированные (induced). Первые зависят от долгосрочной цели фирмы и рассматриваются при данной неизменной конфигурации *OLI*. Стимулированные стратегические изменения происходят под влиянием изменений *OLI*.

² В частности, степень конвертируемости национальной валюты и ее устойчивость, структура золотовалютных резервов, валютная политика страны и т. д.

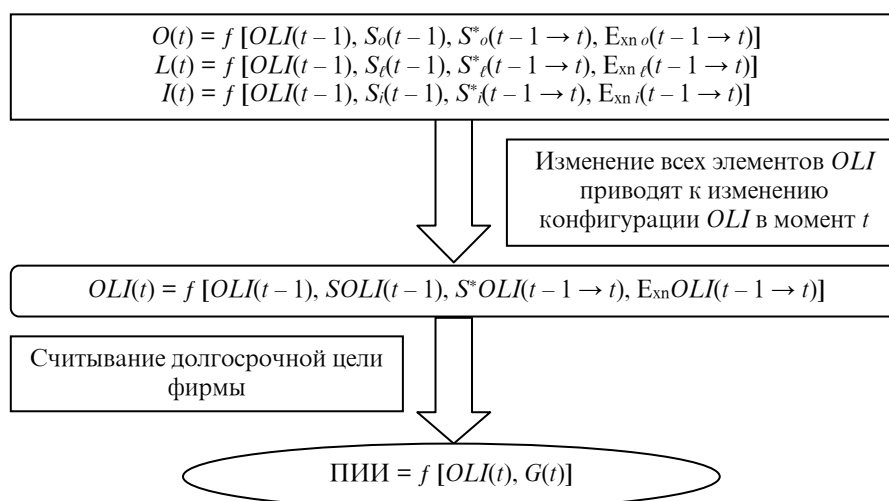


Рис. 1. Экономическо-математическая схема теории *OLI* Дж. Даннинга

O – преимущества собственности; *L* – преимущества принимающей страны; *I* – преимущества интернализации; *S* – стратегические переменные; *S** – изменения стратегических переменных в период времени между *t – 1* и *t*; *E_{хп}* – экзогенные переменные; *G(t)* – цель фирмы в данный момент времени
Индексы *o, ℓ, i* уточняют изменения, указывая, что они происходят относительно соответственно *O, L, I*

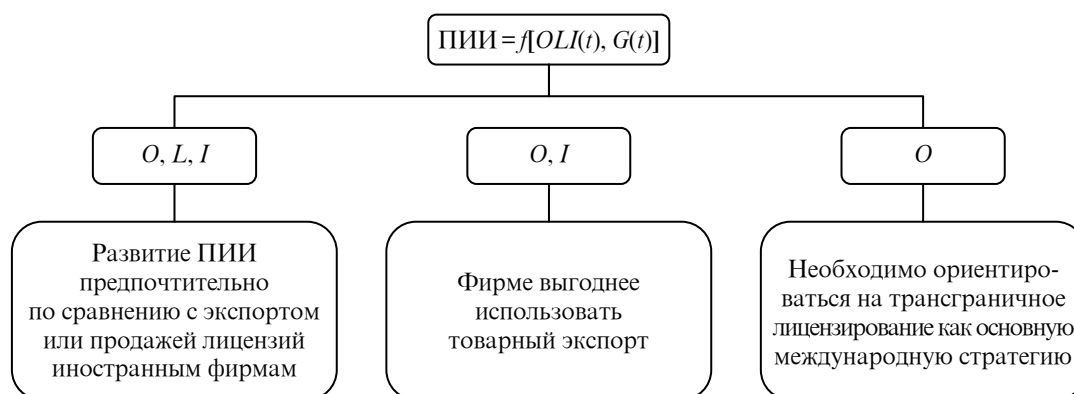


Рис. 2. Преимущества *OLI* и выбор международной стратегии осуществления иностранных инвестиций

германский ученый Дж. Штейн (1989 г.) предпринял попытку стандартизовать типы внешнеэкономических стратегий (лицензия, товарный экспорт, прямые иностранные инвестиции) в соответствии с существующими преимуществами (*O, L, I*) (см. табл. 1).

Используя эклектический подход Дж. Даннинга, французский исследователь Ж.Л. Мюккелли разработал (на иностранном языке) «синтетический подход» к транснациональным корпорациям (ТНК). Французский автор соотнес стратегию интернационализации фирмы с ее

Таблица 1

OLI-преимущества и интернационализация [5]

Преимущества	Стратегия интернационализации		
	Трансграничная продажа лицензий	Товарный экспорт	Прямые иностранные инвестиции
<i>O</i>	+	+	+
<i>L</i>	–	+	+
<i>I</i>	–	–	+

сравнительными преимуществами. Ж.Л. Мюккелли пришел к выводу, что менеджмент ТНК принимает положительные решения относительно вывоза капитала в виде прямых иностранных инвестиций преимущественно тогда, когда наблюдается факторная или рыночная недостаточность на национальных рынках (см. табл. 2).

Наибольший интерес, по нашему мнению, представляет теоретический подход, рассматривающий теории прямых иностранных инвестиций с позиции комплексного понимания их природы. Данный подход должен, в частности, основываться на таких теориях и моделях, как эклектическая парадигма Дж. Даннинга, теория интернализации, теория «летающих гусей» и теория конкурентного преимущества М. Портера (см. рис. 3). Главным

Таблица 2

Конкурентное преимущество и интернационализация [6]

Сравнительные преимущества страны-донора		Выбираемая стратегия интернационализации
Наличие предложения	Наличие спроса (рынок)	
+	+	Производство и продажи внутри страны
–	–	Внешние прямые иностранные инвестиции
–	+	Внешние прямые иностранные инвестиции и реимпорт
+	–	Экспорт

Международная компания			О-преимущество	L-преимущество	I-преимущество	Роль государства (правительств)
Фаза 1	Продукция поступает в экономику страны II через проведенный международной компанией страны I экспорт		+	–	+	✓ Государственная поддержка международного инвестиционного сотрудничества между компаниями стран I и II
Фаза 2	✓ Удовлетворение растущего национального спроса страны II ✓ Товарная экспортная ориентация на рынок страны III		✓ Повышение конкурентоспособности международной компанией на рынке страны II	✓ Растущий местный рынок международной компании ✓ Рост специфических местных конкурентных преимуществ в международной компании	✓ Увеличение I-преимуществ	✓ Формирование страной II благоприятного инвестиционного климата (в том числе для иностранных инвесторов)
Фаза 3	Организация и реализация международной компанией страны I внешнеэкономической стратегии выхода на рынок страны III через страну II	Экспорт	+	–	+	✓ Государственная поддержка международного инвестиционного сотрудничества между компаниями стран I, II и III
		Продажа лицензий	+	–	–	✓ Формирование в странах II и III благоприятного инвестиционного климата (в том числе для иностранных инвесторов)
		ПИИ	+	+	+	

Рис. 3. Интегрированный подход, рассматривающий теории прямых иностранных инвестиций с позиции комплексного понимания их природы

1 – теория «эклектическая парадигма» Дж. Даннинга и теория конкурентного преимущества М. Портера (роль правительства); 2 – теория конкурентного преимущества М. Портера и теория интернализации; 3 – теория «эклектическая парадигма» Дж. Даннинга и теория интернализации; 4 – теория «эклектическая парадигма» Дж. Даннинга, теория интернализации и теория «летающих гусей»; 5 – теория «эклектическая парадигма» Дж. Даннинга, теория интернализации, теория «летающих гусей» и теория конкурентного преимущества М. Портера (роль правительства)



преимуществом интегрированного подхода является возможность комплексного исследования внутренних и внешних условий, преимуществ, причин и мотивов осуществления прямых зарубежных инвестиций.

Итак, исследование развития теорий ПИИ позволяет: а) выделить три этапа в историческом процессе формирования и развития теоретиче-

ской базы ПИИ (конец 1950-х – начало 1960-х гг.; середина – конец 1960-х гг.; начало XXI в.); б) обобщать мотивацию поведения международных компаний на внутренних рынках стран; в) разработать макроэкономическую политику привлечения иностранного капитала; г) проанализировать влияние ПИИ на экономику капиталом-портирующих и капиталомэкспортирующих стран.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Blomstrom, M.** Regional Integration and Foreign Direct Investment: a Conceptual Framework and Three Cases [Text] / M. Blomstrom, A. Kokko. – Washington, DC: The World Bank, 1997. – P. 7–8.
2. **Dunning, J.H.** Explaining International Production [Text] / J.H. Dunning. – London: Unwin Hyman, 1988. – P. 16.
3. **Dunning, J.H.** Theories and Paradigms of International Business Activity [Text] / J.H. Dunning. – UK: Edward Elgar, 2002.
4. **Dunning, J.H.** Foreign Direct Investment, Location and Competitiveness [Text] / J.H. Dunning, G. Philippe. – European International Business Academy, 2008.
5. **Stehn, J.** Determinanten differenzierten Internationalisierungsstrategien [Text] / J. Stehn. – Kiel, 1989. – S. 247.
6. **Tersen, D.** L'investissement International Armand Colin [Text] / D.Tersen, J.-L. Bricout. – Paris, 1996.

УДК 338.45:620.92(430)

М.С. Шклярчук, Т.В. Малинина

ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КОМПЕНСАЦИИ ЗАТРАТ НА РАЗВИТИЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ГЕРМАНИИ)

Использование возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в мире – сегодня один из самых активно развивающихся секторов экономики. Однако внедрение их в энергетику любой страны по-прежнему возможно только при поддержке государства. Немецкий закон «О приоритете возобновляемой энергии» (сокращенно обозначаемый в Германии как EEG) является общепризнанным удачным примером законодательного закрепления финансовых стимулов для расширения использования возобновляемых источников энергии при производстве электроэнергии. Общие положения этого закона широко известны: гарантирован-

ная государством многолетняя оплата произведенной электроэнергии на уровне, оправдывающем инвестиции в создание генерирующих мощностей.

В то же время финансовые механизмы компенсации затрат на его реализацию за пределами Германии не так известны, хотя эти механизмы являются обязательным элементом всей системы поддержки ВИЭ.

Необходимость создания механизмов компенсации связана с решением о поддержке развития возобновляемой энергетики, а выбор самого механизма – со способом поддержки.

В Германии государством установлена обязанность сетевых компаний оплачивать электроэнергию от ВИЭ по фиксированным ставкам – от 7 до 43 евроцентов/кВт · ч, в зависимости от вида используемого ВИЭ. Эта оплата ориентирована не на рыночную стоимость электроэнергии, а на возмещение производителям дополнительных издержек по созданию ВИЭ. В то же время рыночная цена электроэнергии на оптовом рынке значительно ниже и составляет 5–6 евроцентов/кВт · ч. Таким образом, для сохранения экономической привлекательности деятельности компаний, занимающихся продажей электроэнергии, понесенные ими дополнительные затраты должны быть компенсированы. Для этого в Германии введена надбавка EEG-Umlage, которая фактически представляет собой разделенную между всеми энергопотребителями разницу между рыночной ценой возобновляемой электроэнергии и ценой, оплаченной в течение года производителям ВИЭ. Данная надбавка включается в стоимость каждого потребленного киловатт-часа и является основным финансовым механизмом компенсации затрат на развитие возобновляемой энергетики.

Существование и порядок исчисления надбавки EEG-Umlage с момента ее введения претерпели существенные изменения, связанные с общим развитием системы поддержки возобновляемой энергетики. История надбавки тесно связана с развитием так называемых механизмов выравнивания. Эти механизмы призваны обеспечить равномерное распределение затрат, связанных с поддержкой ВИЭ, на всех субъектов рынка электроэнергии независимо от их территориального расположения и степени развития возобновляемой энергетики в каждом регионе. До 2010 г. сбытовые компании были обязаны принимать ежемесячно устанавливаемую им передающими компаниями квоту электроэнергии от ВИЭ и оплатить ее по средневзвешенной цене электроэнергии от ВИЭ, установленной на основании расчетов передающих компаний в целом по стране. В среднем за 2009 г. квота составила 18,582 %, а цена – 13,945 евроцента/кВт · ч [1]. Принятая по квоте электроэнергия вытесняла электроэнергию от традиционных источни-

ков, имеющую значительно более низкую закупочную стоимость. Разница между стоимостью приобретенной по квоте электроэнергии от ВИЭ и стоимостью электроэнергии от традиционных источников, которая могла бы быть приобретена сбытовыми компаниями, составляла те дополнительные затраты, которые возмещались через надбавку EEG-Umlage, рассчитываемую на основании сведений всех сбытовых компаний.

С целью совершенствования механизма компенсации этих затрат и точного установления их размера с 1 января 2010 г. в Германии произошло существенное изменение процесса учета этих затрат и методики расчета надбавки EEG-Umlage (см. рис. 1).

Теперь передающие компании (их в Германии четыре), получив электроэнергию от операторов сети на своей территории и оплатив ее по законодательно установленным ставкам, продают на оптовом рынке весь объем полученной электроэнергии, произведенной от ВИЭ. Сбытовые организации приобретают возобновляемую электроэнергию по среднерыночным ценам и продают ее потребителям. Таким образом, дополнительные затраты на первоначальном этапе реализации поддержки возобновляемой энергетики несут передающие компании, поскольку они вынуждены продавать электроэнергию по цене существенно ниже той, которая была ими уплачена.

Для компенсации передающим компаниям этой разницы введен следующий механизм расчета надбавки EEG-Umlage. Исходя из разницы между прогнозируемыми затратами на оплату производителям электроэнергии от ВИЭ (на основе прогнозируемых данных об ожидаемых объемах производства возобновляемой электроэнергии) и выручкой от продажи этой электроэнергии на оптовом рынке (на основе прогноза среднегодовой цены) формируется начальная сумма для расчета надбавки. Кроме того, передающие компании учитывают расходы по передаче возобновляемой электроэнергии и организации ее продажи и отдельно включают их в сумму для расчета надбавки. Правильность их расчетов проверяется национальным сетевым агентством [2].

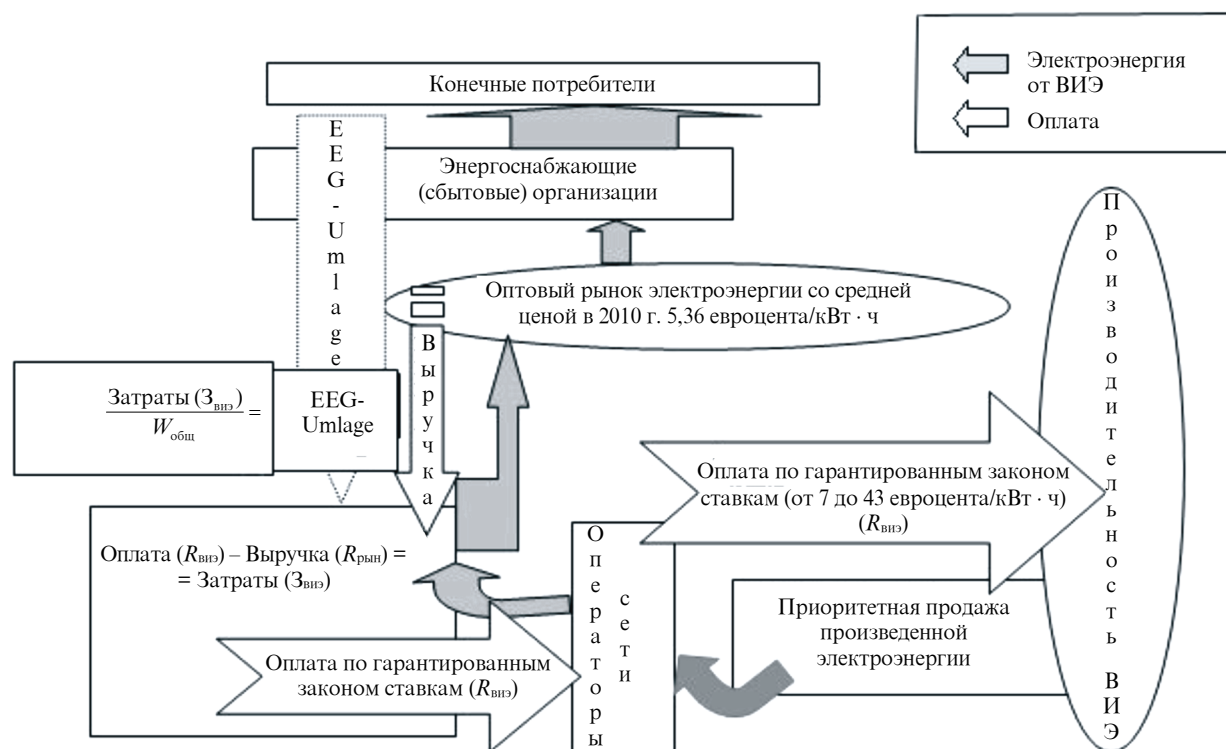


Рис. 1. Механизм возникновения и компенсации затрат, связанных с системой поддержки возобновляемой энергетики в Германии

Для 2010 г. такие расчеты были проведены первый раз и опирались на среднерыночную цену электроэнергии в 2009 г. в 5,36 евроцента/кВт·ч и объем прогнозируемого производства электроэнергии от ВИЭ в 2010 г. согласно данным приведенной таблицы.

Таким образом, сумма, необходимая для оплаты электроэнергии от ВИЭ, составила практически 12,7 млрд евро, а ожидаемая выручка от

продажи 90 231 ГВт·ч – около 4,5 млрд евро (90 231 ГВт·ч · 53650 евро/ГВт·ч). Разница в 8,2 млрд евро возмещается конечными потребителями по всей стране, за исключением железных дорог и энергоемких предприятий, определенных в Законе «О ВИЭ» и пользующихся льготами. Для этой категории так называемых привилегированных потребителей надбавка EEG-Umlage ограничена размером 0,05 евроцента/кВт·ч.

Объем производства электроэнергии от ВИЭ и оплата по гарантированным законом тарифам [3]

Показатели	Всего	Возобновляемые источники энергии						
		Гидро	Газ	Биомасса	Геотермальные	Ветер	Ветер офшоры	Солнце
Поступление электроэнергии из ВИЭ, ГВт·ч	90 231	5444	1835	26262	36	47704	654	8296
Оплата по положениям Закона «О ВИЭ», млн евро	12667	414	129,5	3950,8	5,4	4187	98,0	3882

Формула для расчета размера надбавки EEG-Umlage для конечных потребителей выглядит следующим образом:

$$\text{EEG-Umlage} = \frac{Z_{\text{ВИЭ}} - Z_{\text{пр потр}}}{W_{\text{общ}} - W_{\text{пр потр}}},$$

где $Z_{\text{ВИЭ}}$ – затраты, в евро, на реализацию Закона «О ВИЭ», определяемые как $R_{\text{ВИЭ}} + I_{\text{сб}}^{\text{ВИЭ}} - R_{\text{рын}}$ ($R_{\text{ВИЭ}}$ – оплата за поставленную электроэнергию от ВИЭ производителям, $I_{\text{сб}}^{\text{ВИЭ}}$ – издержки на передачу и сбыт электроэнергии от ВИЭ, $R_{\text{рын}}$ – выручка от продажи электроэнергии на рынке); $Z_{\text{пр потр}}$ – оплата электроэнергии от ВИЭ для привилегированных предприятий, определяемая как $0,05$ евроцента/кВт · ч ($\text{EEG-Umlage}_{\text{пр потр}}$) $W_{\text{пр потр}}$; $W_{\text{пр потр}}$ – объем электроэнергии, поставленный привилегированным предприятиям по смыслу закона «О ВИЭ», кВт · ч; $W_{\text{общ}}$ – общий объем электроэнергии, поставленной за год конечным потребителям, кВт · ч.

Рассчитанная в соответствии с этой формулой надбавка EEG-Umlage составила для потребителей в 2010 г. 2,047 евроцента/кВт · ч. В 2011 г. произошло существенное повышение надбавки – до 3,53 евроцента/кВт · ч, что было связано с ростом ввода в эксплуатацию новых мощностей ВИЭ, прежде всего использующих солнечную энергию (объем электроэнергии от солнечных батарей увеличился с 8 296 ГВт · ч до 19 399 ГВт · ч) [4].

При принятии решения на уровне государства о поддержке развития использования ВИЭ необходимо учитывать влияние выбранного механизма компенсации затрат на цену электроэнергии для конечного потребителя. Такое влияние также можно проследить на примере Германии.

Для наглядного отражения динамики изменения тарифов на электроэнергию в немецких исследованиях обычно используется среднестатистический энергопотребитель – семья из четырех человек со средним потреблением электроэнергии 3500 кВт · ч в год.

С 2000 по 2009 г. ежемесячная плата за электроэнергию для такого потребителя возросла с 40,67 евро в месяц до 67,70 евро, т. е. на 27 евро, цена 1 кВт · ч составила 23,2 евроцента. В эту конечную цену для потребителя в Германии включаются следующие позиции (см. рис. 2):

- оплата сбытовым организациям затрат на производство, передачу и реализацию электроэнергии (для приведенного как пример энергопотребителя с годовой потребностью 3500 кВт · ч в 2009 г. она составила 41,53 евро в месяц);
- надбавка EEG-Umlage, получателем которой в конечном итоге фактически выступают владельцы генерирующих мощностей, использующих ВИЭ (3,5 евро в месяц при надбавке в 1,2 евроцента/кВт · ч);
- надбавка KWKG-Umlage, представляющая аналог EEG-Umlage для теплоэлектростанций (0,67 евро в месяц);
- сбор Konzessionsabgabe, получаемый энергоснабжающими организациями за освещение улиц (5,22 евро в месяц);
- налог с оборота, распределяемый между федеральным бюджетом, бюджетом федеральной земли, местным бюджетом и пенсионным фондом (страхованием) (10,81 евро в месяц);
- налог на электроэнергию, поступающий в федеральный бюджет и пенсионный фонд (5,97 евро в месяц).

Надбавка EEG-Umlage для рассматриваемого среднестатистического потребителя за период с 2000 по 2009 г. увеличилась с 0,58 евро до 3,5 евро в месяц причем с 2006 г. ее рост был незначителен, в то время как доля возобновляемой электроэнергии, оплаченной по гарантированным

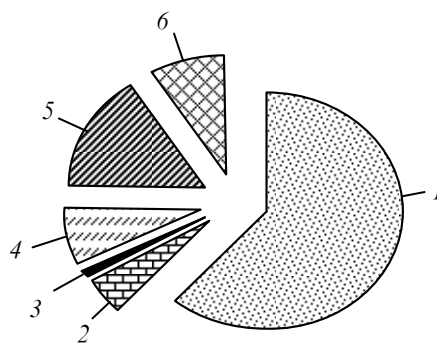


Рис. 2. Структура ежемесячной оплаты за электроэнергию (для конечного потребителя с годовым потреблением 3500 кВт · ч, 2009 г.)
 1 – затраты на производство передачу и реализацию электроэнергии (61 %); 2 – EEG-Umlage (5 %);
 3 – KWKG-Umlage (1 %); 4 – Konzessionsabgabe (8 %);
 5 – налог с оборота (16 %); 6 – налог на электроэнергию (9 %)

ставкам, стремительно возрастала. Максимальная доля надбавки EEG-Umlage в общем повышении цены на электроэнергию составила 26 % в 2007 г. (см. рис. 3) [5].

Необходимо отметить, что в 2011 г. в связи с ростом самой надбавки EEG-Umlage примерно на 70 % эта тенденция изменилась и влияние надбавки на общий рост цены на электроэнергию стало значительней. Даная тенденция по прогнозам сохранится и в 2012 г.

В России законодательно закреплён (но пока не реализован) механизм поддержки развития ВИЭ путем выплаты надбавки к цене оптового рынка, сумма которой пропорционально распределяется между субъектами оптового рынка. Предположительно надбавки будут дифференцированы по видам ВИЭ. Заданным целевым показателем к 2015 г. является производство 35 905 ГВт·ч электроэнергии от ВИЭ. Сумму надбавок к выплатам можно оценить на основе предложений П.А. Понкротова [6] в размере 75 млрд р. При прогнозируемом общем объеме производства электроэнергии в РФ в 1,42 млн ГВт·ч, при распределении на всю производимую электроэнергию, надбавка к цене электроэнергии для покупателей составила бы 0,052 р./кВт·ч. Однако это допущение очень приблизительно. Реальное влияние на изменение цены на электроэнергию для потребителей может быть более существенным, особенно при повы-

шении рыночной цены на электроэнергию, поскольку рассматриваемый сейчас в России вариант поддержки не предусматривает механизмов автоматического снижения надбавки за электроэнергию от ВИЭ при повышении рыночных цен.

Таким образом, в современной рыночной ситуации развитие возобновляемой энергетики возможно только при поддержке государства и создания экономических инструментов, компенсирующих инвестиционные затраты. Выбранный правительством ФРГ метод установления гарантированных ставок оплаты электроэнергии, произведенной на базе ВИЭ, требовал создания механизма возмещения финансовых затрат тем субъектам, которые будут обязаны оплачивать электроэнергию от ВИЭ по ставкам значительно выше рыночных. С этой целью была введена надбавка к стоимости продукта, оплачиваемая конечным потребителем, ориентированная на равномерное распределение этих затрат на всех потребителей электроэнергии. Согласно методике надбавка зависит от разницы между рыночной стоимостью возобновляемой электроэнергии и ее стоимостью, определенной законом.

Методика определения надбавки носит прогнозный характер, предусматривая прогноз производства электроэнергии от различных видов ВИЭ, однако имеет корректирующие механизмы,

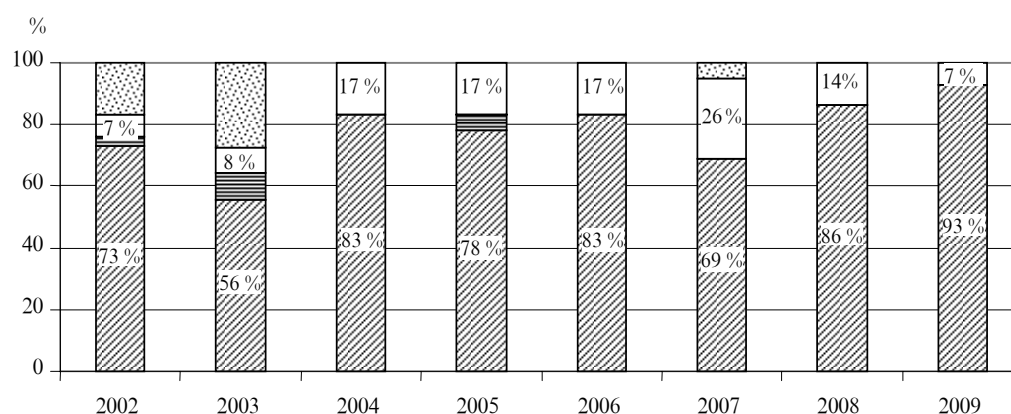


Рис. 3. Доля надбавки EEG-Umlage в общем росте ежемесячной оплаты за электроэнергию за 2002–2009 гг. (для конечного потребителя с годовой потребностью 3500 кВт·ч).

(▨) – налоги на электроэнергию; (□) – EEG-Umlage; (▤) – KWKG-Umlage;
(▧) – затраты на производство, передачу и реализацию электроэнергии

ориентированные на возмещение в итоге только фактически понесенных затрат. Будучи распределенными на всех потребителей в стране, даже с учетом привилегий для крупных энергопотребителей, эти затраты на первоначальном этапе развития ВИЭ не оказывают существенного влияния на конечную стоимость электроэнергии, а доля надбавки EEG-Umlage в конечной стоимости электроэнергии составляет около 5 %. Однако по мере увеличения доли электроэнергии от ВИЭ в общем объеме производства электроэнергии влияние надбавки EEG-Umlage

на цену электроэнергии для потребителей становится существенным.

Опыт Германии по стимулированию развития ВИЭ и компенсации затрат на это может быть использован и для России, естественно, в адаптированном виде, с учетом особенностей российской экономики. Используемый в Германии механизм компенсации затрат имеет преимущество в части ориентированности на возмещение за счет потребителей только разницы между рыночной ценой электроэнергии от ВИЭ и ценой, гарантированной государством.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Wenzel, B.** Ermittlung bundesweiter, durchschnittlicher Strombezugskosten von Elektrizitätsversorgungsunternehmen [Electronic resource] / B. Wenzel, J. Diekmann; Ingenieurbüro für neue Energien (IfnE); Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW). – 2006. – Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: http://www.erneuerbare-energien.de/files/pdfs/allgemein/application/pdf/studie_strombezugskosten.pdf (дата обращения: 11.09.2010).

2. EEG-Umlage 2010. Analyse der Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages [Electronic resource] // Aktueller Begriff. – Nr. 21/10. (25. März 2010). – Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: http://www.bundestag.de/dokumente/analysen/2010/EEG-Umlage_2010.pdf (дата обращения: 05.10.2010).

3. Amprion/EnBW/transpower/Vattenfall (2009): Prognose der EEG-Umlage nach AusglMech V. [Electronic resource]. – Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: http://www.eeg-kwk.net/cps/rde/xbcr/eeg_kwk/2009_10_15_konzept_prognose_eeg-umlage_nach_ausglmechv.pdf (дата обращения: 11.10.2010).

4. 50hertz/Amprion/EnBW/tennet (2010): Prognose der EEG-Umlage nach AusglMech V [Electronic resource]. – Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: http://www.eeg-kwk.net/cps/rde/xbcr/eeg_kwk/2010_10_15_Foliensatz_zur_Veroeffentlichung_final.pdf (дата обращения: 10.01.2011).

5. Einfluss der Förderung erneuerbarer Energien auf Haushaltstrompreis in den Jahren 2009 und 2010 β einschl. Erster Ausblick auf das Jahr 2011 [Electronic resource] // Referat KI III 1 “Allgemeine und grundsätzliche Angelegenheiten der erneuerbaren Energien”. (дата обновления: 13.07.2010). BMU. 2010. – Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: http://www.erneuerbare-energien.de/files/pdfs/allgemein/application/pdf/hintergrund_ee_umlage_bf.pdf (дата обращения: 09.08.2010).

6. **Понкратов, П.А.** Нормативно-правовое обеспечение развития использования возобновляемых источников энергии на основе ФЗ № 35 «Об электроэнергетике» [Электронный ресурс] : доклад на Международном конгрессе «Дни чистой энергии в Петербурге» 15–16 апреля 2010 г. / П.А. Понкратов. – Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: http://www.bellona.ru/filearchive/fil_RusHydro_BELLONA.pdf (дата обращения: 11.01.2011).

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СФЕРЫ УСЛУГ РЕГИОНА

Рыночная экономика требует более интенсивного развития сферы услуг. В состав сферы услуг входят отрасли и предприятия, назначение которых состоит в создании необходимых условий (как материального, так и нематериального характера) и обеспечении жизнедеятельности населения и функционирования производственных объектов.

Развитие сферы услуг имеет очень важное значение для национальной экономики, благотворно влияет на экономическое положение в регионе, стимулируя занятость, пополнение бюджета, инвестиционную активность, а также способствует решению социальных проблем и повышению качества жизни. Но развитие любой сферы деятельности неизбежно требует привлечения финансовых средств как бюджетов различных уровней (для организации самозанятости на биржах труда, для реализации программ развития малого предпринимательства), так и непосредственно предпринимателей, создающих предприятие сферы услуг или инвестирующих в его развитие.

В такой ситуации встает вопрос о социально-экономической эффективности сферы услуг в целом, отдельного предприятия сферы услуг для экономики региона, предпринимателя и населения региона (социума). Социально-экономическая эффективность сферы услуг дает представление об экономической эффективности инвестиционных вложений с учетом достигнутого социального эффекта [1].

Показатели социально-экономической эффективности определяются экономистами через увеличение физического объема оказанных услуг, уменьшение стоимости услуги, снижение текущих затрат организаций, увеличение числа

посещений организаций и другие критерии. Показатели социальной эффективности свидетельствуют о количественной стороне достигнутых социальных целей, таких как возникновение дополнительных услуг, изменение индекса потребительских цен, улучшение качества жизни, уменьшение безработицы, увеличение рождаемости и снижение смертности [2–4]. Индикаторы социально-экономической эффективности в зависимости уровня экономики приведены на рис. 1.

Социально-экономическая эффективность сферы услуг государства как совокупного потребителя услуг, поставщика трудовых ресурсов, получателя налогов при формировании бюджета, на наш взгляд, должна учитывать следующие показатели:

- размер фонда оплаты труда работников предприятия, в том числе отчислений на социальные нужды;
- численность работников предприятий сферы услуг;
- суммы налоговых платежей в бюджеты разных уровней, вносимых предприятием, оказывающим услуги;
- размер инвестиционных вложений в сферу услуг, в частности в расширение материальной базы;
- прибыльность организаций сферы услуг.

Отраслевое развитие сферы услуг может быть отражено следующими показателями:

- среднемесячная начисленная заработная плата;
- рентабельность организаций;
- оборот в расчете на одного работника;
- удельный вес прибыльных организаций;
- доля малых предприятий в их общей сумме;
- инвестиционная активность отрасли.



Рис. 1. Индикаторы социально-экономической эффективности сферы услуг по уровням экономики

Для оценки экономической эффективности сферы услуг, по нашему мнению, целесообразно ввести показатель инвестиционной активности отрасли, который отражает интенсивность осуществления инвестиционных вложений и определяется соотношением суммы инвестиций к объему выручки за тот же период:

$$И_A = \frac{И}{В} 100 \%, \quad (1)$$

где $И_A$ – инвестиционная активность отрасли; $И$ – общий объем инвестиций по отрасли за определенный период; $В$ – объем выручки от реализации в отрасли за тот же период.

Для удобства и быстроты сравнения вышеприведенных показателей рекомендуем использовать комплексный показатель социально-экономической эффективности отрасли:

$$К_{сэj} = \sum_{i=1}^n B_i \frac{P_{ij}}{P_{срj}}, \quad (2)$$

где $К_{сэj}$ – комплексный показатель социально-экономической эффективности отрасли; $i = 1 \dots n$ – исследуемые показатели; j – отрасль народного хозяйства; B_i – коэффициент значимости i -го показателя, доли единицы; P_i – анализируемый

показатель, отражающий социальный или экономический эффект по отрасли; $P_{срj}$ – среднее значение показателя по всем отраслям.

Следует отметить, что набор исследуемых показателей эффективности может быть расширен на усмотрение экспертов в зависимости от целей проводимого исследования. Значимость каждому показателю присваивается по мнению экспертов и основывается на их теоретических знаниях и практическом опыте.

Механизм влияния сферы услуг на экономику и социальное развитие региона схематично представлен на рис. 2.

Для оценки социально-экономической эффективности сферы услуг на уровне региона могут быть использованы показатели:

- доля расходов домохозяйств на оплату услуг;
- расходы на оплату услуг в расчете на одного человека;
- доля занятых в сфере услуг в общей численности населения;
- доля сферы услуг в ВРП региона.

Перечень показателей, по нашему мнению, может быть дополнен в зависимости от целей исследования. В него могут быть включены

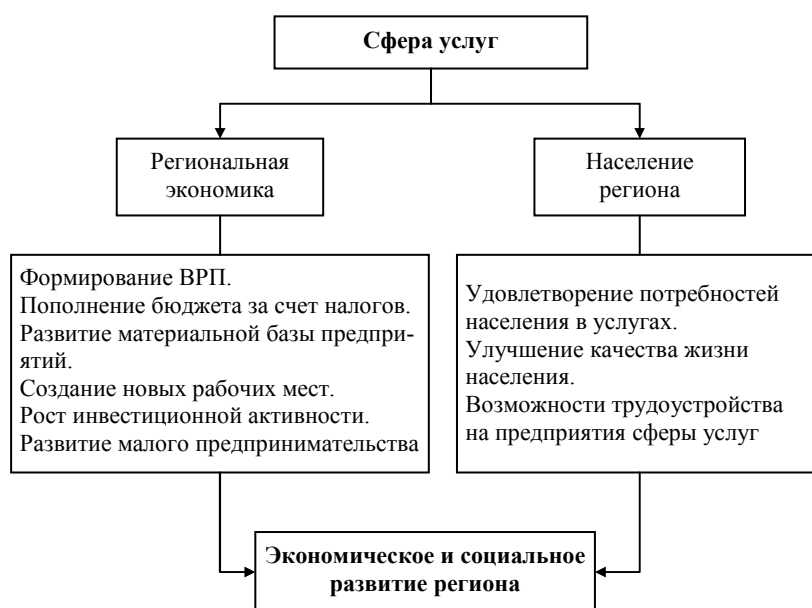


Рис. 2. Механизм влияния сферы услуг на экономику региона

следующие показатели: доля инвестиций в сферу услуг; доля инвестиций в основной капитал в сфере услуг; доля прибыльных организаций в сфере услуг региона; доля малых предприятий сферы услуг и др.

Проведем анализ показателей по регионам ЮФО за 2009 г. Данные для анализа представлены в табл. 1.

Из данных таблицы видно, что лидерами по развитию сферы услуг в ЮФО являются Крас-

нодарский край и Волгоградская область. Для получения более точных результатов рассчитаем комплексный показатель социально-экономической эффективности региона по формуле (2). В данном случае показатель j является регионом ЮФО.

Значимость (весомость) показателей определим следующими значениями:

– доля расходов домохозяйств на оплату услуг B_1 , % – 0,2;

Таблица 1

Анализ социально-экономической эффективности сферы услуг регионов ЮФО за 2009 г. [5]

Показатель	Республика Адыгея	Республика Калмыкия	Краснодарский край	Астраханская область	Волгоградская область	Ростовская область
Доля расходов домохозяйств на оплату услуг, %	22,7	18,6	23,2	20,9	27,1	26,6
Расходы на оплату услуг в расчете на одного человека, руб./чел.	13 581	9978	31 407	21 581	31 856	22 878
Доля занятых в сфере услуг в общей численности населения, %	18,4	20,2	23,7	23,3	25,3	25
Доля сферы услуг в ВРП региона, %	14,1	12,6	17	12,6	16,4	15,3

Таблица 2

Расчет социально-экономической эффективности сферы услуг регионов ЮФО

Регион ЮФО	P_1		P_2		P_3		P_4		$K_{сэ}$
	V_1	$\frac{P_1}{P_{ср1}}$	V_2	$\frac{P_2}{P_{ср2}}$	V_3	$\frac{P_3}{P_{ср3}}$	V_4	$\frac{P_4}{P_{ср4}}$	
Республика Адыгея	0,2	0,95	0,2	0,63	0,2	0,80	0,4	0,93	0,85
Республика Калмыкия	0,2	0,79	0,2	0,46	0,2	0,88	0,4	0,83	0,76
Краснодарский край	0,2	0,97	0,2	1,45	0,2	1,02	0,4	1,13	1,14
Астраханская область	0,2	0,87	0,2	1,00	0,2	1,02	0,4	0,83	0,91
Волгоградская область	0,2	1,14	0,2	1,47	0,2	1,10	0,4	1,09	1,18
Ростовская область	0,2	1,12	0,2	1,06	0,2	1,09	0,4	1,01	1,06

- расходы на оплату услуг в расчете на 1 человека V_2 , руб./чел. – 0,2;
- доля занятых в сфере услуг в общей численности населения V_3 , % – 0,2;
- доля сферы услуг в ВРП региона V_4 , % – 0,4.

Сведем все данные для расчета показателей социально-экономической эффективности регионов ЮФО в табл. 2.

Результаты расчетов по предлагаемой методике показывают, что более высокие развитие и эффективность сферы услуг наблюдаются в Волгоградской области и Краснодарском крае. Ростовская область следует сразу за лидерами и находится на третьем месте. Это говорит о необходимости уделять большее внимание развитию сферы услуг в регионе. К мероприятиям, способствующим развитию региональной сферы услуг, можно отнести: стимулирование инновационной и инвестиционной деятельности в отрасли; обеспечение доступности всех видов услуг с точки зрения территориального размещения, режимов работы и индивидуальных спо-

собов обслуживания (на дому, в общественных местах, по месту размещения бизнеса); применение дифференцированного подхода к ценообразованию с учетом льготных категорий населения; создание сети муниципальных предприятий, оказывающих услуги незащищенным слоям населения и др.

Подводя итог настоящей работе, следует отметить, что развитие сферы услуг порождает потребность в оценке ее социально-экономической эффективности. Большинство экономистов предлагают использовать те или иные показатели как индикаторы эффективности сферы услуг, не прибегая к их комплексной оценке.

В данной статье предложена методика, позволяющая комплексно оценить социально-экономическую эффективность сферы услуг на разных уровнях экономики, в том числе региональном. Оценка эффективности сферы услуг Ростовской области среди регионов ЮФО показала необходимость проведения мероприятий, способствующих ее развитию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Молев, М.Д. Региональная стратегия развития сервиса [Текст] : учеб. пособие для вузов / М.Д. Молев. – Шахты: Изд-во ЮРГУЭС, 2007.
2. Абрамов, С.С. Методы оценки экономической эффективности в отраслях сферы услуг [Текст] / С.С. Абрамов, М.В. Россинская // Перспектива – 2010: матер. междунар. науч. конф. молодых ученых, аспирантов и студентов. Т. 3. – Нальчик: Каб.-Балк. ун-т, 2010. – С. 236–243.
3. Зайнашева, З.Г. Современное развитие сферы

услуг региона [Текст] / З.Г. Зайнашева. – М.: Изд-во МГУС, 2004.

4. Научные и организационно-экономические аспекты генезиса, формирования и развития сферы услуг [Текст] : монография / Д.А. Еделев [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф. А.М. Малинина; ГОУ ВПО «ЮРГУЭС». – Шахты: ГОУ ВПО «ЮРГУЭС», 2009. – 176 с.

5. Официальный сайт Росстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru



РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Модернизация российского здравоохранения на современном этапе развития нашей страны обусловлена необходимостью повышения доступности и качества медицинских услуг. Принятые в последнее время законы Российской Федерации, направленные на изменение системы обязательного медицинского страхования граждан и расширение самостоятельности государственных бюджетных организаций, актуализируют проблемы использования рыночных отношений в здравоохранении. В связи с этим становится важным нахождение допустимых форм модернизации и способов их включения в хозяйственный механизм здравоохранения регионов, а также изменение управленческих процедур в этой сфере.

Современный подход к управлению системой регионального здравоохранения предполагает решение ряда проблем: формирование четкой системы определения целей, ответственности и контроля органов управления за деятельностью организаций, входящих в систему регионального здравоохранения; усиление приоритетной роли государственного финансирования и регулирование охраны здоровья населения в условиях рыночной экономики; сочетание комплексного стратегического и текущего планирования в рамках заданного социально-экономического развития региона.

Модернизация здравоохранения страны предполагает формирование эффективного организационно-экономического механизма его функционирования. В современных условиях такой механизм представляет собой совокупность взаимосвязанных методов и рычагов организационного и экономического воздействия на процессы, связанные с воспроизводством здоровья населения страны и, прежде всего, с производством медицинских услуг. В связи с этим возникает вопрос: каковы будут движу-

щие силы и субъекты подобного обновления, улучшения и каков будет алгоритм этого процесса?

Существуют различные точки зрения по поводу источников, способствующих планируемым изменениям в системе здравоохранения. В первом случае акцент делается на разрешение проблем внутриорганизационных, во втором – внешних по отношению к системе здравоохранения. Необходимо подчеркнуть, что реформирование российского здравоохранения предполагает, с одной стороны, усиление целостности всей системы охраны здоровья населения, с другой – усиление децентрализации всей системы управления, т. е. требует учета конкретных условий и потенциальных возможностей территорий.

Среди факторов, которые формируют потребности населения в медицинских услугах, – половозрастная структура населения, социальная принадлежность, природно-климатические, национально-этнические особенности, характер поселения (мегаполис, город, село и т. д.), наличие и доступность медицинских услуг. Действие этих факторов нельзя абсолютизировать; они влияют кумулятивно, иногда погашая, а часто усиливая друг друга.

В связи с этим можно выделить три группы факторов, которые, с одной стороны, являются результатом социально-экономического развития конкретного региона страны с учетом его природно-географического положения, с другой – эти факторы определяют сегодняшний потенциал региона и должны учитываться при модернизации региональной системы охраны здоровья населения.

Первая группа факторов характеризует уровень здоровья населения. Среди них ключевые – ожидаемая средняя продолжительность предстоящей жизни, а также удельный вес населения

Таблица 1

Индексы физического объема выпуска медицинских и других социальных услуг
(в процентах к предыдущему году) [1, с. 328]

Услуги	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Здравоохранения	100,3	101,0	101,3	101,4	101,3	100,0	100,5
Экономики в целом	107,6	108,0	105,7	108,9	108,8	105,1	92,0

старше трудоспособного возраста и удельный вес городского населения в данном регионе. Вторая группа факторов характеризует состояние материально-технической базы здравоохранения региона, здесь выделяют численность врачей, число больничных коек, мощность амбулаторно-поликлинических учреждений, занятость населения в здравоохранении, объемы финансирования данной отрасли. Третья группа факторов характеризует доходы, которые получает население данного региона, степень неравенства доходов, структуру расходов населения. Особый интерес в этом аспекте представляют такие показатели, как валовой региональный продукт на душу населения, среднедушевые денежные доходы населения, коэффициент Джини, численность населения с доходами ниже величины прожиточного минимума.

В последнее десятилетие российское здравоохранение постоянно увеличивало объем оказываемых медицинских услуг. В то же время необходимо отметить, что физический объем их выпуска в отрасли рос в гораздо меньшей степени, чем это происходило в других отраслях экономики страны (табл. 1).

В кризисном 2009 г. отрасли удалось избежать падения объемов, что во многом предопределено доминирующим в этой сфере государственным сектором и увеличением бюджетных расходов государства. За указанный период времени доля государственного сектора в валовой добавленной стоимости здравоохранения неуклонно возрастала: 2003 г. – 72 %, 2005 г. – 75, 2007 г. – 80, 2009 г. – 81 %. Это показывает, что произошла определенная стабилизация в расширении рыночных отношений в здравоохранении. Роль государства как главного гаранта обеспечения населения медицинской помощью сохраняется, что вполне соответствует бюджетно-страховой модели российского здравоохранения.

В то же время анализ соответствующих данных по субъектам РФ показал, что имеются существенные различия между субъектами как в темпах роста объемов производства медицинских услуг, так и в удельном весе здравоохранения в региональной структуре экономики. Сравнение величин регионального продукта на душу населения в 2008 г. по субъектам РФ показывает интервал колебаний от 38,1 тыс. р. в Республике Ингушетия, 53,6 тыс. р. в Чеченской Республике до 92,8 тыс. р. в Тюменской и 650,2 тыс. р. в Сахалинской области. Удельный вес здравоохранения и предоставления социальных услуг в структуре валовой добавленной стоимости, созданной в регионах, колеблется от 2 % в Республике Татарстан до 12 % в Республике Тыва.

Сопоставление двух обозначенных показателей, отражающих обобщенные значения по федеральным округам Российской Федерации, позволяет увидеть обратную зависимость между ними (табл. 2).

Таблица 2

Валовой региональный продукт на душу населения и удельный вес здравоохранения в структуре добавленной стоимости региона в 2008 г.
[1, с. 335–337]

Федеральный округ	ВРП на душу населения, тыс. руб.	Удельный вес здравоохранения, %
Уральский	396	2,7
Центральный	348	2,8
Северо-Западный	252	4,5
Дальневосточный	239,1	4,9
Сибирский	178,596	4,5
Приволжский	177,124	3,3
Южный	120,028	4,5



Анализ соответствующих данных показывает, что если за данный период шло сокращение общего числа больниц и амбулаторно-поликлинических учреждений, то негосударственный сектор значительно увеличился. В то же время если сравнивать эти изменения по субъектам Российской Федерации, хорошо заметна их разнонаправленность. С 1995 г. произошел рост количества этих учреждений в Москве, Калужской области, снизилось незначительно в Тульской, Ярославской, Мурманской, Томской областях, Республике Ингушетии, Кабардино-Балкарской Республике, Санкт-Петербурге и более чем в два раза в Курской, Вологодской, Волгоградской, Ростовской областях, Республике Бурятия.

Рост негосударственных учреждений произошел, в основном, в Москве и Санкт-Петербурге. Процентная доля негосударственных учреждений среди больничных в 2008 г. составила: Москва – 6,8, Санкт-Петербург – 11, Воронежская область – 5, Самарская область – 10,6, Новосибирская область – 18 [2, с. 193].

Если реформа выступает как изменение существенных сторон объекта или системы, то модернизация – это обновление, приведение системы в более качественное состояние при сохранении ее основных свойств. Применительно к здравоохранению это означает, что в силу определенных факторов социально-экономического и других порядков в функционировании здравоохранения произошли сбои, возникло несоответствие каких-либо параметров. Поэтому необходимо произвести в установленных временных границах корректировку отдельных элементов с целью возвращения системы здравоохранения к оптимальному состоянию. Но возвращение должно произойти не к прежнему состоянию, а к состоянию уже с учетом элементов развития любой динамичной системы, какой можно считать и здравоохранение.

Исходя из этого, можно дать следующее определение организационно-экономического механизма модернизации здравоохранения: это есть совокупность нормативно-правовых актов, организационных мероприятий, направленных на изменение экономического взаимодействия субъектов здравоохранения с целью улучшения

и приведения в соответствие с внешней средой. Иначе, организационно-экономический механизм модернизации здравоохранения формально можно трактовать как некую совокупность алгоритмов, меняющих возможности системы по реализации основных принципов функционирования.

Как соотносятся между собой организационно-экономический механизм функционирования здравоохранения и организационно-экономический механизм модернизации? На наш взгляд, механизм модернизации является составной частью механизма функционирования, так как неразрывно связан с необходимостью повышать эффективность реализации функции, т. е. достижения более высокого уровня здоровья населения. Модернизация всегда предполагает определенный период времени, когда происходит обновление тех или иных сторон системы. По завершении данного периода механизм модернизации встраивается в механизм функционирования и становится его составной частью. Поэтому обособление механизма модернизации значимо и имеет смысл только в пределах указанного периода времени.

Нами рассматривались фактические показатели реализации территориальных программ государственных гарантий по объемам и финансовому обеспечению оказанной медицинской помощи в 2008 г., который являлся докризисным, и поэтому картина не осложнялась финансовыми проблемами и спадом производства. Анализировалась степень зависимости между уровнем заболеваемости и соответственно объемом амбулаторно-поликлинической помощи на одного жителя, объемом койко-дней в больницах и подушевым финансовым обеспечением. Подсчитан простейший показатель тесноты связи – коэффициент корреляции знаков Г. Фехнера. При этом в каждом федеральном округе брались средние для округа значения указанных величин и по каждому субъекту РФ сравнивались знаки отклонения от средних величин.

$$K_{\Phi} = (N_a - N_b) / (N_a + N_b),$$

где N_a – число совпадающих знаков отклонения; N_b – число несовпадающих знаков отклонения от средних величин.

Коэффициент меняется в пределах от -1 до $+1$. Сумма N_a и N_b равна числу субъектов РФ по соответствующему федеральному округу.

Полученные результаты показали, что предполагаемая прямая зависимость между рассматриваемыми факторами в наибольшей мере проявилась в Дальневосточном федеральном (0,1; 0,77; 1) и Северо-Западном (0,8; 0,4; 0,2) округах. Разнонаправленность ряда параметров наблюдается в Центральном ($-0,29$, 0; $-0,29$) и Уральском (0; $-0,5$; 0) округах.

Необходимо отметить, что объем платных медицинских услуг на душу населения в России за последнее время значительно возрос: 2003 г. – 474,5 р., 2005 г. – 773,1, 2007 г. – 1140,7, 2009 г. – 1571 р. [1, с. 551]. Это отражает общую тенденцию роста платных услуг в экономике, о чем свидетельствует стабильность процентной доли платных медицинских услуг в общем объеме (4,8–4,9 %). Судить об изменении уровня цен и тарифов на медицинские услуги достаточно сложно, но официальные данные показывают, что на отдельные группы медицинских услуг происходил значительный его рост. Индекс потребительских цен, в процентах к предыдущему году, менялся следующим образом: 2000 г. – 122,9, 2005 г. – 118,7, 2007 г. – 113,9, 2009 г. – 113,9. Это намного выше годовой инфляции, однако ниже средних цифр, отражающих индекс потребительских цен по всем платным услугам.

При очень низких доходах домашние хозяйства будут минимизировать потребление платных медицинских услуг, ориентируясь в основном на бесплатную медицинскую помощь. При очень высоких доходах на первый план будет выходить желание потребителей получать высокачественные, элитные медицинские услуги, основанные на современных технологиях, будет увеличиваться доля в расходах на потребление этих услуг.

Насколько значима указанная зависимость для российского здравоохранения, исходя из современных социально-экономических условий, и в какой мере будет меняться коэффициент эластичности спроса по доходу? Дать ответ на эти вопросы, значит, очертить границы, в которых будут приняты соответствующие управленческие решения, касающиеся развития здравоохранения соответствующего региона.

Проведенный нами анализ тесноты зависимости между величиной реальных среднедушевых доходов населения и объемом платных медицинских услуг на душу населения позволил рассчитать коэффициент корреляции рангов Спирмена для 2000, 2005 и 2008 гг.

В качестве базы взяты официальные данные по субъектам Центрального федерального округа РФ. Из списка исключены Москва и Московская область в силу существенного их отличия от остальных субъектов. Оставшиеся субъекты представляют из себя достаточно однородные образования по многим параметрам, что усиливает достоверность полученных результатов. Субъекты РФ упорядочены по возрастающим значениям среднедушевых реальных доходов и объемам платных услуг на душу населения [1, с. 174–175; 2, с. 31–32, 353–355].

Для 2000, 2005 и 2008 гг. коэффициент соответственно равен $-0,08$, $0,38$ и $0,48$. Значительное возрастание данного коэффициента по мере роста ВВП страны позволяет предположить, что только при достижении определенного уровня доходов населения их величина становится значимым фактором формирования спроса на медицинские услуги.

Инвестиции в основной капитал здравоохранения и предоставления социальных услуг за последние годы постоянно возрастали. Так, в 2000 г. они составили 29,7 млрд р., в 2003 г. – 43,2 млрд р., в 2009 г. – 183,8 млрд р. В то же время в суммарной величине инвестиций доля их в здравоохранении не только не возросла, но даже стала меньше [1, с. 674–675]. Предполагаемый переход на одноканальную систему финансирования здравоохранения должен привести к большей роли территориальных фондов обязательного медицинского страхования в обновлении основных фондов отрасли. Однако в новом законе о медицинском страховании в тариф на оплату медицинской помощи предлагается включать расходы на приобретение оборудования до 100 тыс. р., что, на наш взгляд, недостаточно. Проведенный анализ соотношения инвестиций в основной капитал и суммарных расходов ТФОМС по Северо-Западному федеральному округу показал, что в 2009 г. наименьшее соотношение этих показателей в Республике



Карелия – 8 % и Ленинградской области – 13 %, наибольшее – в Новгородской области – 41 % и Санкт-Петербурге – 57 % [3, с. 858–859].

Таким образом, речь сегодня должна идти о формировании нового типа государственного управления здравоохранением, который часто называют предпринимательским управлением здравоохранением. Понятие «руководство» в новом государственном менеджменте в сфере здравоохранения заменяется понятием «регулирование» и происходит большая ориентация на рынок медицинских услуг. Следовательно, оценка деятельности государственного управления в сфере здравоохранением выражается в эффективности предоставления медицинских услуг населению, т. е. с ориентацией на конечный результат.

Общий вывод заключается в том, что в субъектах РФ имеются организационные отличия системы обязательного медицинского страхования, что служит одной из причин дифференциации в подушевом финансовом обеспечении территориальных программ государственных гарантий средств из ОМС. Удельный вес средств из ОМС находится в диапазоне от 31 до 72 %. Полученная корреляционная зависимость, свидетельствует: чем выше доля средств ОМС, тем выше доля платных услуг. Подобный вывод, на наш взгляд, подтверждает, что дальнейшее развитие российского здравоохранения должно быть связано не с развитием традиционных рыночных отношений

и усилением конкурентной борьбы между поставщиками медицинских услуг, а с конкретными целевыми государственными приоритетами при использовании квазирыночных механизмов. Квазирыночные отношения складываются как своего рода подобие, имитация рынка, где сохраняются существенное государственное регулирование системы финансирования, ограничение роли ценового фактора, ограничение развития коммерческого сектора.

Рыночные отношения в здравоохранении формируются на рынке медицинских услуг в частном и государственном секторах и связаны, прежде всего, с рынком услуг, медикаментов и других товаров медицинского назначения, других необходимых ресурсов, в частности рабочей силы и капитала. В этом смысле бюджетно-страховая модель российского здравоохранения существенным образом интегрирована в общую экономическую систему страны.

В то же время, не касаясь широкого спектра важных характеристик рыночных отношений, следует подчеркнуть, что само понимание рыночных механизмов означает внимание к взаимодействию спроса, предложения и цен на медицинские услуги. В связи с этим очевидно, что организационно-экономический механизм функционирования здравоохранения региона должен содержать в себе модули, реагирующие на различные параметры формирования спроса и предложения на рынке как медицинских, так и страховых медицинских услуг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Российский статистический ежегодник. 2010 [Текст] : стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – 813 с.
2. Здравоохранение в России. 2009 [Текст] : стат. сб. / Росстат. – М., 2009. – 365 с.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2010 [Текст] : стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – 996 с.

УДК 728 (470.23)

Е.П. Кияткина

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ БАЗЫ В РЕГИОНАЛЬНОМ ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Инвестиционная деятельность в жилищном секторе в условиях перехода экономики России к рыночным отношениям учитывает изменение структуры основных инвестиционных источников: постепенный переход от преимущественно государственного инвестирования к частному с обеспечением необходимой доли социальных гарантий на потребность в жилье для социально незащищенных слоев населения. При моделировании инвестиционной деятельности особое внимание уделяется разработке экономических механизмов как наиболее перспективного направления удовлетворения потребностей в жилье в условиях становления рыночных отношений.

Описание процессов инвестирования осуществляется с применением основных социально-экономических индикаторов, используемых для анализа жилищного сектора: доступность жилья, обеспеченность жильем, очереди на жилье.

Актуальность жилищной проблемы определяется, во-первых, общественной значимостью поставленной цели, во-вторых – степенью приближения к ней: чем выше ее общественная значимость и чем больше дистанция, отделяющая текущее состояние от «идеальной точки», тем больше необходимо средств для ее решения и тем она острее. Обеспеченность жильем относится к числу первоочередных человеческих потребностей, значимость которой осознавалась обществом испокон веков. В условиях рынка значимость этой проблемы не уменьшается, а скорее, увеличивается, так как возрастают требования населения к количеству и качеству жилья. Оценка степени приближения к рассматриваемой цели зависит от используемых измерителей, т. е. от набора региональных социально-экономических индикаторов мониторинга социально-экономического сектора [1].

Основными показателями, на которые опирается экономика регионального жилищного строительства, являются потребители жилищного строительства (потребительская база), среднедушевой показатель обеспеченности жильем, доступность жилья для приобретения.

Чтобы разработать эффективный механизм инвестирования в региональное жилищное строительство, прежде всего необходимо определить потребительскую базу и оценить инвестиционный потенциал потребителей жилья. В рамках решения этого вопроса проведен социологический опрос населения Самарской области, цели которого – выявление потенциального состава и структуры потребителей жилищного строительства, определение их жилищных приоритетов, оценка потенциального объема инвестиций от потребительских групп в жилищно-строительной сфере в условиях развития системы финансирования строительства жилья в регионе.

Для получения достоверных результатов необходимо обеспечить репрезентативность исследования. Репрезентативность выборки достигалась на каждой следующей ее ступени.

Первая, отраслевая, ступень – согласно основным отраслям экономики (предприятия и учреждения, относящиеся в той или иной отрасли в соответствии с подходом, используемым в статистическом сборнике по Самарской области за 2010 г.). Репрезентативность выборки на данной ступени достигалась путем охвата всех отраслей производства, а именно: количество работников, занятых в определенной отрасли, находилось в прямой зависимости от количества анкет, получаемых от респондентов по той или иной отрасли.

Вторая ступень выборки – по предприятиям внутри отрасли. Принцип случайной выборки – каждый элемент совокупности имеет известную,



не нулевую, вероятность стать предметом анализа. Репрезентативность выборки достигалась с помощью использования метода случайной выборки при выборе предприятий, на которых производился опрос.

Третья ступень выборки – по возрастным и половым группам, к которым относятся респонденты. Репрезентативность выборки достигалась через учет половой и возрастной структуры населения, а именно: количество респондентов определенного возраста или пола находилось в прямой зависимости от их реального соотношения.

На основе проведенного опроса населения Самарской области по проблеме улучшения жилищных условий осуществлено оценочное распределение населения по социальным слоям и потребительским группам (табл. 1).

В ходе исследования с учетом происходящих трансформаций российского общества группа объективных критериев-факторов (имущественное и доходное состояние социальных слоев) используется в основном как дополнительная по отношению к самоидентификации опрошенных, т. е. к субъективному критерию. Однако, как видим из рис. 1, субъективный подход (на основе самооценки своего социального статуса) тес-

нейшим образом связан с объективным критерием – душевыми доходами.

Для правильной самооценки своего материального положения существенно важно, каким же представляется респондентам «низший», «средний» и «высший» уровни среднедушевых доходов у окружающих.

По результатам опроса выяснилось, что «социальное дно», бедные – это работники неквалифицированного труда, не имеющие специального профессионального образования, безработные, пенсионеры. У представителей этого социального слоя доходы ниже прожиточного минимума, жилье, как правило, низкого качества.

Следует сразу же отметить, что указанный социальный слой – «социальное дно» не может быть потребительской базой для инвестиционного процесса в жилищное строительство, так как не может сберечь достаточно ресурсов, чтобы накопить и обеспечить выплаты по кредиту при любых условиях накопления и кредитования.

Малообеспеченный слой (группа *G*) – слой, имеющий доходы в пределах прожиточного минимума. Со статусной точки зрения эту группу формируют преимущественно работники

Таблица 1

Потребительские группы в региональном жилищном строительстве
(на примере Самарской области)*

Социальный слой	Потребительская группа	Процентная доля в структуре взрослого населения
Высокообеспеченные	<i>A</i>	2,6
Верхний слой среднего класса	<i>B</i>	4,0
Средний слой среднего класса	<i>C</i>	8,6
Нижний слой среднего класса	<i>D</i>	4,6
Верхняя подгруппа базового слоя общества	<i>E</i>	25,7
Нижняя подгруппа базового слоя общества	<i>F</i>	15,2
Малообеспеченный слой общества	<i>G</i>	25,1
Бедные и «социальное дно»	–	14,2

* По данным Федеральной службы Государственной статистики Самарской области.

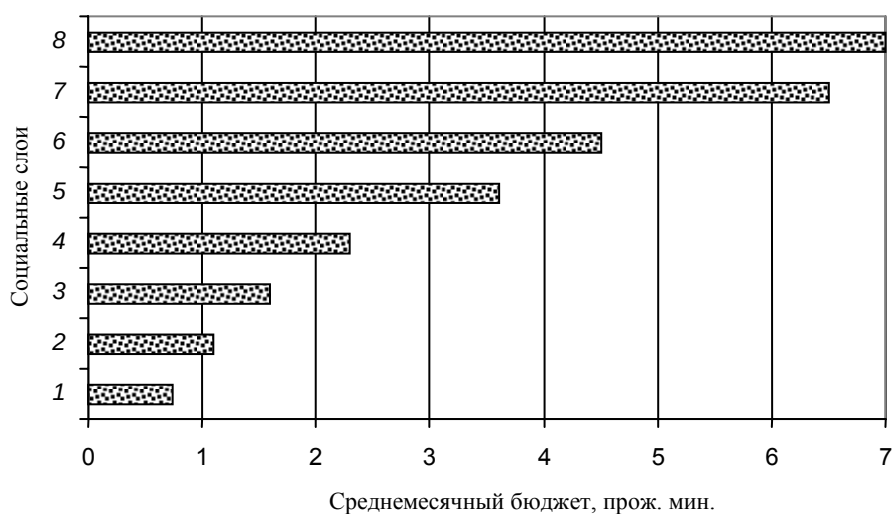


Рис. 1. Среднемесячный бюджет, социальные слои из 2,9 человек у представителей различных социальных слоев

По вертикальной оси рисунка: 1 – бедные; 2 – малообеспеченные; 3 – базовый слой общества (нижняя подгруппа); 4 – базовый слой общества (верхняя подгруппа); 5 – средний класс (нижний слой); 6 – средний класс (средний слой); 7 – средний класс (верхний слой); 8 – высокообеспеченные

(По данным Федеральной службы Государственной статистики Самарской области)

пониженной квалификации, имеющие специальное профессиональное образование. Представители малообеспеченного слоя зачастую не имеют собственного жилья, не способны его приобрести (их доходы не дают возможности откладывать денежные средства на приобретение имущества длительного пользования). В силу данных обстоятельств малообеспеченный слой общества вряд ли сможет быть потребительской базой жилищного строительства.

Базовый слой (группы *F, E*), в западной методологии соответствуют пониманию «lowermiddle», т. е. «уже не бедные, но еще не средние» [2]. Наибольшую долю составляют специалисты различных отраслей производства, имеющие в большинстве своем среднетехническое, а иногда и высшее образование. Нижняя подгруппа базового слоя общества: в среднем на семью приходится от 1,1 до 1,6 прожиточного минимума. Верхнюю подгруппу в базовом слое формируют семьи, чей совокупный месячный доход находится в диапазоне от 1,6 до 2,3 прожиточного минимума. Для представителей базового слоя решить вопрос, связанный со строительством или с при-

обретением жилья, крайне проблематично, особенно для нижней подгруппы базового слоя общества.

Средний класс (потребительские группы *B, C, D*) – это руководители среднего звена, менеджеры, мелкие предприниматели, торговые представители, персонал промышленных предприятий, научные работники, чиновники. Этот слой населения имеет, в основном, высшее образование. В результате проведенного опроса выяснилось, что при достижении отметки 2,3 прожиточного минимума баланс оценок своего благосостояния становится положительным (это нижний слой среднего класса). Начиная, с доходного уровня в 3,6 респонденты оценивают свое положение как «несколько лучшее» (это средний слой среднего класса), а по достижении отметки 4,5–7,5 – как «значительно лучшее», чем у окружающих (это верхний слой среднего класса). Однако по достижении порога в 4,5 прожиточного минимума рост самооценки уровня материального благополучия верхнего слоя среднего класса по сравнению с окружающими резко замедляется, а в некоторых случаях наблюдается

снижение такой самооценки: многие представители верхнего слоя среднего класса, по-видимому, осознают себя неудачниками на фоне элиты общества. Важными вопросами при строительстве или приобретении жилья представителями среднего класса являются: возможность свободного выбора жилья, первоначальный взнос, наличие (отсутствие) необходимости привлечения поручителей, возможность накопления денежных средств для строительства или приобретения жилья, рассрочка платежа, проценты по кредиту.

Высоко обеспеченный слой (потребительская группа *A*) – основой этого слоя являются руководители высшего и среднего звена предприятия, топменеджеры – это высокообразованные люди, имеющие иногда не одно высшее образование. Данный слой общества имеет совокупный месячный семейный доход свыше 7,5 прожиточного минимума.

На сегодняшний день основная часть представителей высокообеспеченного и среднего класса стремится приобрести многокомнатное жилье с улучшенной, индивидуальной планировкой, в частности многоярусную квартиру, квартиру из более четырех комнат, четырех- и трехкомнатные квартиры, что составляет 76,8 % реальных предпочтений потребительской

группы *A*, 69,4 % – потребительской группы *B*, 68,3 % – потребительской группы *C*, 62,3 % – потребительской группы *D*. Что касается такого типа жилья, как индивидуальный дом, то процентная доля реальных предпочтений этих категорий на его приобретение несколько ниже. Это объясняется тем, что потребительские группы *A–D* не способны приобрести столь дорогой вид жилья (завышенная стоимость связана с тем, что технологии индивидуального домостроения у нас сегодня мало развиты). Представители верхней подгруппы базового слоя общества с учетом их материальных возможностей способны приобрести только типовое жилье, причем одно- или двухкомнатные квартиры (80,1 % реальных предпочтений потребительской группы *E*). Предпочтения нижней подгруппы базового слоя общества и малообеспеченных не подкреплены финансовыми возможностями. Потребительские группы *F, G* являются материально не обеспеченными группами, они не способны приобрести жилье. Поэтому эти категории в структуре реальных предпочтений потребительских групп на рынке жилья не представлены (рис. 2).

Здесь необходимо рассмотреть показатели платежеспособности представителей каждой потребительской группы. Так, группы *F, G* имеют очень низкую платежеспособность (см. табл. 2).

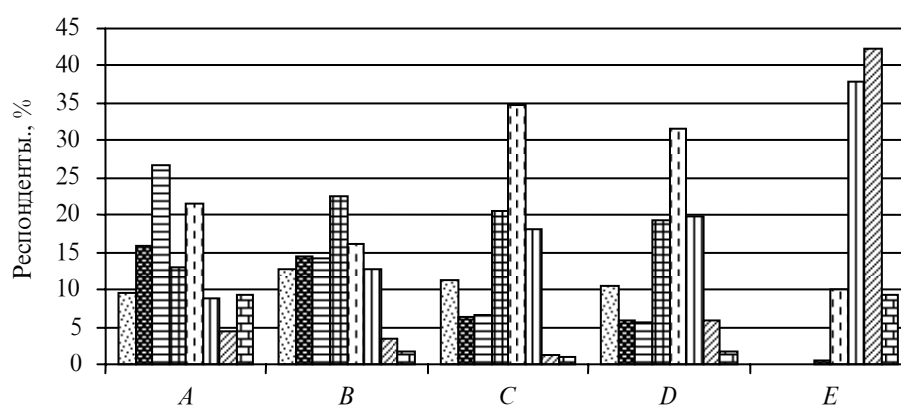


Рис. 2. Структура реальных предпочтений потребительских групп на рынке жилья Самарской области

Последовательно по группам *A–E*: (□) – индивидуальный дом; (■) – четырехкомнатная квартира; (▤) – однокомнатная квартира; (▥) – многоярусная квартира; (▧) – трехкомнатная квартира; (▨) – комната; (▩) – квартира из более четырех комнат; (▪) – двухкомнатная квартира
(По данным социологического опроса потребительских групп Самарской области)

Таблица 2

Показатели платежеспособности представителей потребительских групп
(в среднем по группе, из расчета на одно домохозяйство)

Показатель платежеспособности	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>E</i>	<i>F</i>	<i>G</i>
Взнос жильем (количество комнат)	1,6	2,2	3,1	2,4	1,7	1,0	0,5
Взнос деньгами (тыс. руб.)	207,5	148,9	117,2	95,3	62,4	37,7	20,1
Годовой платеж (тыс. руб.)	67,5	56,1	43,6	37,1	14,6	6,1	4,3
Срок накопления (лет)	0,7	3,6	4,7	6,1	6,8	8,9	9,9
Срок рассрочки платежа (лет)	4,3	6,0	6,2	6,6	7,4	10,1	11,4

Соответственно, данные потребительские группы не могут быть «локомотивом» в развитии регионального жилищного строительства.

Хотя платежеспособность группы *E* ниже платежеспособности групп *A–D*, но она значительно выше, чем групп *F, G*. Поэтому данная категория способна будет участвовать в инвестиционном процессе при строительстве жилья. Потребительская группа *A* может играть решающую роль потребительской базы в силу своей материальной обеспеченности, несмотря на свою малочисленность (1,2 % от всех представителей данной группы желают улучшить и/или приобрести жилье).

Таким образом, в ходе данного исследования сформированы потребительские группы регионального жилищного строительства

по следующим признакам:

- социально-профессиональные позиции (уровень образования, наличие работы);
- материально-имущественное положение, характеризующее не только текущий доход. Временная потеря работы и зарплаты не сразу приводят к переходу в другой социальный слой. Это процесс более инерционный. Кроме того, к экономическим активам относятся сбережения, имущество, недвижимость и т. д.;
- самоидентификация: люди сами оценивают свое положение. Это достаточно точный показатель. Например, если люди, не имея объективных оснований принадлежности к среднему классу, все же относят себя к нему, не называя себя бедными, значит, у них есть ресурсы, которые им это позволяют.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Миронов, С.М.** Анализ проблем государственного регулирования экономики [Текст] / С.М. Миронов // Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. – 2005. – № 1. – С. 9–14.
2. **Петраев, А.В.** Инвестиционная политика региона в условиях транзитивной экономики [Текст] :

дис. ... канд. экон. наук / А.В. Петраев. – Астрахань, 200. – 198 с.

3. **Петрухин, А.Б.** Долгосрочное инвестирование и кредитование жилищного строительства дотационного региона [Текст] / А.Б. Петрухин. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005. – 223 с.



УДК 330:65.02

С.Г. Опарин, В.В. Сулима

РАЗВИТИЕ КОНКУРСОВ НА ПРАВО ЗАКЛЮЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРАКТА НА СТРОИТЕЛЬСТВО ОБЪЕКТОВ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Современная Транспортная стратегия [1] отражает беспрецедентный в мировой истории переход к инновационной рыночной экономике при сохранении государственной собственности на средства производства в сфере транспорта. Стратегическими целями развития транспортной системы являются обеспечение доступности, объема и конкурентоспособности транспортных услуг в соответствии с потребностями инновационного развития экономики России и сбалансированное развитие транспортной инфраструктуры.

Транспортная инфраструктура обуславливает экономический рост и повышение конкурентоспособности национальной экономики. Капитальные вложения предполагается осуществлять в развитие инфраструктуры всех видов

транспорта. В табл. 1 приведены прогнозные значения капитальных вложений в развитие транспортной инфраструктуры в ценах соответствующих лет с НДС на период до 2030 года [1].

Развитие конкурентного рынка транспортного строительства в ближайшее время будет невозможно без публичности и информационной открытости таких показателей, как цена, качество и надежность поставщиков товаров, работ и услуг. Это будет стимулировать развитие свободной конкуренции в экономике транспортного строительства, а оптимальное соотношение «цена – качество – надежность» – спрос на качественные товары, работы и услуги, повышение качества и эффективности транспортного строительства.

Таблица 1

Капитальные вложения в транспортную инфраструктуру, млрд руб.

Транспортная составляющая	2010–2030	2010–2015	2016–2020	2021–2030
Железнодорожный транспорт	58080	7665	12928	37487
Автомобильные дороги	59996	6151	9639	44206
Морской транспорт	9927	689	1475	7763
Внутренний водный транспорт	2868	282	518	2068
Воздушный транспорт	21079	1336	2769	16974
Автомобильный транспорт	9375	548	1204	7623
Промышленный железнодорожный транспорт	2324	274	414	1636
Наземный городской электротранспорт	1394	125	252	1017
Метрополитен	3109	453	624	2032
Комплексные проекты по развитию транспортной системы	2429	772	650	1007
Всего по транспорту	170581	18295	30473	121813

Надежность как показатель применяется для описания свойства готовности поставки безопасных и качественных материалов, оборудования, изделий и конструкций, проведения инженерных изысканий, выполнения проектных, строительных и пуско-наладочных работ, оказания инжиниринговых и консалтинговых услуг.

При формировании инновационной рыночной экономики транспортного строительства возникло немало проблем, требующих научного и практического решения, в их числе проблемы, связанные с размещением заказов на поставку товаров, выполнение работ и оказание услуг для государственных нужд.

В соответствии с Федеральным законом № 94-ФЗ (2005 г.) основной формой размещения заказов в строительстве является аукцион, а решающим фактором при выборе поставщика – цена контракта, предложенная участником аукциона. Практика проведения аукционов выявила целый ряд недостатков, включая наличие недобросовестной конкуренции и сговор участников аукциона, спекулятивный демпинг, ухудшение качества продукции, ограниченные возможности привлечения к торгам квалифицированных поставщиков. Переход к электронному аукциону не решает этих проблем. В этой связи при размещении заказов на строительство и содержание объектов транспортной инфраструктуры наметилась тенденция постепенного возврата к конкурсным процедурам и квалификационному отбору поставщиков.

В данной статье рассматриваются проблемы и перспективы развития конкурсного отбора поставщиков при размещении заказов на поставку товаров, выполнение работ и оказание услуг для государственных нужд по критериям «цена», «качество» и «надежность».

Законодательство в области закупок зарубежных стран использует, как правило, Типовой закон ЮНСИТРАЛ – 1994 [2], международные стандарты в области менеджмента качества серии ИСО 9000:2008 и собственные стандарты. Большинство стран принимают международные стандарты и правила с небольшими поправками или в том виде, в котором они были подготовлены. Типовой закон ЮНСИТРАЛ стал осно-

вой создания правил международных инвестиционных фондов МБРР и Мирового банка.

Для стран ЕС законодательство, регулирующее размещение заказов, выполнение работ и оказание услуг для государственных нужд, подпадает под юрисдикцию положений ЕС о государственных закупках. На международном уровне ЕС является членом ВТО, в рамках которого все страны Евросоюза должны дополнительно соблюдать обязательства по факультативному Соглашению ВТО о государственных закупках (1996 г.).

Решающими факторами при выборе поставщика в странах ЕС являются сроки поставки, качество и надежность. Организация должна оценивать и выбирать поставщиков на основе их способности поставлять продукцию в соответствии с требованиями. Цена продукции должна быть сбалансирована, поскольку при современном развитии технологии производства и уровне производительности труда добиться снижения стоимости продукции практически невозможно, и она различается у разных поставщиков незначительно. Большая роль отводится конкурсам и предварительным переговорам. Предпочтение отдается известным поставщикам, имеющим хорошую репутацию и опыт на рынке, более высокий уровень финансового состояния, производственных возможностей и трудовых ресурсов, более эффективный менеджмент.

Одним из основных принципов в системе государственных закупок Великобритании является принцип окупаемости и экономии средств («Value for Money»), в соответствии с которым основная цель при размещении государственного заказа – достижение максимального результата при наименьших затратах. Наиболее важны в данном случае приемлемость и профессионализм исполнителя.

В США при выборе поставщика руководствуются законами штатов и строительными кодексами, в которых важное место уделяется обеспечению надежности, и часто с меньшей выгодой по цене контракта. По этой причине наряду с конкурсами (тендерами) широкое распространение получают прямые переговоры – биддинг.



Сложившаяся система закупок в большинстве зарубежных стран ориентирована на достижение экономичности и эффективности закупок, развитие конкуренции между поставщиками в отношении закупаемых товаров, работ, услуг, на содействие объективности и беспристрастности процесса закупок и общественному доверию.

Опыт государственных закупок в России характеризуется двумя периодами – до и после 2005 г. В период до 2005 г. законодательство строилось на принципах Типового закона ЮНСИТРАЛ с учетом сложившегося к этому времени уровня экономических отношений. Для участия в конкурсе на право заключить контракт поставщики должны были удовлетворять определенным квалификационным требованиям: обладать профессиональной и управленческой компетентностью, надежностью, опытом и репутацией, финансовыми и трудовыми ресурсами, платежеспособностью, оборудованием и производственными возможностями.

С принятием в 2005 г. Федерального закона № 94-ФЗ в системе государственных закупок товаров, работ и услуг наступает период, характеризующийся противоречивостью и неустойчивостью. Отменяются квалификация и надежность поставщика, но уже в 2007 г. Федеральным законом № 218-ФЗ дополнительно вводятся критерии, определяемый как «качество работ, услуг и (или) квалификация участника конкурса при размещении заказа на выполнение работ, оказание услуг». Однако в формате других действующих требований Закона № 94-ФЗ в отношении участников размещения становится ясно, что квалификация поставщика при размещении заказов по-прежнему не применима. Вместе с тем согласно ИСО 9000:2008 «квалификация поставщика – это демонстрация его способности выполнить требования».

Основной формой размещения заказов в строительстве становится аукцион, а решающим фактором при выборе поставщика – цена контракта, предложенная участником аукциона. Практика широкого применения аукциона, включая его электронную форму, показывает, что он не выявляет конкурентоспособную рыночную стоимость продукции, не обеспечивает

результативность и эффективность использования бюджетных средств.

В условиях сложившейся ситуации с 2008 г. происходит постепенный возврат к конкурсным процедурам и квалификационному отбору поставщиков. Поводом послужило письмо Минэкономразвития РФ и ФАС [3] с разъяснением положений Закона № 94-ФЗ по размещению заказов на выполнение работ, относящихся к архитектурно-планировочным работам, разработке проектной документации и технико-экономического обоснования, где причиненный ущерб от аукционов наиболее очевиден. Также с этого времени расширяются возможности организации по проведению конкурса на проектно-исследовательские работы.

Федеральным законом № 308-ФЗ (2008 г.) возвращается право конкурсной комиссии при рассмотрении заявок по критерию «качество работ, услуг и (или) квалификация участника конкурса» оценивать деловую репутацию поставщика, наличие у него опыта выполнения работ (оказания услуг), производственных мощностей, технологического оборудования, трудовых и финансовых ресурсов, иных показателей, необходимых для выполнения работ (оказания услуг).

Важный этап развития конкурсов – принятие в 2009 г. Правил оценки заявок на участие в конкурсе на право заключить государственный или муниципальный контракт [4]. Правительством РФ устанавливаются порядок оценки заявок на участие в конкурсе, содержание и значимость критериев оценки, способ выявления лучших условий исполнения контракта. Вместе с тем, как показывает практика проведения конкурсов, действующие Правила содержат целый ряд недостатков.

Во-первых, при определении рейтинга заявок на участие в конкурсе по критерию «цена контракта» используется только начальная (максимальная) цена контракта, что порождает возможность установления демпинговой цены контракта по результатам конкурса. В рейтинговой оценке не используется минимально допустимая цена контракта, соответствующая некоторому обоснованному уровню себестоимости товара, работ, услуг.

Во-вторых, установленные ограничения по значимости критериев оценки конкурсных заявок «цена контракта», «функциональные характеристики», «качество работ» и др. не обоснованы и не соответствуют целям конкурсного отбора поставщика, предложившего лучшие условия исполнения контракта.

В-третьих, Правила не содержат методических рекомендаций по выбору и применению в оценке конкурсных заявок нескольких функциональных или качественных характеристик товара, а также перечня показателей качества и (или) квалификации участника конкурса.

В-четвертых, при определении рейтинга заявок по показателям качества и (или) квалификации участников конкурса методом экспертных оценок не производится оценка согласованности мнений экспертов.

Некоторые положения Правил признаны недействительными решением Высшего арбитражного суда РФ [5]. В частности, положение п. 60 Правил об оценке заявок со сроком поставки, равным менее половины максимального срока поставки, установленного в конкурсной документации, при котором заявке присваивается рейтинг, равный 50. Судьи признали, что данное положение не соответствует требованиям п. 2 ст. 28 Федерального закона № 94-ФЗ и целям выявления лучших условий исполнения государственного контракта.

Указанные недостатки являются существенными и свидетельствуют о необходимости совершенствования и развития конкурсов на право заключения государственных контрактов на строительство и содержание объектов транспортной инфраструктуры.

Далее рассмотрим инерционный и инновационный варианты развития конкурсного отбора поставщиков при размещении заказов на строительство и содержание объектов транспортной инфраструктуры.

Инерционный вариант развития предусматривает постоянное улучшение процедуры конкурсного отбора путем последовательного устранения выявленных недостатков.

При инерционном варианте развития, в частности, возможно предупреждение демпинга путем обоснования и установления в конкур-

сной документации минимально допустимой цены контракта как некоторого обоснованного рыночного уровня себестоимости товара, работ, услуг.

В этом случае рейтинг R_{ui} , присуждаемый i -й заявке на участие в конкурсе в баллах, имеет вид

$$R_{ui} = \frac{C_{\max} - C_i}{C_{\max} - C_{\min}} \cdot 100, \quad (1)$$

где $C_{\max}$ – начальная (максимальная) цена контракта, тыс. руб.; $C_{\min}$ – минимально допустимая цена контракта, тыс. руб.; C_i – цена контракта, предложенная в i -й заявке на участие в конкурсе, тыс. руб. ($C_{\min} \leq C_i \leq C_{\max}$); $i = 1, \dots, m$ – номер заявки, определяемый при регистрации (m – число заявок).

Применение в рейтинговой оценке минимально допустимой цены контракта в виде (1) позволяет практически исключить риск установления демпинговой цены контракта по результатам конкурса.

Инерционный вариант развития процедуры конкурсного отбора приводит далее к необходимости снятия необоснованных ограничений по значимости критериев, установленных Федеральным законом № 94-ФЗ и Правилами [4]. В соответствии с действующим законодательством значимость критериев «функциональные характеристики» и «качество работ» в общем случае не может превышать 20 %, значимость критерия «сроки поставки» – не более 10 %, а значимость критерия «цена контракта» не может быть менее 35 %.

Значимость критериев оценки заявок на участие в конкурсе должна устанавливаться заказчиком и специализированной организацией на основании предмета, целей и условий размещения заказа, технических регламентов, стандартов организации и (или) предварительно проводимой процедуры экспертной оценки.

На наш взгляд, Правила необходимо дополнить методическими рекомендациями по выбору и применению в оценке нескольких функциональных (качественных) характеристик товара, перечня показателей качества и (или) квалификации участника конкурса. На



практике это потребует разработки базовых требований и создания информационных баз данных, но обеспечит корректность применения метода экспертного опроса, сопоставимость и оценку заявок по показателям качества и надежности.

В случае применения нескольких показателей качества работ и (или) квалификации участника конкурса рейтинг R_{ci} в баллах, присуждаемый i -й заявке по данному критерию, определяется по формуле

$$R_{ci} = \sum_{j=1}^k B_{ij}, \quad (2)$$

где B_{ij} – среднее арифметическое оценок в баллах всех членов конкурсной комиссии, присуждаемых i -й заявке по j -му показателю качества,

$$B_{ij} = \frac{1}{n} \sum_{v=1}^n B_{ijv}, \quad (3)$$

(B_{ijv} – оценка в баллах v -го члена конкурсной комиссии, присуждаемая i -й заявке по j -му показателю качества; n – количество членов конкурсной комиссии, экспертов); k – количество показателей качества, установленных в конкурсной документации.

Порядок выбора и применения в оценке нескольких функциональных или качественных характеристик товара, перечня показателей качества и (или) квалификации участника конкурса может быть установлен стандартом организации (СТО) или организационно-распорядительным документом.

При определении экспертных оценок B_{ijv} , присуждаемых членами конкурсной комиссии в баллах, с высокой степенью вероятности возможна несогласованность мнений членов конкурсной комиссии (экспертов). Хотя бы потому, что в соответствии с действующим законодательством при числе членов комиссии не менее пяти квалификационные требования предъявляются лишь к одному эксперту.

Рейтинг заявок по критериям качества и (или) квалификации необходимо устанавливать, предварительно оценивая согласованность мнений членов конкурсной комиссии по каждому j -му показателю и значению коэффи-

циента конкордации W_j , предложенного Кендаллом:

$$W_j = \frac{12S_j}{n^2(m^3 - m)}, \quad (4)$$

$$S_j = \sum_{i=1}^m \left(\sum_{v=1}^n R_{ijv} - \frac{n(m+1)}{2} \right)^2,$$

где S_j – сумма квадратов отклонений всех оценок рангов каждой заявки от среднего значения по j -му показателю качества; n – количество членов конкурсной комиссии (экспертов); m – число заявок на участие в конкурсе.

Таким образом, инерционный вариант развития позволяет в определенной мере улучшить процедуру конкурсного отбора, установленную Правилами. Однако проблема заключается в том, что действующие Правила не содержат критерии и способы оценки готовности участников конкурса поставлять товары, работы, услуги в соответствии с требованиями.

Инновационный вариант развития конкурсов на право заключения контракта ориентирован на интегральную оценку надежности участников конкурса, т. е. их готовности поставлять товары, выполнять работы и оказывать услуги в соответствии с требованиями, условиями контракта и конкурсной документации.

Имеющийся положительный опыт участия российских компаний в международных проектах и схемах государственно-частного партнерства свидетельствуют о преимуществах конкурсного отбора по критерию надежности поставщика.

В инновационном варианте развития конкурсов и оценке надежности поставщика открываются возможности реализации следующих практически важных системообразующих принципов отбора.

1. Ориентация на потребителя и процессный подход, при котором ожидаемые результаты и эффекты оцениваются в натуральных и относительных показателях, что обеспечивает возможность объективной и достоверной оценки надежности поставщика.

2. Обеспечение качества – создание уверенности, что требования к качеству будут выполнены, и улучшение качества – увеличение способности поставщика выполнять требования

к качеству. Оценка надежности поставщика прямо ориентирована на результативность (степень достижения запланированных результатов) и эффективность (связь между достигаемым результатом и использованными ресурсами) без промежуточной стилизации результатов и эффектов безразмерными величинами или баллами, как это принято в действующих Правилах.

3. Квалификация участников конкурса по установленным критериям пригодности, соот-

ветствию требованиям конкурсной документации. Данный принцип предполагает использование квалификационных критериев пригодности участника конкурса в виде (табл. 2).

$$k_p(t) \geq K^o, \quad (5)$$

где $k_p(t)$ – значение квалификационного показателя надежности в расчетный период $t \in [0, T]$; K^o – требование по надежности (нормативное значение показателя).

Т а б л и ц а 2

Квалификационные критерии и показатели надежности

Критерии надежности	Показатели надежности
Обеспечение контракта	Обеспечение контракта (залог) согласно ФЗ-94. Банковская гарантия и (или) поручительство. Страхование гражданской ответственности и рисков. Членство в СРО (ответственность перед компенсационным фондом). Ответственность по контракту (неустойка, штраф). Гарантии по сроку и объему, влияющие на стоимость активов
Финансовое состояние	Стоимость активов (чистых, ликвидных или оборотных). Наличие финансовых ресурсов. Платежеспособность. Ликвидность. Финансовая устойчивость. Деловая активность. Готовность работы без предоплаты. Возможность отсрочки платежей
Производственные возможности	Наличие производственных мощностей. Наличие технологического оборудования. Техническое оснащение оборудованием и материалами. Наличие резервных мощностей и запасов. Удаленность от заказчика. Объемы работ, выполняемых собственными силами
Трудовые ресурсы	Квалификация руководителей и специалистов. Наличие работников, их компетенции и опыт работы. Наличие работников рабочих профессий. Текущий кадров
Система менеджмента качества	Наличие сертификата в области менеджмента качества. Наличие свидетельства о допуске СРО. Наличие системы управления качеством. Наличие системы обеспечения качеством. Наличие мероприятий по повышению качества
Деловая репутация и опыт	Количество лет успешной работы на рынке. Наличие связей с высокой деловой репутацией. Отсутствие в реестре недобросовестных поставщиков. Результаты судебных споров. Наличие опыта выполнения работ, оказания услуг. Случаи нарушения объемов поставки. Нарушение установленных ранее сроков поставки



Решение о применении отдельных показателей и критериев для квалификации поставщика принимается с учетом рыночной ситуации, требований конкурсной документации и существенных условий государственного контракта.

4. Обеспечение конкурентоспособности заявки участника конкурса, предложившего лучшие условия исполнения контракта по своей готовности поставлять товары, работы, услуги в соответствии с требованиями. Данный принцип обеспечивает выбор более надежного поставщика, который на момент проведения конкурса вызывает наибольшее доверие и демонстрирует более высокую степень готовности исполнения контракта.

В целях конкурсного отбора используются критерии превосходства участника конкурса в виде (табл. 3)

$$k_{1p}(t) > k_{2p}(t) > \dots > k_{np}(t), \quad (6)$$

где $k_{np}(t)$ – значения показателя, характеризующего надежность n -го поставщика.

5. Сопоставимость результатов оценки по интегральным показателям и критериям надежности участников конкурса. Реализация данного принципа на практике является наиболее сложной, но важной, поскольку используемая в Правилах линейная свертка рейтингов заявок в баллах не обеспечивает сопоставимости результатов конкурсного отбора. Во всех случаях требуются предварительные исследования, детальная подготовка исходных данных и распределений.

Таблица 3

Показатели надежности поставщика на этапе конкурсного отбора

Критерии надежности	Показатели надежности
<i>Детерминированные</i>	
Обеспечение контракта	Приведенный размер обеспечения контракта
Финансовое состояние	Стоимость активов (чистых, ликвидных, оборотных). Коэффициенты покрытия, общей платежеспособности, текущей ликвидности, маневренности, обеспеченности собственными средствами, оборачиваемости оборотных активов, финансовой независимости в формировании оборотных активов
Производственные возможности	Производственные мощности. Резерв и запасы. Коэффициент готовности производства
Система менеджмента качества	Наличие сертификата в области менеджмента качества. Наличие и содержание системы обеспечения качества. Наличие и состав мероприятий по повышению качества
<i>Вероятностные</i>	
Надежность поставщика	Гарантированная вероятность: поставки товара, работ, услуг на условиях конкурсной документации, распределения ответственности и рисков; выполнения требования по функциональной или качественной характеристике товара, качеству работ, услуг; выполнения требования задания по объему поставки; выдерживания срока поставки (графика работ); выполнения соглашения по цене контракта; предоставления гарантии по срокам поставки; выдерживания установленного регламента сдачи–приемки выполненных работ

Для получения сопоставимых результатов с приемлемой для практики точностью и достоверностью необходимо переходить к процессному подходу, вероятностной оценке надежности, методам статистического и дискретного моделирования. Это обеспечит получение распределенной интегральной оценки надежности участников конкурса и поддержку принятия обоснованных решений, квалификацию и выбор поставщика;

6. Учет факторов, уклонение от рисков и (или) снижение рисков, обусловленных неопределенностью условий обеспечения контракта, привлекаемых активов и производственных возможностей, текущего финансового состояния участников конкурса, ценообразования и графика поставок. Неопределенность как неполнота, неточность или случайность данных порождает возможность неисполнения или ненадлежащего исполнения требований, условий контракта и конкурсной документации.

Итак, в сложившихся условиях развитие конкурсов на право заключения государственного контракта при размещении заказов на строительство объектов транспортной инфраструктуры происходит по инерционному варианту, ориентированному на постоянное улучшение действующей процедуры конкурсного отбора поставщиков. «Мы следуем указаниям Президента РФ и Правительства РФ – не разрушать достигнутые положительные результаты, а совершенствовать законодательство (94-ФЗ), оставив в нем самое лучшее, исключив существующие недостатки», – заявил глава ФАС России И. Артемьев на пресс-конференции 24 февраля 2011 г. Сложно судить о корректности данной ссылки, поскольку в ноябре 2010 г.

Президент РФ подверг резкой критике действующую систему государственного заказа, при которой государство теряет более 1 трлн р. в год. Минэкономразвития РФ также выступает за радикальные изменения законодательства о государственных закупках, предлагая свою концепцию закона «О федеральной контрактной системе». По замыслу закон о ФКС должен заменить защищаемый ФАС действующий закон № 94-ФЗ. По-видимому, действительно нельзя улучшить изначально некачественный закон.

Рассматриваемый в статье инновационный вариант развития конкурсов ориентирован на выбор поставщика по интегральному показателю готовности поставки товаров, работ, услуг в соответствии с требованиями, условиями контракта и конкурсной документации. Показатель готовности отражает степень надежности участников конкурса в выполнении требований поставки товаров, работ, услуг с учетом количественных характеристик неопределенности и риска.

В целях инновационного развития конкурсов необходимо переходить к вероятностной оценке надежности участников конкурса, основанной на процессном подходе и современных методах статистического моделирования. С необходимостью для практики точностью и достоверностью это обеспечит обоснованный выбор поставщика на условиях конкурсной документации с учетом обеспечения контракта, производственных возможностей, финансового состояния и трудовых ресурсов поставщика.

Надежность характеризует возможности, которыми мы можем активно управлять и которые мы должны использовать в достижении конкурентоспособности, качества, результативности и эффективности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года [Текст] : утв. Распоряж. Правительства РФ № 1734-р от 22.11.2008 г.
2. Типовой закон Комиссии ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ) о закупках товаров (работ) и услуг, 1994 г. [Текст].
3. О способах размещения заказов на выполнение работ, относящихся к архитектурно-планировочным работам, разработке проектной документации и технико-экономического обоснования [Текст]: Письмо Минэкономразвития РФ № 3663-АП/Д05 от 27.03.2008 г.

и ФАС № ИА/6294 от 25.03.2008 г.

4. Правила оценки заявок на участие в конкурсе на право заключить государственный или муниципальный контракт на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных или муниципальных нужд [Текст] : утв. Пост. Правительства РФ № 722 от 10.09.2009 г.

5. Правила оценки заявок. Некоторые положения недействительны [Текст] // Учет в бюджетных учреждениях. – 2011. – № 4. – С. 54–56.



НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ КАК ФАКТОР СТОИМОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ

Не так давно чтобы быть лидером, требовалось производить много и качественно, иметь доступ к административным и финансовым ресурсам. Теперь одним из ключевых факторов, влияющих на успех деятельности практически любой организации, особенно по вопросам привлечения инвестиций, создания стратегических альянсов, переговоров о возможном партнерстве и т. д., является ответ на вопрос о том, какова величина капитализации активов. Поэтому сегодня управление ростом стоимости активов бизнес-сообщества выступает основой для успеха деятельности в будущем.

Особое значение в этой связи приобретает качество управления стоимостью бизнеса. Именно оно зачастую является определяющей предпосылкой успеха в современной конкурентной среде. Современная концепция управления бизнесом ориентируется на стоимостной подход в принятии решений.

Особо важную роль управление стоимостью играет в реальном секторе экономики. Недооцененность этого подхода приводит к проблемам развития, привлечения инвестиций и снижению конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. В то же время ясное понимание стоимости и навыки оценки и управления дают ориентиры для принятия верных решений в бизнесе, являются предпосылками успеха в современной конкурентной среде.

Для правильного управления стоимостью бизнеса необходимо понимать, что сегодня организации действуют и конкурируют на четырех рынках – на рынках товаров и услуг; корпоративного управления и контроля (соперничество за влияние и контроль над организациями, угрозы поглощений); капитала (конкуренция за привлечение инвестиций и интерес инвесторов, кредиты); рабочей силы (конкуренция за имидж

компании и возможность привлечения эффективных менеджеров).

Грамотное управление стоимостью бизнеса может помочь региону выигрывать на каждом из этих рынков и привлекать все новых инвесторов.

Акцент на изменении подхода к управлению компаниями в направлении повышения капитализации активов имеет важное практическое значение.

Во-первых, рыночная стоимость – лучшая из известных мер измерения результатов деятельности, так как она отражает реакцию рынка на успех или неуспех деятельности компаний.

Во-вторых, держатели акций – единственные участники организации, которые заботятся о максимальном повышении своего благосостояния, одновременно способствуют повышению благосостояния всех других. Данный тезис сегодня весьма актуален, что подтверждается практикой деятельности западных корпораций, где в отличие от отечественной практики различные группы субъектов – собственники (акционеры), менеджеры, работники предприятия зачастую преследуют различные цели, не создающие, а уменьшающие стоимость.

В-третьих, компании, работающие неэффективно, а следовательно, имеющие снижающиеся показатели капитализации рыночной стоимости, неизбежно столкнутся с их поглощением конкурентами.

При этом, как уже отмечалось, увеличение рыночной стоимости компаний, действующих в регионе, имеет положительное значение не только для акционеров. Оно соответствует и долгосрочным интересам других заинтересованных сторон: успешно действующие организации создают сравнительно больше стоимости для всех участников (потребителей, работников,

государства, поставщиков капитала, инвесторов, стратегических партнеров и т. д.).

Данный концептуальный подход:

- способствует улучшению прозрачности (прозрачности) компаний, действующих в регионе;
- позволяет согласовывать интересы многих заинтересованных лиц;
- способствует развитию отношений с инвесторами, аналитиками и заинтересованными лицами;
- улучшает стратегические коммуникации;
- содействует инвестициям, направленным на создание стоимости;
- повышает эффективность распределения ресурсов и т. д.

Современный мир – это мир непрерывных изменений. Инновации жизненно важны для успехов в конкуренции, особенно инновации в управлении. Именно поэтому новая парадигма управления, получившая развитие в последнее десятилетие и делающая особый акцент на управлении нововведениями и на управлении нематериальными активами, которые в значительной степени служат источниками большинства технологических, технических и продуктовых нововведений, заслуживает все большего распространения, в том числе и в России.

Изучение работы фондового рынка и динамики рыночной капитализации многих зарубежных компаний показало, что за последние два десятилетия проявился существенный разрыв между стоимостью предприятий, зафиксированной в их балансовых отчетах, и оценкой стоимости компаний инвесторами. Так, уже в 1992 г. около 40 % рыночной стоимости среднестатистической американской компании не находило своего отражения в балансовой отчетности, а к концу XX в. за счет увеличения удельного веса нематериальных активов это соотношение составило уже 30 : 70 %. И этот разрыв в последнее время демонстрирует все усиливающуюся тенденцию к росту.

Выявленная тенденция все более активно проявляется и в России, что подтверждается исследованиями, проведенными международным исследовательским агентством Millward Brown Optimor. Так, стоимость ведущего бренда Рос-

сии («Билайн») в 2010 г. составила 8,16 млрд долл., стоимость его основного конкурента (МТС) – 9,72 млрд долл. [3].

Согласно оценке национальных брендов агентства MPP CONSULTING по стоимости бренды «Билайн» и «МТС» занимают первые места среди 100 самых дорогих российских брендов, «Балтика» – третье место (2,56 млрд долл.) и т. д.; «вилка» ведущих 100 российских брендов по стоимости – от 7552 млн долл. («Билайн») до 35 млн долл. («Толстяк») [4].

Очевидно, что грамотное управление нематериальными активами способно существенно повлиять на рыночную капитализацию компаний. Отсюда и необходимость уделять управлению нематериальными активами существенно большее внимание, чем это было принято ранее в практике российского менеджмента.

В настоящее время ключевая сфера, на которую в России делаются ставки и возлагаются большие надежды, – инновационная, интеллектуальная сфера. Эффективная экономика в стране немыслима без интеллектуального капитала, чье совершенствование и развитие возможно лишь за счет осуществляемой научно-технической и инновационной политики. Частью такой политики является создание рынка интеллектуальной собственности.

При выполнении ряда условий (таких как способность объекта приносить экономические выгоды в будущем, использование объекта более 12 месяцев), изложенных в Положении по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» 14/2007, интеллектуальная собственность является частью нематериальных активов. И, как отмечалось ранее [1], в составе нематериальных активов учитывается также деловая репутация, возникшая в связи с приобретением предприятия.

В условиях развивающейся рыночной экономики роль интеллектуальной собственности и нематериальных активов постоянно возрастает, так как национальная экономика любой страны не может успешно развиваться без постоянного вовлечения в процесс новых знаний, научных достижений.

Сегодня существует мнение, что нематериальные активы составляют значительную долю



баланса предприятий. Но данный факт относится лишь к предприятиям развитых стран. Так, по данным Счетной палаты РФ в развитых странах доля нематериальных активов составляет 30–35 % общей капитализации государства, а в компаниях этот показатель может достигать и до 70 % против 0,3 % в России [2].

Такая ситуация обусловлена тем, что в России действует некачественная и неполная система учета нематериальных активов и в данной области отсутствует должный государственный контроль. В результате многие активы, не имеющие материально-вещественной формы, недооценены, неправильно оценены или же не учитываются в балансе предприятия.

Большинство российских организаций в силу ряда причин не оформляют должным образом права на созданные результаты научно-технической деятельности и объекты интеллектуальной собственности, и основная масса имеющихся результатов существует в неохраняемом виде.

Также в настоящее время не все субъекты предпринимательства осведомлены о своих правах на объекты интеллектуальной собственности и не представляют реальной выгоды от их использования в своей практической деятельности. А ведь интеллектуальная собственность является одним из важных аспектов развития организации, составляет определенную долю в ее совокупном капитале, играет немаловажную роль в деятельности фирмы.

Опыт научно-технической политики экономически развитых стран свидетельствует о том, что широкомасштабные инвестиции в промышленное освоение разработок возможны только при введении правовых норм, согласно которым структуры, участвующие в финансировании, могут получать исключительные права на результаты научно-технической деятельности.

Интересы региона при реализации интеллектуальной собственности обеспечиваются, главным образом, не за счет ее продаж, а путем расширения конкурентоспособных секторов экономики, увеличения налогооблагаемой базы и повышения занятости населения.

В ходе ведения хозяйственной деятельности происходят разнообразные события, сущест-

венно меняющие роль данного предприятия на рынке. Изменяется рыночная стоимость активов, меняются прогнозируемые денежные потоки от использования активов. Особенно это остро ощущается на рынке интеллектуальной собственности, где прогресс идет с «бешеной» скоростью. Активы предприятий, которые были актуальны сегодня, завтра могут устареть, спрос на них уменьшится, а значит, уменьшится и доход от использования данных активов.

Поэтому для постоянного увеличения капитализации компании, что непосредственно отражается на ее стоимости на фондовом рынке и увеличивает ее привлекательность для инвесторов, необходимо постоянно проводить переоценку нематериальных активов и оценку эффективности их использования.

Компания должна по мере необходимости пересматривать состав нематериальных активов, которые находятся на балансе, так как активы должны приносить пользу и экономические выгоды предприятию. Также необходимо оптимизировать методику переоценки данных активов в связи с условиями и потребностями рынка.

Из вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

1. Одним из условий обеспечения конкурентоспособности является эффективное управление нематериальными активами и интеллектуальной собственностью с целью их вовлечения в гражданско-правовой оборот, поскольку нематериальные активы – это один из наиболее перспективных рычагов стратегического управления хозяйственной деятельностью.

2. Основная проблема российского рынка в том, что достаточно большое количество российских компаний не отражает нематериальные активы в бухгалтерском балансе либо приводит к оценке всего лишь номинальные.

3. Сегодня одним из основных препятствий активного вовлечения нематериальных активов и интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот российских предприятий остается низкий уровень их правовой охраны. При отсутствии адекватной защиты прав на объекты нематериальных активов и интеллектуальной

собственности их создание теряет смысл, стоимость снижается, а управление с целью повышения конкурентоспособности становится неэффективным.

4. В России действует некачественная и неполная система учета нематериальных активов, в данной области отсутствует должный государственный контроль. В результате многие активы, не имеющие материально-веществен-

ной формы, недооценены, не правильно оценены или же не учитываются в балансах предприятий.

5. Интересы региона при реализации интеллектуальной собственности обеспечиваются, главным образом, не за счет ее продаж, а путем расширения конкурентоспособных секторов экономики, увеличения налогооблагаемой базы и повышения занятости населения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Учет нематериальных активов [Текст] : Положение по бухгалтерскому учету 14/2007.

3. **Посредников, М.** Недооцененные активы [Электронный ресурс] / М. Посредников. – Режим доступа: <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/1247008/>

4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.millwardbrown.com/Sites/mbOptimor/BrandZ/Value-D.aspx> (дата обращения: 01.03.2011)

5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interbrand.com/ru/knowledge/branding-studies.aspx> (дата обращения: 01.03.2011)

УДК 669.01

В.А. Салихов

ЭТАПЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ПОПУТНЫХ ПОЛЕЗНЫХ КОМПОНЕНТОВ УГОЛЬНЫХ МЕСТОРОЖДЕНИЙ

Научно-технический прогресс, внедрение научных достижений в различных областях промышленности (авиационной, космической и т. д.) привели к увеличению потребности во многих цветных и редких металлах, но наиболее востребованы эти металлы в металлургической промышленности, где производится около семидесяти различных металлов, а также в машиностроительном комплексе. В последнее десятилетие мировое увеличение добычи: ниобия – на 35 %, тантала – на 15, титана – на 32, меди и сурьмы – на 30, молибдена – на 24, олова и бокситов – на 10 %.

Анализ минерально-сырьевой базы (МСБ) цветных и редких металлов Российской Федерации показывает, что Россия, несмотря на кризисные явления переходного периода, по-прежнему занимает ведущие места по запасам,

добыче и потреблению большинства цветных металлов. В то же время следует отметить: практически все месторождения цветных металлов в России отличаются сложными экономико-географическими условиями эксплуатации, что снижает рентабельность их освоения. Как следствие, доля активных запасов снижается, из-за высоких цен на электроэнергию и транспортные перевозки более половины разведанных месторождений цветных и редких металлов нерентабельны [3]. При этом в связи с постепенным подъемом отечественной промышленности к 2020 г. В стране прогнозируется рост потребления цветных металлов (примерно в 1,5–2 раза). Развития МСБ стратегических редких металлов требуют интересы национальной безопасности. К списку стратегических видов минерального сырья, утвержденному распоряжением Правительства РФ № 50

от 16.01.1996 г., из числа редких металлов отнесены Li, Be, Nb, Ta, TR_Y, Zr, Ge, Re, Sc.

В зонах тектонических нарушений газо-нефтяных, угольных и битуминозных месторождений часто наблюдаются повышенные концентрации Ti, Zr, Y, Co, V и других металлов. Эти металлы успешно применяются для поисков и оконтуривания газо-нефтяных залежей. В США, Венесуэле и Канаде даже проводится промышленная добыча ванадия, содержащегося в нефти [3].

Извлечение ценных цветных и редких металлов возможно из углей и из золо-шлаковых отходов энергетических предприятий. В углях Кузбасса, так же как и в рудах, отмечаются повышенные концентрации ряда ценных металлов – галлия, германия, ванадия, титана, циркония, стронция, цинка, свинца и некоторых других. Эти концентрации достигают единиц, десятков, и сотен граммов на тонну (стронций, титан, цирконий) [3].

В Кузбассе ежегодно накапливается до 15 млн т золо-шлаковых отходов (включая металлургические и другие предприятия), в том числе из 2,6 млн т ежегодного выхода золы и шлака на ТЭС области, 2,4 млн т в виде золо-шлаковых смесей, способом гидроудаления от-

правляется в отвалы (в настоящее время их накоплено ≈ 40 млн т и не менее 20 млн т можно использовать в бетонах и растворах). С учетом относительно невысоких содержаний большинства цветных и редких металлов в углях практический интерес представляют цветные и редкие металлы, содержащиеся в золо-шлаковых отвалах ТЭС (см. таблицу), где их запасы могут составить тысячи и десятки тысяч тонн [3]. Металлы можно извлекать и из зол уноса, где их содержание в 2–3 раза выше, чем в золоотвалах.

Развитие промышленности Российской Федерации в условиях рыночной экономики и, в первую очередь, минерально-сырьевого сектора диктует необходимость разработки принципиально новых методологических подходов и методических положений подготовки, воспроизводства и освоения МСБ металлических полезных ископаемых, в том числе цветных и редких металлов. Значительно возросла необходимость оценки долгосрочных перспектив использования МСБ цветных и редких металлов для предприятий цветной металлургии, машиностроительного комплекса, авиационной и космической промышленности, химической промышленности, в так называемых высоких технологиях и т. д.

Содержание ряда цветных и редких металлов в углях Кузбасса

Металл	Содержание в углях, г/т	Концентрации рекомендуемые к оценке, г/т	Максимальное содержание в золе, г/т	Кондиция для руд, %
Титан	100–500	500	5600	10–15
Цирконий	100–300	500	3000	3
Медь	до 15	100	3700	0,5
Свинец	до 25	50	4800	2
Цинк	10–300	100	16000	1
Барий	200	1000	5800	1
Ванадий	до 50	100	5000	1
Вольфрам	до 3	100	1500	0,5–1
Бериллий	до 1	100	430	0,1
Ниобий	1–3	100	3000	0,1
Галлий	1–3	20	3000	0,04
Германий	до 1	10	2700	0,1

Процессы становления рыночной экономики в Российской Федерации оказывают влияние на многие сферы хозяйственной деятельности государства, в том числе и на геологоразведочную отрасль. Одна из важнейших задач геологоразведки сегодня – геолого-экономическая оценка месторождений полезных ископаемых.

Месторождение полезных ископаемых можно рассматривать как элементарную структурную ячейку МСБ, которая, в свою очередь, рассматривается как важнейшая система в народном хозяйстве страны. Планирование прироста и экономически эффективного использования МСБ производится при разработке и составлении планов по развитию экономики страны в целом. Планирование экономического развития государства осуществляется и в рыночных условиях. При этом для Российской Федерации (с учетом сырьевого характера экономики) большое значение имеет планирование использования МСБ. Прирост запасов полезных ископаемых происходит, в основном, за счет эксплуатации традиционных месторождений полезных ископаемых и за счет использования попутных полезных компонентов руд, вскрышных и вмещающих пород. Поэтому при истощении запасов металлов в рудных месторождениях необходимо планировать их прирост за счет использования комплексных руд и техногенных отходов [2].

Комплексное использование минерального сырья предполагает предварительную геолого-экономическую оценку и составление проекта комплексного освоения конкретного месторождения (например, техногенного месторождения). Подсчет полезных компонентов производится с помощью двух основополагающих методических документов, разрабатываемых и обновляемых ГКЗ начиная с 70-х гг. XX в. Это «Временные требования к подсчету запасов попутных полезных ископаемых и компонентов», а также «Требования к комплексному изучению месторождений и подсчету запасов попутных полезных ископаемых и компонентов». В современной редакции Требований попутные полезные ископаемые и компоненты подразделены на три группы [1].

В первую группу входят: твердые полезные ископаемые, образующие самостоятельные руд-

ные тела и залежи в породах, вмещающих основное полезное ископаемое; жидкие полезные ископаемые (подземные воды); газовые попутные компоненты (например, метан угольных пластов). Во вторую группу включены: попутные компоненты, которые не образуют самостоятельные залежи; компоненты, заключенные в нефти и горючих газах, которые при сепарации выделяются в самостоятельные продукты. В третью группу входят примеси в минералах основных и попутных компонентов (две группы), а также органические, металлические и металлоорганические соединения в углях, металлы в нефти, горючих газах и в подземных промышленных водах.

Комплексная геолого-экономическая оценка месторождений, основанная на учете основных и попутных полезных компонентов, существенно повышает экономический потенциал разведанных запасов, позволяет вести их рациональную разработку, а также способствует введению в эксплуатацию малорентабельных месторождений. При этом согласно рамочной классификации ООН «запасы/ресурсы» должны оцениваться запасы металлов, рентабельность технологий их извлечения, экономические показатели (в первую очередь, цены и спрос на металлы). В настоящее время разработаны технологии извлечения из минерального сырья и отходов многих ценных металлов, прошедшие лабораторные и полупромышленные испытания. Ряд металлов извлекается в небольших количествах промышленным способом (Ge, V, Ti, Zr). Например, извлекается в небольших объемах из хибинских апатитовых месторождений нефелин, сфен для получения титановых продуктов, бадделит для получения циркония [1]. В целом комплексная разработка проводится недостаточно, а накапливаемые отходы добычи и переработки минерального сырья, т. е. техногенные месторождения, также используются в малых объемах. Это объясняется недостаточным финансированием НИОКР и высокой себестоимостью опытных технологий.

Эффективность разработки техногенных месторождений, по нашему мнению, можно оценить с помощью дифференциальных рент I (в сравнении с рудными месторождениями) и II



(в сравнении методов извлечения металлов из отходов минерального сырья). В этом случае проводится экономическая оценка месторождений, что предполагает определение его стоимости, т.е. уровня затрат при разработке техногенного месторождения в сравнении с альтернативными вариантами. При этом учитывается дефицитность цветных и редких металлов, включая и перспективный спрос на них.

Поскольку каждое месторождение полезных ископаемых, в том числе и техногенное месторождение, является уникальным объектом со своеобразными характеристиками, при его исследовании требуется системный и комплексный подход с учетом всех особенностей объекта. При изучении техногенных месторождений следует учитывать особенности распределения попутных полезных компонентов в отходах минерального сырья, наличие лабораторных, опытно-промышленных и промышленных методов извлечения металлов, а также особенности ценообразования и спроса на редкие и цветные металлы в стране и в мире.

Учитывая специфические черты исследуемых объектов, современная методология предполагает и единые, общие правила изучения. В настоящее время при изучении общественно-природных систем (ОПС), в том числе и месторождений полезных ископаемых, рекомендуется применять три этапа исследований – прединвестиционный, технико-экономического обоснования и технико-экономического проектирования [4]. Методический аппарат исследований должен включать в соответствии с требованиями:

- анализ значительных объемов информации за небольшой промежуток времени (например, экспресс-опробование пород, руд, углей, отходов минерального сырья);
- анализ информации на основе определенных критериев;
- сравнение и оценку вариантов развития объекта с учетом задач социально-экономического развития региона в целом.

Целью первого этапа является проведение оценки и анализа состояния объекта на начало исследования. Это позволяет выявить наиболее эффективные направления и варианты социально-экономического развития объекта. На этапе

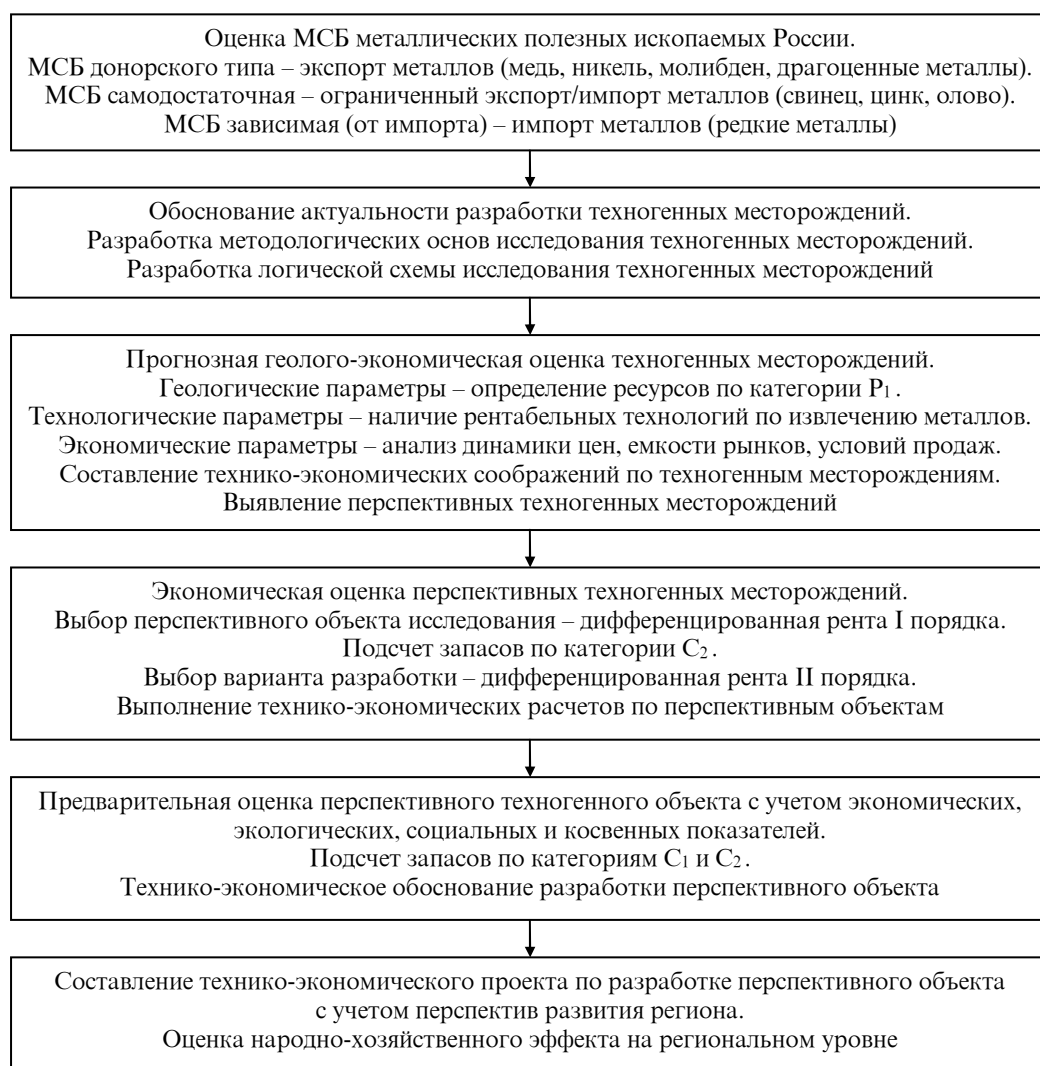
технико-экономического обоснования производится выбор наиболее эффективного варианта, его детальное изучение и обоснование технического проектирования. На последнем этапе исследования реализуется выбранный вариант социально-экономического развития техногенного объекта с учетом перспектив развития региона (см. схему).

При исследовании техногенных объектов особое внимание должно быть уделено анализу минерально-сырьевой базы дефицитных металлов (в регионе, стране, мире), выявлению и изучению признаков кондиционных содержаний ценных металлов в исходных рудах (углях) и минеральных отходах и, в целом, разработке критериев для оценки запасов дефицитных металлов техногенных месторождений.

Для оценки попутных полезных компонентов угольных месторождений и отходов угольной продукции важно определить закономерности распределения металлов в углях по пласту (для возможной селективной выемки), в товарных углях (для продажи с удорожающим коэффициентом) и в накапливаемых золо-шлаковых отходах (для извлечения из них). Не менее важна оценка технологий извлечения металлов в зависимости от вариантов использования углей или их золо-шлаковых отходов.

Особенно важным критерием является экономический эффект от эксплуатации комплексного или техногенного месторождения по сравнению с рудным месторождением. Более точно такой эффект может быть определен с помощью метода построения технологических цепочек, учитывающего значения основных показателей эксплуатации месторождений (себестоимость, объем капиталовложений, содержания металлов, годовая добыча) на всех этапах получения минеральной продукции. При этом величины значений себестоимости и объема капиталовложений суммируются на каждом этапе и сравниваются с «рудными» проектами, а показатели содержаний и годовой мощности сопоставляются с этими проектами на каждом этапе.

В целом проведение экономической оценки ценных металлов техногенных месторождений, в том числе и полезных попутных компонентов



Этапы исследования техногенных месторождений металлов

углей и отходов угольной продукции (таких как Ti, Zr, Ga, Ge, V, W и др.), должно быть основано на учете внутренних (геологической изученности объектов и технологической возможности извлечения металлов), а также внешних (в первую очередь, рыночной востребованности в металлах) факторов.

Таким образом, нами предлагаются следующий поэтапный подход и логическая схема экономической оценки ценных цветных и редких металлов в углях и золо-шлаковых отходах углей Кузбасса с учетом специфических особенностей этих объектов.

1. Оценка состояния минерально-сырьевой базы дефицитных редких и цветных металлов в мире, России и Кемеровской области.

2. Оценка закономерностей распределения ценных металлов на месторождениях Кузбасса в углях по пластам, а также в золо-шлаковых отходах углей.

3. Разработка метода оценки запасов металлов в углях по пластам и в золоотвалах ТЭС.

4. Определение критериев для экономической оценки ценных цветных и редких металлов, содержащихся в углях и в золах углей.

5. Экономическая оценка редких и цветных металлов в углях и в золо-шлаковых отходах углей на основе выявленных критериев.

6. Выбор оптимального проекта по извлечению ценных металлов из углей и золо-шлаковых отходов углей с учетом дифференциальной ренты.



7. Оценка экономических, экологических, социальных и косвенных показателей проекта по извлечению ценных металлов из углей и их золо-шлаковых отходов, накапливаемых на энергетических предприятиях.

8. Оценка перспектив использования ценных металлов, извлекаемых из углей и золо-шлаковых отходов углей, для потребностей про-

мышленности Кемеровской области и Сибирского региона.

Решение первых пяти задач относится к прединвестиционному этапу, шестой и седьмой – к этапу технико-экономического обоснования, а решение восьмой задачи служит основой этапа технико-экономического проектирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Быховский, Л.М.** Комплексная оценка месторождений основа рационального использования минерально-сырьевых ресурсов [Текст] / Л.М. Быховский, В.И. Воропаев // Минеральные ресурсы России. Экономика и управление. – 2004. – № 2. – С. 16–20.

2. **Орлов, В.П.** Геологическое прогнозирование [Текст] / В.М. Орлов. – М.: Недра, 1991. – 166 с.

3. **Салихов, В.А.** Научные основы и совершенствование геолого-экономической оценки попутных

полезных компонентов угольных месторождений (на примере Кузбасса) [Текст] / В.А. Салихов; СибГИУ. – 2-е изд. – Кемерово: Кузбассвуиздат, 2008. – 249 с.

4. Территориальные основы управления. Ч. 2. Системный подход к разработке территориальных основ управления [Текст] / Г.Г. Шалмина, А.В. Загарин, В.И. Татаренко и др.; под ред. Г.Г. Шалминой; СГГА. – Новосибирск, 2003. – 335 с.

УДК 728.1: 351.778.5

Н.А. Ушанова

РЕСУРСНО-ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ПОДХОД К РЕШЕНИЮ ЖИЛИЩНОЙ ПРОБЛЕМЫ МЕГАПОЛИСА

В основе ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы мегаполиса лежит следующая последовательность действий:

- изучение закономерностей изменения цен на жилье во времени;
- оценка и прогнозирование параметров и структуры динамики жилищного строительства;
- измерение платежеспособного спроса и оценка доступности жилья в крупном городе.

В свою очередь, в основе реализации каждого из действий лежит определенная совокупность методов и моделей.

В последние десятилетия ученые неоднократно обращались к анализу факторов, определяющих динамику цен на рынке жилья крупного города.

В зарубежной научной литературе получили развитие четыре методики анализа цен на жилую недвижимость. Так, Дж. Марк, М. Голдберг (1984), А. Хосиос, Дж. Песандо (1991), Т. Кроун, Р. Войт (1992), Д. Гатслаф и Д. Линг (1994) в целях выявления центральной тенденции динамики цен на жилье использовали метод «средней цены». Суть последнего заключается в построении динамических рядов наблюдаемых уровней цен на определенном сегменте рынка жилья крупного города, а также базисных и цепных абсолютных приростов, темпов роста и прироста цен [10]. Данный метод был справедливо подвергнут критике в силу своей ограниченности, так как исключал из сферы анализа все разнообразие факторов, определяющих динамику цен.

Гедонистический метод получил свое развитие в работах Г. Розена (1974), М. Фери (1989), Г. Поляковского (1991), Р. Миза, Н. Уоллеса (1991, 1997) и др. [11]. В основе гедонистического метода лежит концепция, в соответствии с которой жилье состоит из целого набора отдельных элементов, и каждый из них имеет свою неявную цену. Рыночная цена на жилье представляет собой сумму цен отдельных элементов. Зависимость между ценой жилья и выбранными параметрами устанавливается посредством корреляционно-регрессионного анализа. Сложность применения указанного метода в рамках реализации ресурсно-потенциального подхода обусловлена проблемой регрессионного анализа вообще, не позволяющей формализовать все факторы, определяющие динамику зависимой переменной. Для построения корректной модели в каждом конкретном случае необходим тщательный отбор параметров.

Сущность метода повторных продаж заключена в исследовании динамики индексов или темпов роста средних цен жилых помещений, ставших объектом сделки купли-продажи по меньшей мере дважды. Значение средней цены в каждый момент времени представляет собой среднюю арифметическую либо среднюю геометрическую величины. Впервые метод повторных продаж был предложен М. Бейли (1963), а позднее детально разрабатывался в трудах Р. Шиллера (1987, 1989, 1990), Дж. Клэппа, С. Гиэготто, Т. Вонга, П. Зорна (1996) и др. [9]. Использование многофакторного анализа на основе данных о повторных продажах в отличие от базы данных по всем сделкам позволяет с большей степенью надежности вычленить наиболее значимые из факторов, влияющих на ценовую динамику и на процессы, происходящие на рынке жилья крупного города. Возможности данного метода сужает низкая репрезентативность выборки.

Попытку преодолеть указанные недостатки предприняли в 1991 г. К. Кейс и Дж. Куигли, предложив так называемый гибридный метод. Гибридная модель представляет собой систему трех уравнений. Коэффициенты первого получены в результате применения регрессионного анализа к данным о продажах жилых помеще-

ний, которые отчуждались в течение определенного промежутка времени не более одного раза, коэффициенты второго – к данным об объектах, проданных более одного раза, без изменений ключевых параметров, а коэффициенты третьего – на основе данных о жилых помещениях, претерпевших изменения своих характеристик и ставших объектами сделок купли-продажи более чем один раз. В рамках реализации ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы крупного города данный гибридный метод объединил в себе преимущества и недостатки гедонистического метода и метода повторных продаж.

В условиях современной России выбор показателей состояния рынка жилья крупного города и на этой основе индикаторов тенденций его развития и решения возникшей жилищной проблемы всегда представлял собой сложную задачу. В 1990–1992 гг. первые исследователи жилищного рынка крупного города (Н.В. Калинина, Н.Н. Ноздрина, О.С. Пчелинцев, И. Абанкина и др.) прилагали значительные усилия для получения такого показателя, как средняя цена стандартной квартиры. Под средней ценой понималось среднеарифметическое значение либо экспертная оценка средней цены сделок и в качестве допущения – средней цены предложения. Использование этого показателя позволило получить первые оценки сравнительного уровня цен в городах России и доступности жилья для населения этих городов [4].

В 1993–1994 гг., когда вместе с ростом общего уровня цен обнаружилась их резкая дифференциация по типу жилья и местоположению, в качестве основного показателя на практике стала применяться средняя цена предложения одного квадратного метра общей площади квартиры. Были построены первые пространственные модели рынка жилья крупного города, выявлены первые закономерности влияния качества и местоположения квартир на цену, зависимости между темпами роста цен на жилье и инфляции. В связи с тем, что данный подход требовал увеличения объема статистических данных, а рынок отличался беспрецедентной закрытостью, практические аналитики перешли к обработке базы данных о предложениях квар-



тир. В качестве позитивного момента необходимо отметить обработку и публикацию нового (помимо цен) показателя в рамках реализации ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы города – структуры предложения (а иногда и спроса) по типам и районам крупного города.

С 1995 г. в связи прекращением непрерывного роста цен в долларовом выражении возникла потребность в исследовании закономерностей изменения цен во времени с точки зрения оптимальности реализации ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы города. Для решения этой задачи потребовалось определение широкого круга показателей рынка жилья крупного города, охватывающих всю специфику формирования ресурсов и регулирования потенциала данного рынка. Эти показатели формировались с учетом ценовой ситуации на рынке жилья крупного города, конъюнктуры спроса и предложения, активности рынка и ликвидности объектов.

Изложенная методика полностью или частично применялась для анализа рынка жилья крупного города в работах Г.М. Стерника, Н.Н. Ноздриной, Б.Д. Новикова, А.Н. Купчина, Л.И. Дроновой, Н.Г. Волочкова, В.И. Бутова, Н.П. Кетовой и др. [6].

Поведение рынка жилья городов России в период кризиса 1998 г. потребовало вновь вернуться к анализу и совершенствованию используемых показателей и выбору индикаторов, наиболее чувствительных к изменению ситуации на рынке жилья крупного города.

В этой связи Г.М. Стерник дополнительно предложил при анализе тенденций развития рынка жилья крупного города обрабатывать не только текущую базу предложения объектов на продажу, но и базу вновь выставленных и выбывших объектов, а также объектов, на которые скорректирована цена.

Задачу реализации ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы крупного города на базе изучения закономерностей изменения цен на жилье во времени не следует сводить к анализу факторов, воздействующих на структуру и динамику цен. Наиболее полный анализ рынка жилья крупного города возможен

только при условии детального изучения всех его элементов.

Оценка и прогнозирование параметров и структуры динамики жилищного строительства в рамках реализации ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы крупного города является необходимым действием для выработки стратегических и тактических решений по вопросам регулирования рынка нового жилья.

Первые экономические модели, включающие анализ жилищного строительства, появились в 60–70-е гг. XX в.

С использованием так называемой модели движения жилищного фонда Р. Мьют (1960), Л. Смит (1974), Г. Спаркс (1967), С. Мэйсел (1963, 1965), Дж. Керл (1979) исследовали предложение на рынке жилья крупного города в краткосрочном периоде [13].

Предложение жилищного фонда складывается из общего количества жилищ и цен на отдельные жилища. В краткосрочной перспективе предложение жилищного фонда является совершенно неизменным, т. е. оно совершенно не эластично по отношению к ценам на отдельные жилища. Неэластичная природа краткосрочного предложения прямо следует из того, что жилье не может быть мгновенно произведено либо уничтожено. Спрос на жилье и неэластичное предложение жилищных услуг определяют цену жилищных услуг, которая, в свою очередь, во взаимодействии с издержками эксплуатации, альтернативной стоимостью инвестирования денег и величиной риска формирует стоимость жилища. Соотношение стоимости капитала и цены предложения вновь построенного жилья определяет объемы ввода жилья в эксплуатацию, т. е. составляет основу формирования ресурсной базы и потенциала рынка жилья крупного города.

В данной модели используется следующее допущение: связь между жилищем и услугами, которое оно предоставляет, состоит в том, что поток услуг пропорционален жилищному фонду и что эта пропорция не меняется с течением времени. Таким образом, понятия «жилищный фонд» и «жилищные услуги» оказываются связанными простой пропорциональной зависимостью.

В действительности же поток жилищных услуг, предоставляемых данным жилищным фондом, со временем изменяется, при этом последние продаются и покупаются на рынке найма жилья отдельно от строений как таковых. Кроме того, в такой модели не учитывались такие неотъемлемые характеристики жилищного фонда, как неоднородность и иммобильность, а также игнорировался временной аспект.

В дальнейшем модель движения жилищного фонда вошла в состав модельного инструментария применительно к исследованию циклов деловой активности в жилищном секторе.

Исследования, проведенные С. Мэйселом (1960), Р. Эстерлином (1966), Д. Яффе, К. Розеном (1979), Л. Смитом (1984), П. Хендершофтом и М. Смитом (1985), позволили установить взаимосвязь между длительными циклическими колебаниями (продолжительность 15–25 лет) и спросом на жилье, естественным и механическим движением населения, темпами образования домохозяйств [12].

Изучению краткосрочных циклов деловой активности в жилищном секторе (длительность 3–4 года) были посвящены работы Л. Греблера, Л. Бернса (1982), И. Фрейда (1970), Дж. Бернхэма (1972), Дж. Гутентака (1961). Труды этих ученых позволили сделать выводы о тесной взаимосвязи рынка нового жилья в крупном городе и рынка капитала.

Высокая эластичность спроса на вновь строящееся жилье по динамике процента приводит к тому, что повышение/снижение ставок процента стимулирует увеличение/уменьшение стоимости использования жилищного капитала для потребителя. Последнее, в свою очередь, определяет динамику объемов ввода жилья в эксплуатацию. При этом колебания ставки процента по ипотечному кредиту оказывают на ввод жилья большее влияние, чем динамика доходов населения.

Зарубежный опыт стран с рыночной экономикой имеет принципиальные отличия от отечественного, сформированного в условиях перехода от распределительной системы и отказа от приоритета государственной собственности.

Наиболее распространенный методический подход к анализу рынка жилищного строитель-

ства в мегаполисе является исследование динамических рядов следующих показателей: ввод в действие жилых домов, структура ввода в действие жилых домов по формам собственности, доля затрат на жилищное строительство в структуре инвестиций в основной капитал, объем инвестиций в жилищное строительство и их структура по формам собственности, в том числе в рамках целевых программ, затраты на покупку строительных материалов, ремонт и оплату услуг для строительства нового жилья, площадь незавершенных строительством жилых домов, уровень цен на строительномонтажные работы в жилищном строительстве, средняя фактическая стоимость строительства 1 м² общей площади, количество выданных разрешений на строительство жилых домов и их структура по этажности, характеру строительства, уровню комфортности, материалам стен, проектной продолжительности строительства. Такой метод получил развитие в трудах Т.Д. Белкиной, Н.А. Бирюкова, Н.Н. Кузнецова, Е.Б. Кибалова, К.П. Глушенко, И.А. Денисовой, О. Кагановой, А. Катхановой, а также в материалах официальной статистической отчетности органов государственной статистики [3].

Очень часто экономисты при определении влияния факторов развития жилищного строительства применяют простые и комбинационные группировки. Однако они не дают возможности дезагрегировать полученный результат и количественно определить влияние каждого фактора. В этой связи В.В. Бузырев, Л.Г. Селютина, А.О. Березин предложили модель оптимизации структуры жилищного строительства в крупном городе в условиях риска и неопределенности с учетом структуры спроса и предложения, уровня доходов будущих потребителей жилья, производственных мощностей строительных организаций, а также цен на различные виды жилищного фонда [2].

Под оптимальной структурой жилищного строительства понимается такая его структура, которая при минимальных затратах строительных организаций на создание жилищного фонда позволяет максимально удовлетворить потребности населения в жилье с учетом демографических факторов.



Принципом определения структуры жилищного строительства выступает использование векторного показателя: структура социального жилищного строительства и структура коммерческого жилищного строительства. Вектор структуры социального жилищного строительства характеризует весь спектр способов предоставления жилья на бесплатной и субсидируемой основе. Требуемая структура социального жилищного строительства должна максимально удовлетворять потребности населения в жилье.

Агрегированный вектор структуры коммерческого жилищного строительства опирается, главным образом, на различные схемы финансирования жилищного строительства. Это обусловлено тем, что именно выбор системы финансирования жилищного строительства определяет сумму средств, которую готов потратить субъект на жилье. В свою очередь, от объема потраченных средств зависит структура коммерческого жилищного строительства.

Критерий оптимальности структуры состоит в максимальном удовлетворении потребности населения в жилье и минимизации совокупных инвестиционных затрат на строительство жилья. При этом в модель введено два ограничения: первое отражает требования удовлетворения потребностей в поквартирной структуре, второе – возможные ограничения строительной индустрии, связанные с вводом жилых домов определенных серий.

Полученные на основе модели решения, основанные на реализации ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы крупного города, в процессе дальнейшего использования могут улучшить структуру жилищного строительства. Однако подобная модель не в полной мере учитывает демографическую и социально-экономическую ситуации, проявляющиеся в крупном городе.

Указанный недостаток преодолен в рамках модели прогнозирования параметров динамики жилищного строительства, предложенной Е.М. Чернышовым, А.А. Акуловой [1].

Методические подходы и алгоритм прогнозирования в рамках реализации данного действия ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы крупного города реализуются в информационной системе, представляю-

щей собой совокупность информационного массива, математических методов и моделей, технических и программных средств. Система включает взаимосвязанные блоки прогнозирования демографической динамики в крупном городе, определения параметров перспективного стандарта жилья, оценки инвестиционного ресурса крупного города, необходимого для строительства жилья, прогнозирования параметров динамики и структуры жилищного строительства.

Основы анализа спроса на жилье заложили Р. Мьют и Е. Олсен, применив для этого неоклассическую теорию потребительского выбора.

Работы Т. Линемана, Т. Боема и Дж. Маккензи позволили отделить понятие «спрос на жилищный фонд как инвестиционный товар» от понятия «спрос на жилищные услуги как потребительский товар» [8]. Субъекты спроса на жилищный фонд выступают в роли инвесторов, а на их намерения определяющую роль оказывают колебания ставки процента, субъекты спроса на жилищные услуги являются потребителями и принимают решения в зависимости от уровня доходов, арендной платы, цен на другие товары и услуги и демографических характеристик домохозяйства.

Можно отметить, что комплексность жилищной проблемы при использовании ресурсно-потенциального подхода к ее решению связана с анализом рынка жилья крупного города с учетом факторов неопределенности, которые характеризуются наличием таких показателей, как распределение обеспеченности жильем в доходных группах, поведение потребителей на рынке жилья, учет внутренних резервов населения в улучшении жилищных условий, в том числе за счет операций на вторичном рынке, различие в потреблении жилья населением в течение жизненного цикла семьи и смещение приоритетов в направлении приобретения второго жилья.

В этой связи особую важность в рамках применения ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы крупного города приобретает необходимость установления порогов доступности тех или иных видов жилья для населения данного крупного города согласно статистике распределения его доходов, сбережений и жилищных условий.

Для изучения трансформации установок семей в отношении решения жилищной проблемы в условиях перехода к рынку Институтом экономики города и Институтом народнохозяйственного прогнозирования РАН была разработана методика обследования семей.

Основная задача обследования заключалась в сборе данных для анализа, в числе которых:

- степень мобильности населения, оценка семьями, переехавшими на новое место жительства, своего жилья, а также характеристики семей, которые приобрели жилье на рынке или арендовали его по рыночной стоимости;
- потенциальный спрос населения на жилье, определяемый на основе изучения текущих доходов жителей, величины денежных средств, которые они могут использовать для покупки жилья, вероятности занесения их в списки очередников на получение жилья, а также средств, которые семьи, приватизировавшие свое жилье и намеревающиеся приобрести новое, могут выручить для этой цели от продажи своего приватизированного жилья;
- виды жилья, которым отдают предпочтение семьи, с указанием площади, типа здания и его расположения;
- текущее состояние жилищного фонда и то, в какой мере проживающие в нем семьи удовлетворены своим жильем.

Результаты социологических опросов позволили оценить степень удовлетворенности населения ряда российских городов своими жилищными условиями.

Однако следует учитывать, что здесь вне анализа остается продолжительность периода накопления денежных средств, необходимых для приобретения жилья, путем комбинирования различных источников. Такие оценки приведены в рамках исследований С.Г. Гончарова, В.К. Селюкова [5].

Полученные в результате применения подобной методики выводы свидетельствуют о том, что платежеспособный спрос большинства населения России не соответствует предложению рынка жилья. В силу этого, такой метод игнорирует всю комплексность понятия доступности жилья.

Жилище может быть коммерческим и социальным. В основу формирования коммерческого и социального положены различные концеп-

ции удовлетворения жилищных потребностей. Для рынка жилья крупного города потребностью является лишь неудовлетворенный платежеспособный спрос на жилище определенного качества и стоимости. Для социального жилья характерно обеспечение жильем той части менее обеспеченных домохозяйств, жилищные условия которых ниже жилищных стандартов, сложившихся в установленных органами местного самоуправления.

В этой связи Е.Ю. Фаерман, С.Р. Хачатрян, Н.Л. Федорова, А.Н. Кириллова разработали методику анализа коммерческой и социальной доступности жилья [7]. В общем виде количественной характеристикой доступности является индекс доступности, который определяется как отношение платежеспособного спроса к предложению на рынке жилья крупного города.

Модель предполагает изучение доступности различных видов коммерческого жилья в зависимости от условий его реализации на жилищном рынке (цен реализации, размеров первоначального взноса, сроков предоставления кредита, процентных ставок по нему).

Посредством данной методики можно провести многовариантные расчеты доступности рынка жилья по городским ипотечным проектам: по трем вариантам периода кредитования, трем вариантам процентных ставок, трем вариантам размеров квартир в разрезе двух сценариев динамики доходов и сбережений и двух вариантов распределения доходов.

По мнению авторов, оценка коммерческой доступности жилья не является объективной, так как оценка платежеспособного спроса осуществлялась без учета стоимости жилых помещений, находящихся в собственности граждан.

Указанный недостаток был преодолен в рамках модели, разработанной Фондом «Институт экономики города» (Москва), Metropolitan Research Institute (Будапешт) и Urban Institute (Вашингтон).

Модель разработана для оценки потенциального спроса на жилищные кредиты и жилье. Главными результирующими показателями в модели являются максимальная емкость рынка ипотечных жилищных кредитов, а также потенциальный спрос на жилье и ипотечные жилищные кредиты.



В основе модели лежат результаты обследования домохозяйств. На первом этапе с использованием данных, характеризующих граждан по разным признакам (уровень доходов и сбережений, стоимость жилья, возраст, размер семьи и т. п.), а также данных, характеризующих ипотечный продукт, оценивается максимально возможный уровень спроса на кредиты и жилье на обоих рынках. Платежеспособный спрос на ипотечные кредиты зависит от базовой цены и поведенческой модели, свойственной конкретной семье. Исходя из данных жилищного рынка, определяется уровень базовых цен на жилье и введение в расчет наиболее простых поведенческих моделей. На основе таких данных была проанализирована доступность жилья для различных групп населения.

Второй этап состоит в изучении вероятных последствий реализации различных программ субсидирования.

Данная модель не преследует цель спрогнозировать реальное воздействие различных моделей кредитования на жилищный рынок. Для этого необходима динамическая, а не статиче-

ская модель. Вследствие этого невозможно определить, как новые ипотечные продукты могут повлиять на состояние предложения на рынке жилья крупного города. Это зависит от многих факторов, которые не были включены в модель.

В результате проведенного анализа можно сделать вывод, что в основе ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы мегаполиса лежит выполнение последовательности действий: изучение закономерностей изменения цен на жилье во времени; оценка и прогнозирование параметров и структуры динамики жилищного строительства; измерение платежеспособного спроса и оценка доступности жилья в крупном городе. Оценка и прогнозирование параметров и структуры динамики жилищного строительства как действие в рамках реализации ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы крупного города является необходимым действием для выработки стратегических и тактических решений по вопросам регулирования рынка нового жилья в мегаполисе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акулова, И.И. Методика и алгоритм прогнозирования параметров жилищного строительства [Текст] / И.И. Акулова, Е.М. Чернышев // Известия вузов. Строительство. – 2003. – № 9. – С. 80–87.
2. Бузырев, В.В. Моделирование оптимальной структуры жилищного строительства в крупном городе [Текст] / В.В. Бузырев, Л.Г. Селютина, А.О. Березин // Экономика строительства. – 2002. – № 9. – С. 29–39.
3. Денисова, И.А. Состояние жилищного строительства в РФ [Текст] / И.А. Денисова // Экономика строительства. – 2003. – № 12. – С. 42–57.
4. Ноздрина, Н.Н. Цены и доступность жилья в городах России [Текст] / Н.Н. Ноздрина, О.С. Пчелинцев, Г.М. Стерник // Проблемы прогнозирования. – 1996. – № 6. – С. 115–138.
5. Селоков, В.К. Анализ спроса и предложения на рынке ипотечного жилищного кредитования в РФ [Текст] / В.К. Селоков, С.Г. Гончаров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 6. – С. 29–35.
6. Стерник, Г.М. Статистический подход к прогнозированию цен на жилье [Текст] / Г.М. Стерник // Экономика и математические методы. – 1998. – Т. 34. – Вып. 1. – С. 85–90.
7. Фаерман, Е.Ю. Расширение доступности жилья на базе ипотечного кредитования [Текст] / Е.Ю. Фаерман, С.Р. Хачатрян // Экономика и математические методы. – 2004. – Т. 40. – № 1. – С. 3–15.
8. Boehm, T.P. Inflation, Taxes and the Demand for Housing [Text] / T.P. Boehm, J.A. McKenzie // AREUFA Journal. – 1982. – № 10. – P. 25–28.
9. Clapp, J. Estimating Price Indices for Residential Property: A Comparison of Repeat Sales and Assessed Value Methods [Text] / J. Clapp, C. Giaccotto. – J. Amer. Statist. Assoc., 1992. – P. 300–306.
10. Gatzlaff, D. Measuring Changes in Local House Prices: An Empirical Investigation of Alternative Methodologies [Text] / D. Gatzlaff, D. Ling // Journal of Urban Economics. – 1994. – № 35. – P. 221–244.
11. Meese, R. The Construction of Residential Housing Price Indexes: A Comparison of Repeat Sales, Hedonic Regression, and Hybrid Approaches [Text] / R. Meese, N. Wallace // Journal of Real Estate Finance Economics. – 1997. – № 14. – P. 51–74.
12. Smith, L. The Demand for Housing Headship Rates and Household Formation [Text] / L. Smith, et al // Urban Studies. – 1984. – № 21 (4). – P. 407–414.
13. Smith, L. Recent Developments In Economic Models of Housing Markets [Text] / L. Smith, K. Rosen, G. Fallis // Journal of Economic Literature. – 1988. – Vol. XXVI. – P. 29–64.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В РОССИИ И ЕЕ РЕГИОНАХ (НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Современное состояние сферы услуг в рыночной экономике Российской Федерации обусловлено тенденциями периода 1990–2000 гг. В указанный период развитие данного сектора получило мощный импульс, в его составе сформировались качественно новые элементы, произошла функциональная и структурная перестройка прежних элементов, обозначилась тенденция усиления его роли в экономической жизни, характерная для стран с развитой рыночной экономикой. Сегодня в сфере услуг создается более 60 % ВВП, к тому же многие промышленные предприятия активно используют сервисные технологии в целях продвижения своих товаров на рынок и достижения превосходства над конкурентами.

С появлением новых видов услуг данная сфера стала благоприятной почвой для развития предпринимательства и обеспечила занятость населения, создав возможности и условия для использования труда таких категорий граждан, как студенты, пенсионеры, домохозяйки, т. е. стала реальной базой для развития малого бизнеса.

В последнее десятилетие сфера услуг динамично развивается, в среднем ее рост за год составляет 26,2 %. В 2010 г. через все каналы реализации населению оказано платных услуг на 4848,6 млрд р., что в 8,2 раза больше соответствующего показателя в 2000 г. (табл. 1).

В 2010 г. в структуре объема платных услуг населению продолжали преобладать транспортные, жилищно-коммунальные услуги и услуги связи (65,8 % от общего объема) (табл. 2).

Обобщение результатов анализа динамики изменения структуры платных услуг показывает, что за указанный период здесь произошли существенные изменения. Резко сократилась доля услуг правового характера – с 3,9 до 1,7 %, бытовых – с 11,7 до 9,7 % и санаторно-оздоровительных услуг – с 2,1 до 1,2 %. В мень-

шей степени снизилась доля услуг транспорта, гостиниц и аналогичных средств размещения, ветеринарных и других видов услуг. В наибольшей степени возросла доля услуг связи (с 14,8 до 19,2 %) и коммунальных (с 16,1 до 21,1 %) (табл. 2). Столь весомое увеличение удельного веса услуг связи объясняется тем, что сегодня связь и интернет-услуги выступают в качестве динамического и стремительно обновляющегося сегмента отечественной сферы услуг, приобретаемая для потребителей комплексный характер. На прежнем уровне осталась составляющая услуг системы образования и медицинских услуг.

Анализируя структуру платных услуг в Российской Федерации в настоящее время, необходимо обратить внимание на следующие обстоятельства:

- по действующему законодательству значительная часть платных услуг не относится к предпринимательской деятельности: это услуги государственной системы образования, услуги здравоохранения и культуры и услуги государственного управления;

Таблица 1

**Объем платных услуг населению
в Российской Федерации**

Год	Млн руб.	В % к предыдущему году
2000	602755	–
2001	811713	134,7
2002	1088016	134,0
2003	1430669	131,5
2004	1789735	125,1
2005	2271733	126,9
2006	2798901	123,2
2007	3424731	122,4
2008	4079603	119,1
2009	4504455	110,4
2010	48486...	101,4

Таблица 2

Структура платных услуг населению в Российской Федерации, %

Виды услуг	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010, %	2010, млрд руб.
Бытовые	11,7	10,7	10,5	10,1	9,9	9,7	9,9	9,9	9,7	471,4
Транспортные	24,2	22,9	22,2	21,5	21,2	20,9	21,6	20,3	20,0	969,1
Связи	14,8	16,7	17,6	18,5	18,6	19,9	19,7	19,5	19,2	929,7
Жилищные	4,3	4,5	4,8	5,3	5,6	5,4	5,2	5,5	5,5	265,8
Коммунальные	16,1	17,3	17,4	18,3	18,0	17,6	17,6	19,3	21,1	1024,5
Гостиниц и аналогичных средств размещения	3,0	2,9	2,9	2,6	2,7	2,7	2,6	2,4	2,3	111,8
Культуры	2,0	2,3	2,5	2,3	2,2	1,7	1,6	1,7	1,7	84,8
Туристские	1,4	1,3	1,3	1,5	1,6	1,6	1,8	1,7	1,7	82,4
Физическая культура и спорт	0,4	0,4	0,5	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	27,8
Медицинские	4,9	4,8	4,9	4,8	4,9	4,7	4,8	4,9	5,0	244,6
Санаторно-оздоровительные	2,1	1,8	1,7	1,6	1,5	1,4	1,4	1,4	1,2	60,5
Ветеринарные	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	8,8
Правового характера	3,9	3,2	2,7	2,3	2,5	2,6	2,5	1,9	1,7	82,8
Системы образования	6,7	6,7	6,8	6,7	6,9	7,1	7,0	6,9	6,7	326
Другие	4,2	4,2	4,0	3,6	3,6	3,9	3,5	3,8	5,1	241,4
									Всего	4848,6

– часть услуг относится к естественным монополиям, где действуют определенные закономерности, характеризующие эти организационные структуры: услуги транспорта, связи, часть жилищно-коммунальных услуг. Как правило, эти услуги составляют почти 50 % от общего объема оказываемых платных услуг;

– значительная часть платных услуг является весьма привлекательной для предпринимательской деятельности в целом и для малого бизнеса в частности. Бытовые, туристско-экскурсионные, медицинские, правовые, деловые и другие услуги осуществляются в основном в формах малого предпринимательства.

Анализ структуры объемов платных услуг на душу населения в Российской Федерации показывает, что наибольшим спросом у населения пользуются транспортные услуги, услуги связи, коммунальные и бытовые услуги, а также жи-

лищные услуги, услуги образования и медицины. По данным с 2002 по 2010 гг., наибольшими темпами в расчете на душу населения возрастали услуги связи, медицинские и образовательные услуги, услуги связи и коммунальные услуги.

Однако готовность населения разных регионов России к предпринимательской активности в сфере сервиса неодинакова. Данная ситуация обусловлена территориальными условиями жизнедеятельности, плотностью и структурой расселения, готовностью региональных и местных органов власти поддерживать предпринимательство в этом секторе экономики.

Место и роль сферы платных услуг в экономике региона определяется теми функциями, которые она выполняет. К ним можно отнести:

- участие в формировании трудовых ресурсов;
- участие в формировании региональной составляющей национального дохода;

Таблица 3

Объем платных услуг в расчете на душу населения

Федеральный округ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Российская Федерация	4141,4	5560,6	7544,3	9973,1	12542,8	16002,4	19806,3	24098,3	28738,4	31741,8
Центральный	6582,6	8575,7	11354,7	15187	18600,8	22923,8	28096,9	33938,7	39323,6	42648,2
Северо-Западный	4099,8	5760,4	7976,2	10632,6	14185,9	18346	22655,7	28072,2	33526,6	36676,7
Южный	2818,9	3723	5091,4	6716,1	8566,7	11250,2	14039,1	16981,2	20388,9	27117,4
Приволжский	2683,1	3770,1	5124,9	6781	8870,9	11863,3	14804,6	18698	23366,3	26474,4
Уральский	3678,2	5295,1	7262	9455,9	11707,1	14951	19145,8	23551,2	28447,4	31194,9
Сибирский	3162,3	4177,7	5918,3	7643	9433,9	12097,6	14782,2	17668,6	21125,7	22596,9
Дальневосточный	5291,1	7288	9667,7	12418,9	15678,4	20307,2	25273,3	30068,5	36141,6	41251,5

- участие в росте производительности труда в отраслях материального производства;
- влияние на баланс денежных доходов и расходов населения;
- влияние на сокращение территориальных и социальных различий в уровне жизни, использование населением вне рабочего времени.

По нашему мнению, к таким функциям также можно отнести инновационную составляющую сферы услуг, выражающуюся в появлении новых видов услуг: аутсорсинг, консалтинг, услуги рекламы, информационные услуги.

О неоднородной готовности населения разных регионов к предпринимательской активности в сфере сервиса и межрегиональных диспропорциях в доступе к разным видам услуг свидетельствует динамика объема платных услуг в расчете на душу населения по федеральным округам Российской Федерации (табл. 3).

В 2009 г. наибольший объем платных услуг на душу населения приходился на Центральный и Дальневосточный федеральные округа – 42,6 и 41,2 тыс. р. соответственно. Наименьший объем платных услуг на душу населения имел Сибирский и Южный федеральные округа – 22,6 и 27,1 тыс. р. соответственно. Такая же тенденция сохранилась и в 2010 г.

Данные показывают, что начиная с 1995 г. сохраняется ежегодный рост объема платных услуг населению, при этом темпы прироста физического объема выше среднероссийских.

Во многом это связано с положительной динамикой реальных денежных доходов населения, увеличением емкости потребительского рынка, созданием инфраструктуры в сфере платных услуг, расширением видов оказываемых услуг, а также благоприятной системой налогообложения в этой сфере. На рис. 1 представлен объем платных услуг населению по федеральным округам Российской Федерации в 2010 г. Как видно из рисунка, в 2010 г. лишь закрепляется сформировавшееся распределение объемов оказанных платных услуг среди регионов Российской Федерации.

Объем и структура платных услуг существенным образом зависят как от доходов, региональных особенностей, так и от места проживания населения. Чем больше денежных средств население может тратить на различные услуги для собственных нужд, предварительно удовлетворив первоочередные потребности в пище, одежде, обуви, основных предметах длительного пользования, тем выше уровень его материального благосостояния.

Рост реальных денежных доходов населения и расширение внутреннего спроса со стороны домашних хозяйств на протяжении последних лет способствовали увеличению объема оказанных платных услуг населению. Рис. 2 иллюстрирует денежные доходы и потребительские расходы в среднем за месяц на душу населения по федеральным округам Российской Федерации.

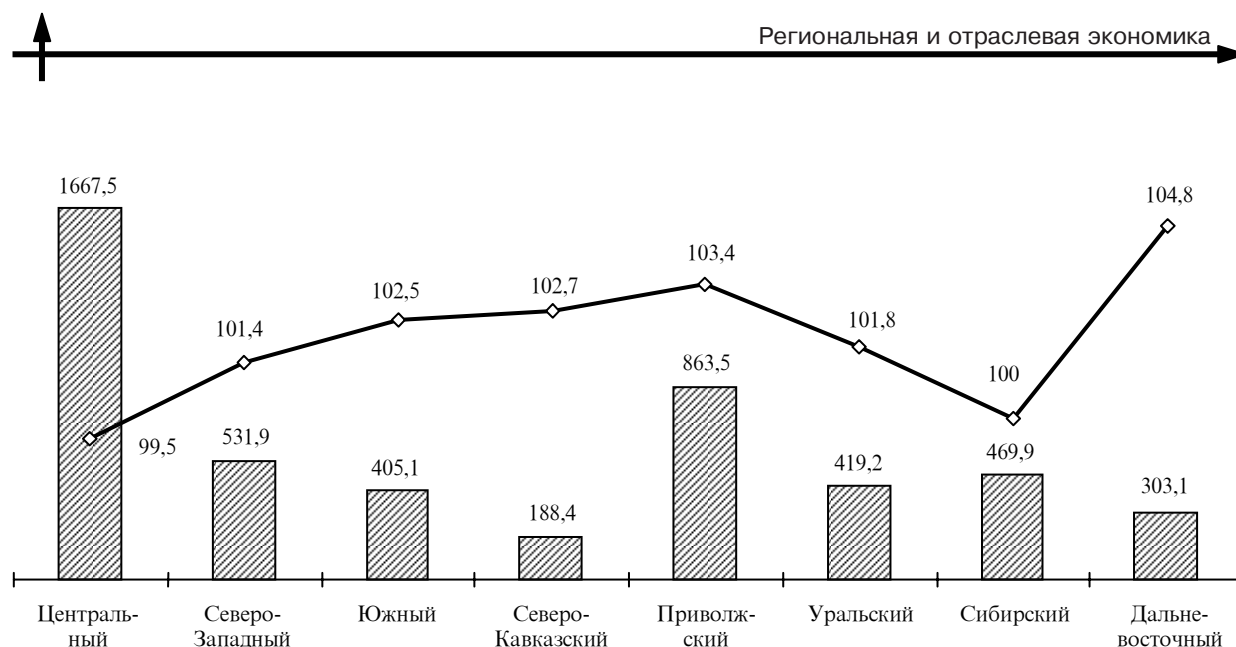


Рис. 1. Объем платных услуг населению по федеральным округам Российской Федерации в 2010 г.
 (▨) – объем платных услуг населению, млрд руб.; (—) – индекс физического объема платных услуг населению, % к 2009 г.

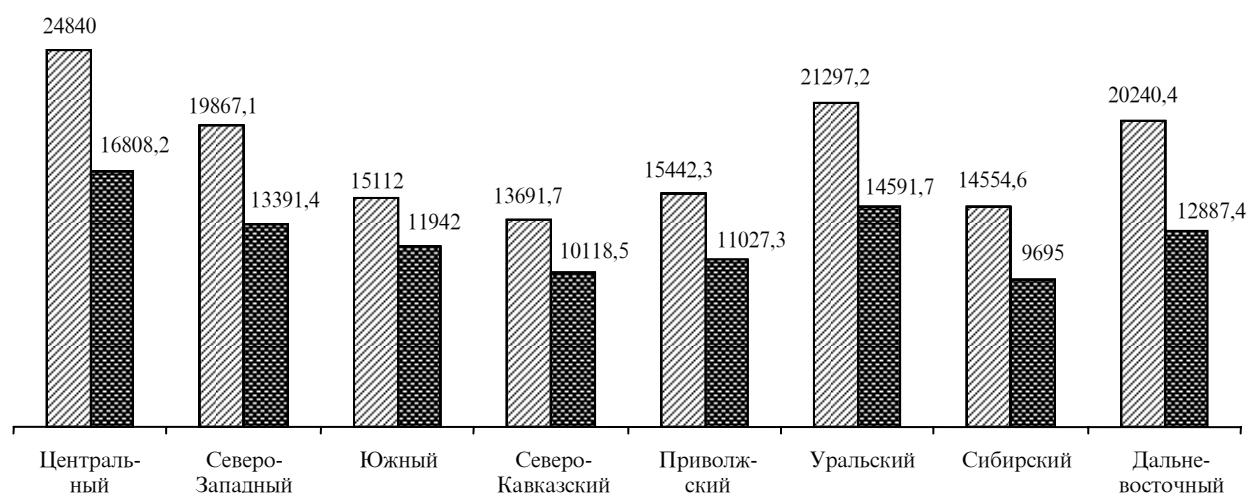


Рис. 2. Денежные доходы и потребительские расходы в среднем за месяц на душу населения по федеральным округам Российской Федерации в 2010 г.
 (▨) – денежные доходы, руб.; (▤) – потребительские расходы, руб.

Например, в Южном федеральном округе денежные доходы населения составили 15112 р. (18697,2 р. по Российской Федерации), а потребительские расходы – 11942 р. (13067,6 р. по Российской Федерации), что на 21,5 и 20,7 % соответственно выше показателей 2009 г. [1, с. 28]. Удельный вес расходов на оплату услуг в потребительских расходах населения в 2010 г. составил 22 % против 22,3 % в 2009 г., а в декабре 2010 г. – 19,5 % против 20,3 % в декабре 2009 г.

Анализ структуры потребительских расходов населения свидетельствует о том, что доля расходов на оплату услуг продолжает расти. Выделим несколько основных тенденций в структуре расходов на оплату услуг:

1. Основную долю занимают услуги обязательного характера – бытовые, транспортные, услуги связи;
2. Стабильные темпы развития, но незначительную долю в общем объеме имеют услуги

туристские, медицинские, ветеринарные, культуры [1, с. 32].

Для анализа уровня развития потребительского рынка сферы услуг в регионе важнейшим показателем выступает индекс цен на основные виды бытовых услуг. Наблюдая за изменениями цен и тарифов на бытовые услуги, можно довольно точно охарактеризовать ситуацию, складывающуюся на региональном рынке.

Результаты анализа индекса цен и тарифов на платные услуги, оказанные населению в 2010 г., приведены на рис. 3. Индекс потребительских цен в ЮФО составил 109 % (по России – 108,8 %). За период с начала года цены в ЮФО упали на 1,9 % (по России – на 2,4 %), до этого момента индексы цен только возрастали, но не уменьшались [2, с. 19].

Данные по регионам России свидетельствуют о том, что ситуация в сфере услуг неоднозначна и порой сильно разнится со среднероссийскими показателями. Немаловажную роль играют региональные особенности – преобладание сельского населения над городским, исторически слабая развитость инфраструктуры платных услуг, которые в основном распо-

ложены в районных центрах. Поэтому заметна резкая дифференциация в уровне потребления платных услуг между сельскими и городскими жителями. Развитие сферы платных услуг во многом будет зависеть от роста платежеспособного спроса населения и развития материально-технической базы сферы платных услуг.

Рассмотрев ситуацию на рынке услуг России и в ее федеральных округах, завершим анализ изучением сферы услуг в Ростовской области.

По имеющимся официальным статистическим данным в целом ситуацию в экономике и социальной сфере Ростовской области можно охарактеризовать как позитивно развивающуюся по сравнению с уровнем прошлого года. Однако на фоне кризисных провалов практически по всем направлениям конца 2008 г. и в 2009 г. динамика 2010 г. является лишь восстановительной. Причем по целому ряду позиций еще не удалось выйти на докризисный уровень.

Объем платных услуг населению ЮФО и Ростовской области составил 405109,5 и 104155,5 млн р. соответственно [3, с. 62].

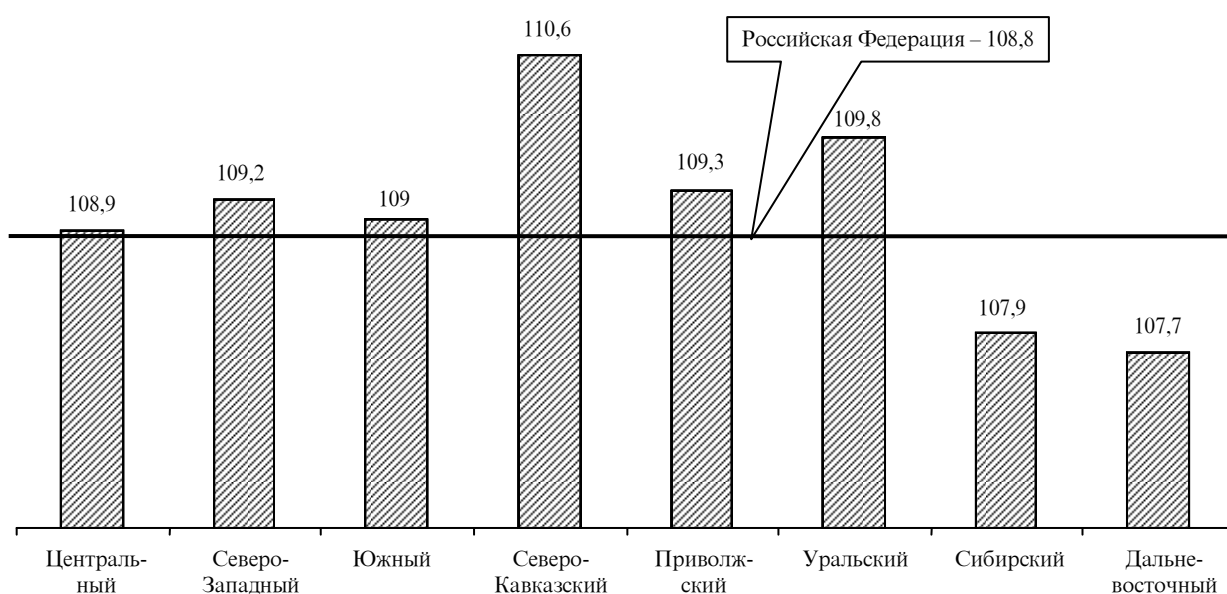


Рис. 3. Индекс потребительских цен на товары и услуги по федеральным округам Российской Федерации за декабрь 2010 г., % к декабрю 2009 г.



Позитивные изменения, произошедшие в экономике Ростовской области, стимулировали восстановительные процессы в сфере оптовой торговли. Помесячная динамика оборота оптовой торговли с февраля по сентябрь 2010 г. отличалась устойчивым нарастанием объемов оптовых продаж. И к концу 2010 г. оборот оптовой торговли предприятий и организаций был равен 632,3 млрд р., что составило 102,4 % от объема оборота оптовой торговли за 2009 г. [Там же, с. 75].

В 2010 г. на долю субъектов малого бизнеса в обороте оптовой торговли приходилось 45,8 %, удельный вес крупных и средних организаций составил 49,4 %. Для оптовой сферы донской экономики широкое представительство малого бизнеса характерно.

Основная характеристика состояния розничной торговли Ростовской области в 2010 г. – быстрый и восстановительный рост после глубокого спада, связанного с экономическим кризисом. В целом за 2010 г. оборот розничной торговли составил 464115,5 млн р. – это на 9,6 % выше показателя 2009 г. [3, с. 77]. Позитивные тенденции, наметившиеся в донской экономике с начала 2010 г., обусловили рост реальных денежных доходов населения и улучшение потребительских настроений, что, в свою очередь, выразилось в устойчивом повышении розничного объема продаж.

Рост тарифов на платные услуги населению составил 6,2 %. Стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг, используемого для межрегиональных сопоставлений покупательной способности населения, в среднем по Ростовской области в конце декабря 2010 г. составила 8462,96 р. в расчете на месяц, что ниже среднероссийского показателя (8711,78 р.) [Там же, с. 98]. Однако по сравнению с началом года его стоимость возросла на 12,7 %.

Согласно статистическим данным, в 2010 г. значительно подорожали платные услуги, оплата которых обязательна для всего населения. Так, в отдельных городах области отмечено повышение тарифов на жилищно-коммунальные услуги – на 13,2 % от уровня декабря 2009 г. При

этом повышение тарифов на коммунальные услуги в целом составило 16,7 %. Из них оплата за холодное водоснабжение и водоотведение возросла на 25,3 %, горячее водоснабжение – на 15 %, отопление – на 11,5 %.

Удорожание жилищных услуг произошло в меньшей степени и составило 5,6 %. При этом тарифы на отдельные виды жилищных услуг повысились от 6,4 %, оплата за аренду жилья у частных лиц (за наем жилых помещений государственного и муниципального жилищного фонда) – до 46,6 %.

Кроме того, согласно статистике из остальных видов платных услуг по итогам прошедшего года максимально увеличились медицинские услуги (на 12 %), санаторно-оздоровительные услуги (на 10,4 %) и услуги внутреннего туризма (на 10 %) по сравнению с уровнем декабря 2009 г. [3, с. 108].

Наряду с этим стали дороже услуги транспорта (на 9,8 %), среди которых стоимость проезда в городском транспорте увеличилась на 9,8 %, железнодорожном транспорте – на 9,6 %, воздушном транспорте – на 1,5 %.

Из бытовых услуг, большинство видов которых находится под влиянием свободного ценообразования, подорожавших на 7 % (от уровня декабря 2009 г.), более всего повысилась стоимость ритуальных услуг – на 14,8 %. Услуги по пошиву и ремонту одежды и обуви стали дороже на 12,6 %, парикмахерских – на 7,9 %, бань и душевых – на 5,9 %. В меньшей степени возросли цены и тарифы на услуги по ремонту транспортных средств – на 5,1 %, фотоателье – на 5 %, химчисток – на 4,4 %, ремонту жилищ и бытовой техники – на 3,4 и 2,6 % соответственно.

Кроме того, на фоне общего умеренного удорожания услуг связи (на 2,6 %) существенно повысились цены и тарифы на услуги телеграфной связи – на 25,1 %, почтовой связи и проводного вещания – на 16,7 %, а также городской телефонной связи – на 11,5 %. Вместе с тем снизились тарифы на услуги беспроводной связи и Интернет – на 2,7 и 2 % соответственно.

В 2010 г. заметно подорожали услуги физкультуры и спорта (на 12 %). Умеренно росли цены и тарифы на ветеринарные услуги – на

5,8 %, услуги культуры – на 3,8 %, дошкольного воспитания и правового характера – на 3,7 %, образования – на 3 %, страхования – на 1,8 %. Вместе с тем по сравнению с данными на конец 2009 г. несколько дешевле стали услуги зарубежного туризма – на 3,8 %. Следовательно, по итогам 2010 г. из наблюдаемых видов услуг связи более всего подорожали услуги почтовой связи (на 20,8 %) [3, с. 112].

На протяжении всего периода с начала 2010 г. на фоне негативной динамики показателей 2009 г. наблюдались более высокие темпы роста номинальных и реальных доходов населения. По предварительным данным за 11 месяцев 2010 г. номинальные денежные доходы населения в реальном выражении увеличились на 7 % по сравнению с показателями за аналогичный период 2009 г.

Самой высокооплачиваемой категорией работников в Ростовской области по-прежнему остаются работники финансово-кредитной системы (рис. 4) – их заработная плата в 1,8 раза превышает среднеобластной показатель – и работники, осуществляющие операции с недвижимостью (28666,4 и 19020,6 р. соответ-

венно). Напротив, существенно ниже среднеобластной величины заработной платы оплата труда у работников, занятых в гостинично-ресторанном бизнесе и у работников образования – на 30,7 и 31,5 % соответственно (11019 и 10934,4 р.).

По предварительным данным, денежные расходы населения в январе–ноябре 2010 г. превысили общий объем денежных доходов на 31291,2 млн р. и достигли 686742,2 млн р., увеличившись на 11 % по сравнению с аналогичным периодом 2009 г. [3, с. 137].

Из них населением было израсходовано на покупку товаров 66,4 %, на оплату услуг – 14,4 %, на обязательные платежи – 8,4 %, на сбережения – 12,4 % и на покупку валюты – 3,2 %. В результате мы видим уменьшение денежных средств на руках – на 4,8 %.

Анализ сложившейся ситуации в сфере услуг на примере Ростовской области позволяет выделить специфические особенности данной отрасли:

- традиционно низкая приоритетность развития сферы платных услуг в регионах по отношению к производству;

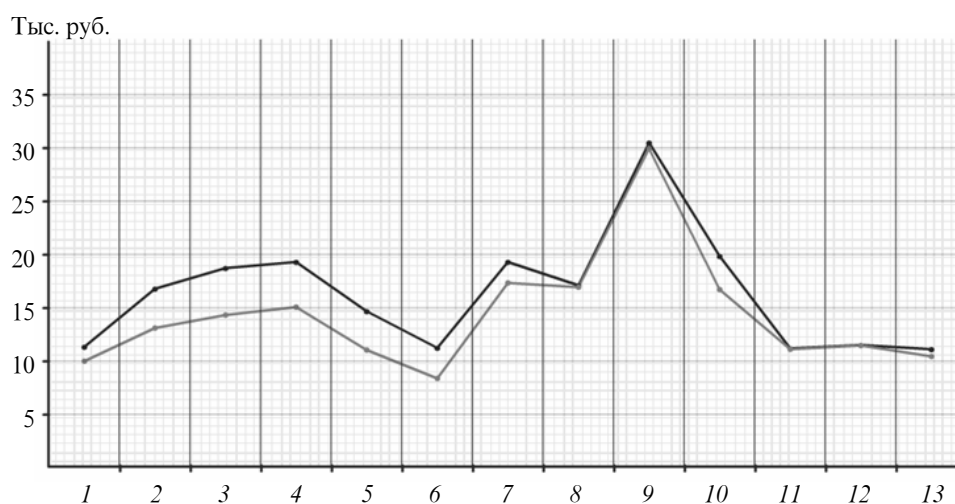


Рис. 4. Заработная плата основных категорий работников в сфере услуг Ростовской области в 2010 г.

1 – сельское хозяйство; 2 – оптовая торговля; 3 – торговля автомобильными средствами; 4 – торговля через агентов; 5 – розничная торговля; 6 – гостиницы и рестораны; 7 – транспорт; 8 – связь; 9 – финансовая деятельность; 10 – операции с недвижимостью; 11 – образование; 12 – здравоохранение; 13 – предоставление коммунальных услуг



- значительные межрегиональные диспропорции в доступе к таким социально значимым услугам, как образовательные, медицинские, спортивно-оздоровительные, финансовые, коммуникативные;

- низкий уровень доходов у значительной части населения в регионах, что заметно ограничивает возможности развития платных услуг и требует особых методов государственного регулирования;

- практическое отсутствие системных региональных программ развития системы платных услуг, учитывающих специфику регионов;

- необходимость сохранения традиционных видов бытовых услуг, предоставляемых предприятиями по относительно низким ценам в качестве социальной поддержки населения с низким уровнем доходов;

- низкая востребованность производственными отраслями в регионах европейской части Российской Федерации работников, имеющих высокий образовательный уровень;

- рост потребности в территориальной доступности услуг;

- относительно низкий по сравнению с зарубежными странами уровень развития сферы платных услуг во всех регионах Российской Федерации, особенно информационных, высокотехнологических, кредитно-финансовых и туристических;

- слабое развитие франчайзинга, несмотря на очевидные преимущества его использования в условиях ограниченности финансовых ресурсов, характерных для большинства регионов Российской Федерации.

В связи с этим можно выделить следующие направления развития и совершенствования сферы услуг:

1. Повышение приоритетности данной отрасли в социально-экономических программах развития регионов с учетом их территориальных, климатических, географических и экономических особенностей.

2. Выравнивание территориальных диспропорций, связанных с доступом к социально значимым и новым видам услуг.

3. Сохранение и развитие традиционных видов услуг по доступным ценам, а также введение льготного обслуживания отдельных слоев населения и систем скидок.

4. Развитие новых видов высокотехнологичных и наукоемких услуг (финансовых, информационных, инженерно-строительных, консалтинга, аудита, страхования на международном уровне) и их правовая фиксация.

5. Привлечение в сферу услуг высококачественных специалистов, разработка систем материального стимулирования и повышения квалификации работников.

6. Развитие новых методов финансового обеспечения сферы услуг регионов (конкурсы, тендеры, привлечение иностранных инвесторов, спонсорство).

Реализация этих мероприятий позволит повысить:

- социальную эффективность сферы услуг, отражающую повышение уровня жизни населения;

- бюджетную эффективность сферы услуг, отражающую финансовые последствия деятельности организаций сферы услуг для бюджета (федерального, регионального или местного);

- народнохозяйственную эффективность сферы услуг, учитывающую затраты и финансовые результаты организаций сферы услуг, а также финансовые последствия реализации услуг для ее непосредственных участников.

Социальная эффективность сферы услуг проявляется в возможности достижения позитивных, а также в предотвращении отрицательных с социальной точки зрения изменений. К числу позитивных результатов можно отнести:

- обеспечение надлежащего жизненного уровня для работников сферы услуг (благоприятные условия труда, хороший уровень заработной платы, социальные гарантии);

- реализацию и развитие индивидуальных способностей работников;

- благоприятный социально-психологический климат (возможность коммуникации, информированность, бесконфликтные отношения с руководством и коллегами) [12].

Таблица 4

Направления совершенствования сферы услуг с целью повышения ее социальной, бюджетной и народнохозяйственной эффективности

Мероприятия по повышению эффективности сферы услуг	Эффективность сферы услуг		
	Соци- альная	Бюджет- ная	Народно- хозяйственная
Обеспечение конкуренции между организациями сферы услуг			+
Переход к ценообразованию с учетом качества оказываемых услуг	+		
Укрепление контроля за качеством оказываемых услуг (со стороны организаций и органов местного самоуправления)	+		+
Повышение качества государственного регулирования в сфере услуг и обуздание теневого рынка		+	+
Совершенствование антимонопольного регулирования и развитие конкуренции в сфере услуг	+		+
Стимулирование привлечения частных капиталов в развитие социально значимых видов услуг	+		+
Выравнивание территориальных диспропорций в доступе к социально значимым и новым видам услуг	+		
Развитие новых видов высокотехнологичных и наукоемких услуг	+	+	+
Привлечение в сферу услуг высококачественных специалистов	+		+
Развитие новых методов финансового обеспечения сферы услуг регионов		+	+
Сохранение и развитие традиционных видов услуг по доступным ценам	+		

Предлагаемые направления совершенствования сферы услуг и их влияние на ее социальную, бюджетную и народнохозяйственную эффективность приведены в табл. 4.

Таким образом, сфера услуг выполняет важные социальные и экономические функции и является не просто частью общественного

производства, но и непосредственно формирует социально-экономические условия его функционирования. Ведь именно уровень и пропорциональность развития сферы услуг отражают качество жизни населения страны и ее регионов, степень его благосостояния и жизнеустойчивости.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Социальное положение и уровень жизни населения России [Текст] : крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – С. 28.
2. Социально-экономическое положение федеральных округов [Текст] : крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – С. 19.
3. Ростовская область в цифрах [Текст] : крат. стат. сб. / Ростовстат. – Ростов-н/Д, 2010. – С. 62.



УДК 338.48; 332.14

О.А. Аксёнова, В.М. Никифорова

ПОСЕЩАЕМОСТЬ КАК КРИТЕРИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ САЙТОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ АДМИНИСТРАЦИЙ

Вступивший в силу с 1 января 2010 г. Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» [9] значительное внимание уделяет информации, размещаемой в Интернет на сайтах государственных органов. Большое практическое значение для совершенствования этих официальных сайтов имели изменения в КоАП от 1 июля 2010 г. Закреплена ответственность должностных лиц за неразмещение в Интернет информации о деятельности государственных органов в случаях, когда такая обязанность установлена законом (ч. 2 ст. 13.27 КоАП). В результате данных изменений существенно увеличилась численность указанных сайтов.

Рассмотрим это явление на примере региональных туристских администраций (РТА), т. е. департаментов и областных министерств экономического развития, физической культуры, спорта и туризма, культуры или туризма. Из существующих на сегодняшний день РТА (всего их восемьдесят три) сайт есть у шестидесяти пяти. Однако не каждый из них по формальным признакам может быть отнесен к официальным сайтам госорганов.

Закон закрепляет, что официальным сайтом госоргана является сайт «электронный адрес которого включает доменное имя, права на которое принадлежат государственному органу» [9]. Исследование показало, что на практике ряд сайтов РТА не отвечает этому требованию (см. табл. 1), а значит, они не могут быть в полной мере признаны официальными.

По данным табл. 1 можно сделать следующие выводы:

1. На сегодняшний день в Интернет представлены сайты шестидесяти пяти РТА, что составляет 78 % от общего числа РТА.

Темп прироста $\left(T_{\text{пр}} = \frac{y_i - y_{i-1}}{y_{i-1}} \right)$ численности сайтов РТА в марте 2011 г. к марту 2009 г. составил 171 % (рис. 1).

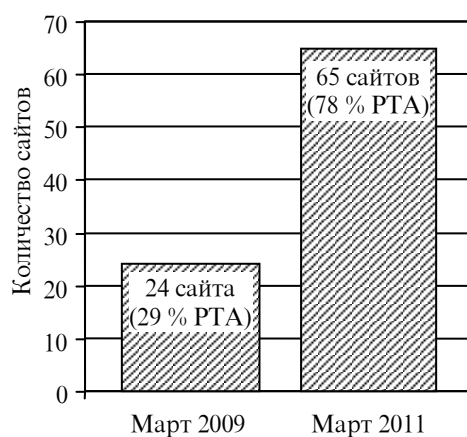


Рис. 1. Изменение численности сайтов РТА

Притом, что 22 % РТА по-прежнему не имеет сайта, в некоторых регионах создается более одного сайта. Например, Государственный комитет Псковской области по экономическому развитию, промышленности и инвестициям помимо официального сайта (www.economics.pskov.ru) создал туристический портал (www.tourism.pskov.ru).

2. Сайты 42 % РТА не могут быть в полной мере признаны официальными сайтами данных госорганов, поскольку их доменные имена принадлежат высшим региональным органам исполнительной власти (14 %), иными региональным органам исполнительной власти (7 %), государственным учреждениям (4 %), частным юридическим (10 %) и физическим (6 %) лицам. Данный факт имеет серьезные последствия: если сайт по признакам, установленным законом [9],

Таблица 1

Принадлежность доменных имен сайтов региональных туристских администраций

Принадлежность доменного имени	Количество сайтов РТА		Пример
	Абсолютное значение	Доля от общего числа РТА, %	
1. Региональная туристская администрация	30	36	Сайт Комитета по культуре и туризму Рязанской области: www.kkt62.ru
2. Высший региональный орган исполнительной власти	12	14	Сайт Министерства туризма и предпринимательства Республики Алтай: www.mtpi.altai-republic.ru Зарегистрирован на Правительство Республики Алтай
3. Отличный от РТА региональный орган исполнительной власти	6	7	Сайт Министерства по делам молодежи, физической культуры и спорта Омской области: www.mdms.omskportal.ru Зарегистрирован на Министерство промышленной политики, транспорта и связи Омской области
4. Государственное учреждение	3	4	Сайт Министерства спорта, туризма и молодежной политики Калужской области: www.admoblkaluga.ru Зарегистрирован на ГУ «Управление административными зданиями»
5. Частное юридическое лицо	8	10	Сайт Комитета по молодежной политике, физической культуре и спорту Брянской области: www.kmsbryansk.ru Зарегистрирован на ООО «Компьютерные технологии»
6. Физическое лицо	5	6	Сайт Управления физической культуры, спорта и туризма Белгородской области: www.bel-sport.ru Зарегистрирован на Максима Макаркина
7. (Не удалось определить)	1	1	Сайт Управления по развитию промышленности и предпринимательства Тамбовской области: www.prompred.tambov.gov.ru
Итого	65	78	
РТА, не имеющие сайтов	18	22	
Всего РТА	83	100	

не является официальным, то предъявляемые в законе требования к размещаемой на официальных сайтах информации на него не распространяются. Поэтому в дальнейшем изучались тридцать официальных сайтов РТА (см. табл. 1).

3. Анализ принадлежности доменных имен рассматриваемых сайтов вызывает сомнения в эффективности расходования бюджетных средств, выделяемых на разработку и сопровождение официальных сайтов.

Помимо оценки степени соответствия сайта положениям нормативных правовых актов и общепринятым техническим требованиям интерес представляет оценка посещаемости сайтов госорганов. Она осуществляется с помощью системы показателей, основанных на мониторинге журналов посещаемости или данных статистических сервисов. Собранная информация позволяет проанализировать поведение посетителей официальных сайтов тури-



стских администраций. На основании такого анализа можно судить об эффективности сайта как инструмента решения задач туристской администрации.

В литературе, например в [7], освещены методы оценки отдельных аспектов посещаемости сайтов, однако в них не решена задача комплексной оценки сайтов с их последующим ранжированием. Некоторые методики комплексной оценки сайтов государственных органов власти вообще не учитывают показатели посещаемости [1], в других методиках [3, 10] во внимание принимаются следующие показатели: число уникальных посетителей; средняя продолжительность просмотра страницы; средняя продолжительность времени, проведенного посетителем на сайте. В этих методиках предлагается оценивать время, проведенное посетителем на сайте, однако в зависимости от качества каналов связи пользователь затрачивает различное время на просмотр определенного набора страниц. Поэтому в предлагаемой нами методике вместо времени, проведенного на сайте, оценивается распределение посетителей по числу просмотренных страниц. Кроме того, помимо числа уникальных посетителей целесообразно оценивать общее число страниц, просмотренных посетителями.

Предлагается произвести оценку обозначенных выше сайтов по комплексному критерию «Посещаемость», объединяющему систему следующих объективных критериев (для 2010 г.): x_1 – среднее за месяц количество уникальных посетителей, чел.; x_2 – среднее за месяц количество просмотренных страниц, шт.; x_3 – средняя за месяц доля посетителей, просматривающих одну страницу, от общего числа посетителей, %; x_4 – географическое положение уникальных посетителей (А – посетители, находятся на территории данного региона; Б – посетители из других регионов РФ; В – посетители из зарубежных стран). Очевидно, что значения, принимаемые критерием x_4 , относятся к номинальной шкале, что ограничивает возможности количественной обработки. Однако к операциям с данными в номинальной шкале можно отнести классификацию [5] посетителей по географическому положению.

Для оценки сайтов по приведенным выше критериям необходим сбор статистики посещаемости путем обращения к размещенным на сайте статистическим сервисам (счетчикам) или отправки запросов о предоставлении информации в региональные туристские администрации. На большей части рассматриваемых сайтов статистические счетчики отсутствуют или доступ к статистике ограничен паролем, что противоречит законодательству о доступе к информации [9]. Для некоторых сайтов статистика посещаемости представлена в открытом доступе, однако по ограниченному перечню показателей. Ввиду обозначенных причин для целей настоящего исследования были составлены и отправлены соответствующие запросы во все региональные туристские администрации независимо от принадлежности доменного имени сайта.

В ответ на шестьдесят пять запросов, отправленных по приведенному выше образцу, сведения получены только от четырех (Комитета Республики Адыгеи по туризму и курортам, Агентства по физической культуре, спорту и туризму Республики Коми, Агентства спорта, туризма и молодежной политики Сахалинской области и Агентства по туризму Республики Дагестан). Остальные не ответили на запрос или сообщили, что запрашиваемые сведения у них отсутствуют.

На основании этих фактов можно предположить следующее:

1. Государственные органы не реагируют на запросы, полученные в виде электронного документа, ввиду того, что статистика посещаемости свидетельствует о низкой эффективности их официальных сайтов.
2. Госорганы не ведут статистику посещаемости своих сайтов, напрямую отражающую эффективность работы госоргана по продвижению территории в Интернет.
3. Существуют технические проблемы в работе интернет-приемных официальных сайтов, поэтому запросы не были получены. Приходится признать, что сайты госорганов на сегодняшний день не являются действенным средством коммуникации.

Поэтому для дальнейшего исследования было выбрано пятнадцать сайтов с общедоступной

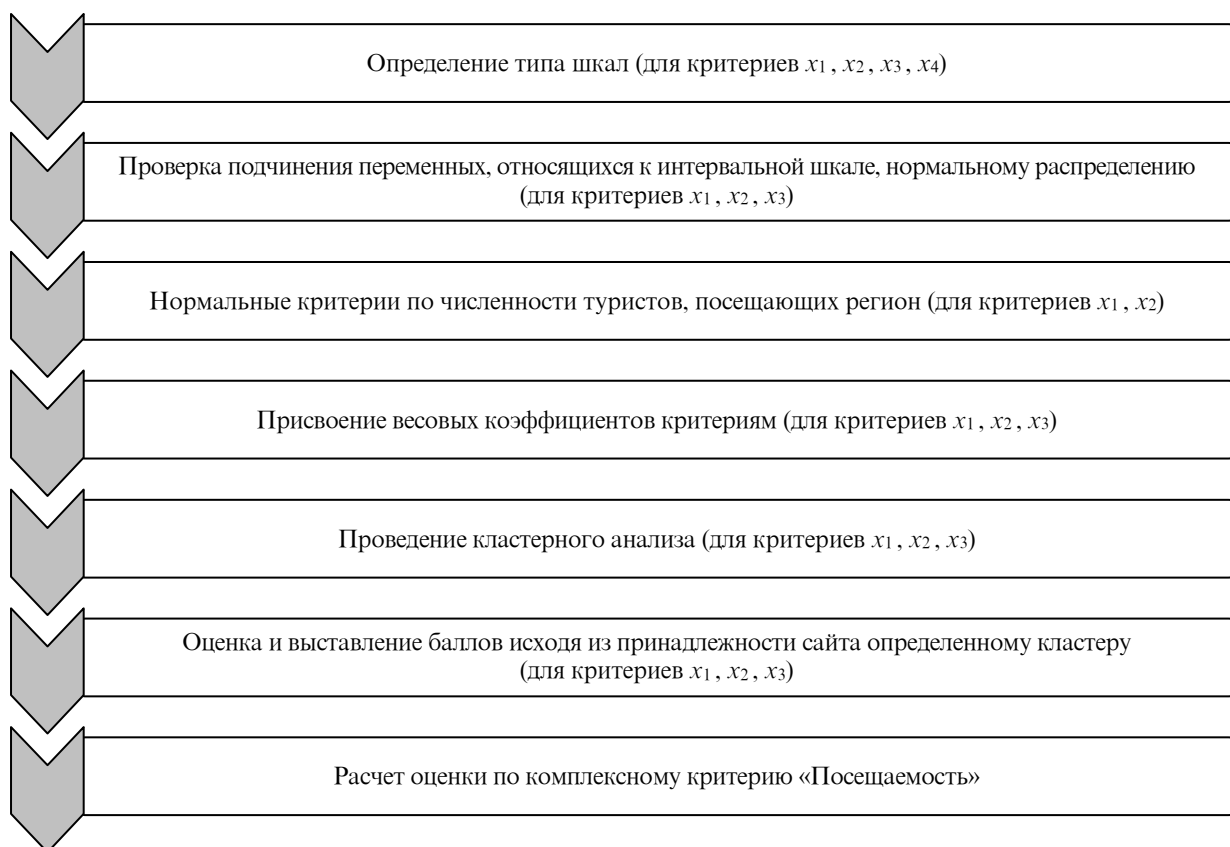


Рис. 2. Алгоритм оценки сайтов по комплексному критерию «Посещаемость»

статистикой посещаемости из тридцати сайтов, доменные имена которых принадлежат туристским администрациям (см. табл. 1).

Предлагается следующий алгоритм оценки сайтов по комплексному критерию «посещаемость» (рис. 2):

1. Для избежания ошибок при обработке квалиметрической информации определены типы используемых шкал и допустимые для них операции количественного анализа [5].

Так, номинальная шкала использовалась при оценке географического положения уникальных посетителей в 2010 г. (критерий x_4). Данный тип шкал допускает следующие преобразования [5]: определение численности в каждом классе (А, Б, В) в натуральных единицах; нахождение частот распределения по классам в процентах к общей численности посетителей; поиск средней тенденции по модальной частоте (класс с наибольшим числом посетителей).

Шкала равных интервалов применялась при оценке количества посетителей (критерий x_1), просмотренных страниц (критерий x_2) и доли посетителей, просматривающих только одну страницу сайта (критерий x_3). Такие шкалы помимо перечисленных для номинальной шкалы преобразований допускают операцию деления (нахождение среднего арифметического, стандартного отклонения, коэффициентов парных и множественных корреляций), а также позволяют суммировать баллы по этому и другим критериям, образуя комплексный критерий, и получить интегрированную оценку, позволяющую ранжировать сайты.

2. При проверке подчинения переменных, относящихся к интервальной шкале, нормальному распределению, был применен тест Колмогорова – Смирнова для проверки формы распределения значений количества посетителей и просмотренных страниц. Результаты в компьютерном виде приведены на рис. 3.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Количество пользователей	Количество просмотренных страниц	Доля пользователей, просмотревших одну страницу
N			15	14	10
Normal Parameters	a	Mean	3330,73	18443,86	54,1500
		Std. Deviation	2555,758	16632,49	9,32544
Most Extreme		Absolute	,155	,231	,209
Differences		Positive	,155	,231	,209
		Negative	-.109	-.181	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z			,601	,863	,660
Asymp. Sig. (2-tailed)			,863	,446	,776

a. Test distribution is Normal.

Рис. 3. Результаты теста Колмогорова – Смирнова для критериев x_1 , x_2 , x_3

Отклонение от нормального распределения считается существенным при значении $p < 0,05$ [2]. В нашем случае (значение $p = 0,863$; $0,446$; $0,776$) вероятность ошибки является незначимой, следовательно, значения достаточно хорошо подчиняются нормальному распределению.

3. Значения критериев x_1 и x_2 необходимо привести к сопоставимому виду, так как одно и то же среднее количество уникальных посетителей сайта за месяц в 2010 г. (4099 и 4021 чел. соответственно) для Липецкой области, посещаемость в год 149,1 тыс. туристов [8], «лучше», а для Алтайского края, посещаемость в год 429,8 тыс. туристов [8], «хуже». Критерии x_1 и x_2 нормированы по количеству туристов [8], так как для большей части рассматриваемых сайтов более половины посетителей находятся за пределами региона, т. е. являются потенциальными туристами (см. табл. 2).

Из табл. 2 видно, что доля посетителей, находящихся на территории региона, меньше доли посетителей, находящихся за его пределами (исключение составляют сайты РТА Оренбургской области и Республики Хакасия). Таким образом, основная аудитория рассматриваемых сайтов – туристы. Более того, стоит учитывать, что туристы, посещающие сайт по прибытии в регион

(точки доступа в Интернет в отелях, кафе и т. д.), идентифицируются как находящиеся на территории региона.

В результате нормирования было получено среднее за месяц число посетителей и просмотренных страниц сайта на 1 тыс. туристов в год.

4. Комплексный критерий Y – «Посещаемость» представляет собой векторную оценку, которую можно представить как $Y = \{x_i\}$, где x_i – критерий (характеристика) посещаемости сайта. Для того чтобы ранжировать сайты, необходимо преобразовать векторную оценку в скалярную величину, т. е. определить вид комплексного критерия [4]. Можно доказать, что для критериев x_1 , x_2 , x_3 выполняются необходимые условия попарной независимости по предпочтению [4], что позволяет использовать в качестве комплексного критерия аддитивную функцию вида

$$Y = \sum_{i=1}^3 f_i(x_i) = \sum_{i=1}^3 y_i,$$

где Y – значение комплексного критерия «Посещаемость» для отдельного сайта РТА, баллы; i – номер критерия (от 1 до 3); x_i – значение i -го критерия (x_1 , чел.; x_2 , шт.; x_3 , %); $f_i(x_i)$ – функция определения количества баллов по i -му критерию

Таблица 2

Географическое распределение аудитории

Региональная туристская администрация	Процентная доля посетителей		
	находящихся на территории данного региона, %	находящихся за пределами данного региона	
		из других регионов России	из зарубежных стран
Костромская область	49,9	43,4	6,7
Липецкая область	39,28	51,12	9,6
Республика Коми	*	*	29
Республика Адыгея	*	*	3,46
Нижегородская область	*	*	*
Оренбургская область	65,8	32,2	2
Пензенская область	48	49,2	2,8
Республика Марий Эл	45,32	51,28	3,4
Самарская область	*	*	*
Саратовская область	35,07	50,12	14,81
Алтайский край	43,87	45,72	10,41
Республика Хакасия	52,5	45,9	1,6
Камчатский край	28,4	62	9,6
Сахалинская область	*	*	*
Республика Дагестан	*	*	18,19

Примечание. (*) – не представленные в полном объеме сведения.

в соответствии с распределением значений i -го критерия по кластерам; y_i – баллы по i -му критерию.

Критерии x_1 , x_2 , x_3 характеризуют свойства посещаемости сайта, расположенные на одном уровне иерархии, и имеют одинаковую весовость. По этой причине учет весовости при оценке посещаемости сайтов не производится и в ряде других методик [3, 10]. Это позволяет не учитывать весовость составляющих комплексного критерия «Посещаемость» в дальнейших расчетах.

5. Определение баллов по функциям $f(x_i)$ производится на основе распределения значений x_i по кластерам. Кластерный анализ проведен в SPSS [2], так как x_1 , x_2 , x_3 относятся к интервальной шкале, в качестве дистанцион-

ной меры устанавливается квадрат евклидова расстояния. Сайты, входящие в один кластер, обладают схожими значениями по соответствующему критерию. Для определения оптимального количества кластеров необходимо найти разницу между количеством наблюдений (в нашем случае – сайтов) и количеством этапов объединения сайтов в кластеры, после которого мера расстояния между двумя кластерами (квадрат евклидова расстояния) увеличивается скачкообразно [2]. Например, по критерию x_2 значения известны для четырнадцати сайтов, а скачкообразное увеличение «расстояния между двумя кластерами» происходит на девятом этапе. Таким образом, оптимальным будет объединение в пять кластеров (рис. 4, компьютерная форма).

Stage	Cluster Combined		Coefficients	Stage Cluster First Appears		Next Stage
	Cluster 1	Cluster 2		Cluster 1	Cluster 2	
1	6	13	,000	0	0	4
2	8	10	,000	0	0	7
3	2	3	,000	0	0	8
4	6	9	,001	1	0	6
5	4	14	,001	0	0	8
6	5	6	,002	0	4	7
7	5	8	,007	6	2	9
8	2	4	,025	3	5	10
9	1	5	,026	0	7	11
10	2	12	,098	8	0	11
11	1	2	,369	9	10	12
12	1	11	1,080	11	0	13
13	1	7	11,956	12	0	0

Рис. 4. Пример агломерации сайтов в кластеры по значениям критерия x_2

Баллы по критериям x_i выставляются в соответствии с принадлежностью к кластеру (табл. 3). Результаты расчета комплексного критерия «Посещаемость» сведены в табл. 4.

Т а б л и ц а 3

Присвоение баллов по критериям x_1 , x_2 , x_3

Порядковый номер кластера	$x_1^{\text{нормир}}$	$x_2^{\text{нормир}}$	x_3
1 (объединяет наименьшие значения)	1	1	5
2	2	2	4
3	3	3	3
4	4	4	2
5 (объединяет наибольшие значения)	5	5	1

Проведенная оценка позволяет сделать следующие выводы:

1. Обнаружена сильная дифференциация значений комплексного критерия «Посещае-

мость» (от 4 до 14 баллов) и его составляющих для оцениваемых сайтов, что отчасти объясняет нежелание госорганов предоставлять статистику посещаемости своих сайтов.

2. Предложенный алгоритм оценки посещаемости сайтов госорганов является важной составляющей комплексной методики оценки сайтов, объединяющей такие комплексные критерии, как посещаемость, многоязычие, информационное наполнение, удобство пользования, интерактивность, дизайн [6]. Оценка посещаемости сайтов позволила принять решение об обоснованности дальнейшего исследования по содержательным комплексным критериям оценки («Информационное наполнение», «Удобство пользования», «Интерактивность» и др.) для приведения сайтов в соответствие с требованиями законодательства и общепринятыми техническими требованиями. Проведенная оценка позволяет ранжировать сайты по комплексному критерию «Посещаемость». Составление и публикация такого рода рейтингов сайтов на официальном сайте федерального агентства по туризму или сайте Совета по региональной

Таблица 4

Расчет оценки по комплексному критерию «Посещаемость»

РТА	$x_1^{\text{нормир}}$, чел.	Кластер <i>n</i> -й	y_1 , баллы	$x_2^{\text{нормир}}$, шт.	Кластер <i>n</i> -й	y_2 , баллы	x_3 , %	Кластер <i>n</i> -й	y_3 , баллы	Y , баллы
Пензенская область	82,31	5	5	645,39	5	5	47,9	2	4	14
Республика Хакасия	32,86	4	4	237,47	4	4	41,5	1	5	13
Липецкая область	27,49	3	3	155,58	3	3	54,96	3	3	9
Камчатский край	24,56	3	3	92,83	2	2	56,3	3	3	8
Республика Дагестан	16,68	2	2	126,3	3	3	62,18	4	2	7
Оренбургская область	7,05	1	1	37,11	1	1	44,8	2	4	6
Алтайский край	9,36	1	1	49,42	1	1	51,5	3	3	5
Костромская область	4,62	1	1	15,52	1	1	54,6	3	3	5
Саратовская область	15,64	2	2	40,84	1	1	74,6	5	1	4
Республика Коми	24,69	3	3	153,52	3	3	*	*	*	*
Республика Адыгея	21,77	3	3	132,29	3	3	*	*	*	*
Нижегородская область	12,6	1	1	30,46	1	1	*	*	*	*
Сахалинская область	1,27	1	1	37,13	1	1	*	*	*	*
Республика Марий Эл	6,87	1	1	*	*	*	53,16	3	3	*
Самарская область	10,68	1	1	48,89	1	1	*	*	*	*

Примечание. (*) – не представленные в полном объеме сведения.

информатизации могут служить основой формирования общей культуры открытости органов власти, с одной стороны, и стимулом для развития РТА сайтов, оказавшихся в конце списка, с другой.

3. Наивысшие значения комплексного критерия «Посещаемость» получили сайты туристских

административных учреждений Республики Хакасии и Пензенской области, что объясняется высокой информативностью разделов сайтов, удобством пользовательского интерфейса, удачным дизайном, реализацией мероприятий, направленных на улучшение видимости сайта в поисковых машинах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Darrell, M. West. State and Federal Electronic Government in the United States, 2008 [Electronic recourse] / M. Darrell. – URL: <http://www.insidepolitics.org>
2. SPSS: искусство обработки информации. Platinum Edition [Текст] : пер. с нем. / Ахим Бююль, Петер Цефель. – СПб.: ДиаСофт, 2005 – 608 с.
3. Stowers, Genie N.L. Measuring the Performance of E-Government, 2004 [Electronic recourse] / Genie N.L. Stowers. – URL: <http://www.businessofgovernment.org>
4. Аксёнова, О.А. Квалиметрические процедуры измерения интенсивности вредных факторов при использовании различных технологий [Текст] / О.А. Аксёнова // Измерения в современном мире – 2011: сб. науч. тр. Третьей Междунар. науч.-практ. конф. – СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2011. – С. 135–137.
5. Аксёнова, О.А. Корпоративная система генерации знаний: создание и управление [Текст] / О.А. Аксё-

- нова. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2008. – С. 68–86.
6. Аксёнова, О.А. Подход к оценке сайтов региональных туристских администраций [Текст] / О.А. Аксёнова, В.М. Никифорова // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2010. – № 2(96). – С. 181–188.
7. Ноблес, Р. Эффективный web-сайт [Текст] : учеб. пособие / Р. Ноблес, Керри-Лей Греди. – М.: Изд-во Триумф, 2004 – 560 с.
8. Статистический бюллетень. [Текст]. – № 2 (173) / Федер. служба гос. статистики. – М., 2011. – С. 33–35.
9. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления [Текст] : фед. закон. Российская газета. – 2009. – 13 февр.
10. Шевердяев, С.Н. Методика оценки сайтов российских органов власти [Текст] / С.Н. Шевердяев; Гос. ун-т Высш. шк. экономики. – М.: ГУ ВШЭ, 2007. – 64 с.



УДК 620.921

А.С. Вертешев

РАСПРЕДЕЛЕННАЯ ЭНЕРГЕТИКА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И БЕЗОПАСНОСТИ ЭНЕРГОСНАБЖЕНИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Распределенная энергетика – один из наиболее эффективных инструментов обеспечения энергетической безопасности страны, а также устойчивая мировая тенденция и одно из новых и приоритетных направлений развития мировой энергетики. Суть распределенной энергетики в том, что производители энергии (тепло, холод и электроэнергия) максимально приближены к потребителям и сбалансированы с ними по нагрузке. Основой распределенной энергетики являются нетрадиционные и возобновляемые источники энергии, интенсивность развития которых не имеет аналогов в мире. Сегодня уже свыше 70 стран мира имеют свои национальные программы развития распределенной энергетики и прочное законодательное обеспечение этого направления. В России же до сих пор такая программа и законодательное обеспечение отсутствуют.

С учетом процессов, происходящих в мировой экономике и энергетике, у России как одной из ведущих стран мира нет альтернативы распределенной энергетике. Развитие распределенной энергетики – это не только более высокая надежность энергоснабжения страны, но и компонент ее энергетической и национальной безопасности.

К наиболее серьезным недостаткам централизованной энергетики относятся:

- значительные потери энергии при доставке ее от производителей конечным потребителям;
- длительные сроки и огромные затраты финансовых средств при строительстве новых объектов централизованной энергетики.

В начале XXI в. в энергосистемах ряда стран мира (США, Великобритания, Канада, Дания, Швеция, Италия, Австралия) произошли крупномасштабные аварии, повлекшие за собой прекращение энергоснабжения мегаполисов, а так-

же крупных промышленных объектов. Основной причиной таких аварий, как известно, стали недостатки системного уровня традиционных централизованных систем энергоснабжения. С определенной периодичностью происходят различные природные катаклизмы, которые выводят из строя отдельные элементы традиционных систем энергоснабжения (высоковольтных линий электропередач, трансформаторных подстанций и пр.), что приводит к нарушению их устойчивой работы. Традиционные системы энергоснабжения являются объектами повышенной опасности по причине их слабой защищенности перед угрозой террористических актов. Все перечисленное свидетельствует о крайне низкой надежности систем централизованного энергоснабжения [1].

Вводимая плата за технологическое подключение к централизованным электросетям постепенно уравнивает первоначальные затраты на подключение с затратами на построение собственных источников генерации. При этом себестоимость собственной энергии обычно в два раза ниже установленных тарифов на электричество и тепло. Огромные размеры страны при низкой плотности населения приводят к недопустимым в современных условиях затратам на транспорт электроэнергии и тепла в централизованных системах. В то же время широкая доступность газа и дизельного топлива и местных источников энергии облегчает построение локальных генерирующих мощностей.

Инвестиционная привлекательность и финансовая эффективность распределенных источников энергии (РИЭ) обусловлена относительно невысоким уровнем первоначальных вложений, возможностью быстрого и поэтапного ввода в эксплуатацию, полным контролем со стороны потребителя. Сроки окупаемости инвестиций



Рис. 1. Факторы, способствующие развитию и использованию распределенной энергетики в Псковской области [2]

в автономное энергоснабжение уже сейчас составляют в среднем 2–3 года и продолжают снижаться.

Основные достоинства РИЭ следующие:

- *высокая технологическая и экономическая эффективность КПД свыше 90 % в режимах когенерации и тригенерации.* Себестоимость вырабатываемой электроэнергии и тепла в два и более раза ниже тарифов за счет более эффективных технологий генерации, отсутствия потерь и накладных расходов. Срок окупаемости – около 5 лет (только электроэнергия), до 2–3 лет при полной утилизации тепла в режимах когенерации и тригенерации;
- *модульность, масштабируемость, мобильность.* Поставка блоками необходимой мощности, возможность быстрого подключения новых блоков к уже работающей станции, а также их демонтажа и перемещения на новые объекты;

- *короткие сроки ввода в эксплуатацию.* Сроки построения электростанции мощностью до 2 МВт не превышают 9–12 месяцев, для более мощных станций (10–20 МВт) может потребоваться 12–18 месяцев;
- *независимость и контроль.* Конечный потребитель и его подрядные организации полностью контролируют сроки возведения генерирующих объектов и процесс их эксплуатации.

Полностью устраняется проблема сбоев, отключений, нарушений, параметров тока и напряжения по не зависящим от потребителя причинам.

На рис. 1 показаны факторы, способствующие развитию и использованию распределенной энергетики в Псковской области [2].

Топливо-энергетический баланс Псковской области представлен в табл. 1 семью видами ресурсов. Он используется при оценке потенциала энергоэффективности, рационального

Таблица 1

Единый топливно-энергетический баланс Псковской области за 2010 г. (тыс. т у. т.) [3]

Пользователи	Уголь	Нефте- продукты	Природ- ный газ	Гидро- и НВЭИ	Прочие виды твердого топлива	Электро- энергия	Тепло	Всего
Потребление ТЭР	22,8	0,1	92,1	116,4	12,6	53,6	211,4	508,9
Электростанции (всего)				1,0				1,0
электроэнергия				64,3				64,3
тепловая энергия	12,2	0,1	3,4	7,5	3,3	0,2	0,0	26,8
Электростанции (тепло)				1,0				1,0
котельные: всего	12,2	0,1	3,4	6,6	3,3	0,2		25,8
собственные нужды						1,1	0,2	1,4
потери при распределении						9,3	12,4	21,7
Конечное потребление ТЭР	10,6	0,0	88,7	44,6	9,2	42,9	198,7	394,8
Промышленность	9,8	0,0	0,8	4,5	7,9	10,6	45,3	78,7
заготовка и первичная переработка древесины	0,0	0,9	0,0		1,3	0,1	0,0	2,2
прочая промышленность	32,5	3,0	13,7		13,0	54,6	128,7	245,4
Строительство	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	1,2	0,0	1,6
Транспорт	0,0	0,0	82,4	0,3	0,0	1,4	4,5	88,6
железнодорожный			14,7			1,0	4,5	20,2
трубопроводный						0,1	0,0	0,1
прочий транспорт			67,7	0,3		0,4	0,0	68,3
Сельское хозяйство			1,2	0,0		2,0	3,0	6,2
Сфера услуг	0,8		0,1	20,9	0,7	12,4	51,8	86,7
Население			3,8	18,9	0,6	15,4	94,2	133,0

использования ресурсов, а также для формирования прогноза потребления ресурсов. Все виды возобновляемых энергоресурсов на территории Псковской области представлены в табл. 2.

В регионе удельный валовой потенциал энергии ветра $66 \text{ кВт} \cdot \text{ч}/(\text{м}^2 \cdot \text{год})$, удельный валовой приход солнечной энергии $944,4 \text{ кВт} \cdot \text{ч}/(\text{м}^2 \cdot \text{год})$, что является средними в СЗФО показателями к развитию традиционной возобновляемой энергетики.

Условия эксплуатации тепловых станций Псковской области позволяют говорить об использовании низко потенциального тепла сис-

тем охлаждения на уровне 1060,24 тыс. т у. т. с учетом экономической целесообразности около 33 % от технического потенциала в отрасли и около 6 % ее валового потенциала. Это самый высокий показатель по Северо-Западу. Другим перспективным направлением развития возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в Псковской области является использование потенциала биомассы животноводства (до 50 % экономического потенциала сектора) и твердых бытовых отходов (до 30 % экономического потенциала сектора). В сложившихся условиях обеспечения Псковской области привозными

Таблица 2

Характеристика возобновляемых источников энергии в Псковской области и СЗФО за 2010 г. [3]

Тип возобновляемых источников энергии	Валовой потенциал	Технический потенциал	Экономический потенциал
Солнечная энергия, тыс. т у.т.	6 400 000	26 100	0,3
Малая гидроэнергетика, млрд кВт·ч	1,8	0,5	0,3
Ветровая энергетика, ТВт·ч/млн т у.т.	3649,8/1240,93	9,12/3,1	0,0456/0,0155
Биомасса лесозаготовки и деревообработки, млн т у.т. (Псковская область)	0,9	0,674/0,096	0,05
Биомасса лесозаготовки и деревообработки, млн т у.т. (СЗФО)	46,3	38,62/5,52	1,76
Биомасса твердых коммунальных отходов и отходов АПК, тыс. т у.т.	4124,4/298,82	286,76	139,44
Потенциал замещения органического топлива за счет использования			
тепла сточных вод, млн Гкал/млн т у.т.	1,48/0,21	–/0,1	–/0,05
тепла грунта и водоемов, млн Гкал/млн т у.т.	–	1,38/0,09	–/0,05
низкопотенциальная теплота систем охлаждения конденсаторов тепловых электростанций, тыс. т у.т.	1060,24	190,84	62,19
Запасы торфа и промышленный фонд торфа Псковской области (по состоянию за 2010 г.)			
Запасы всех категорий, млн т	Прогнозируемые запасы, млн т	Балансовые и забалансовые запасы, млн т	Промышленный фонд, млн т/млн т у.т.
2016,63	805,86	1210,77	762,34/266,06

ресурсами для производства тепла и при большом количестве котельных (свыше 500 шт.) особое место в применении распределенных источников энергии занимает торф (см. табл. 2).

Псковская область не располагает самыми большими запасами торфа в СЗФО, но с учетом экономической и социальной эффективности вовлечение этого вида альтернативного ресурса целесообразно с соблюдением экологических требований.

В качестве приоритетных направлений развития распределенной энергетики в Псковской области целесообразно также рассмотреть использование местных видов топлива: торфа, неделовой древесины и отходов деревообработки и биомассы отходов АПК, применение энергии солнца при производстве тепла для замены малых котельных,

а также использование низко потенциального тепла систем охлаждения конденсаторов тепловых электростанций области. Применение гидроэнергии (мини-ГЭС) позволит обеспечивать энергией зоны отдыха для населения, водохранилища для производства рыбы и др. [3].

Шкала приоритетов в расширении использования местных видов топлива и ВИЭ с учетом их конкурентоспособности в ближайшей перспективе приведена на рис. 2.

Экологическая безопасность источников энергии, используемых в Псковской области, определяется такими факторами, как объемы загрязняющих веществ, выбрасываемых распределенными источниками энергии и потенциальным ущербом вследствие возможных аварий производственных объектов [4].

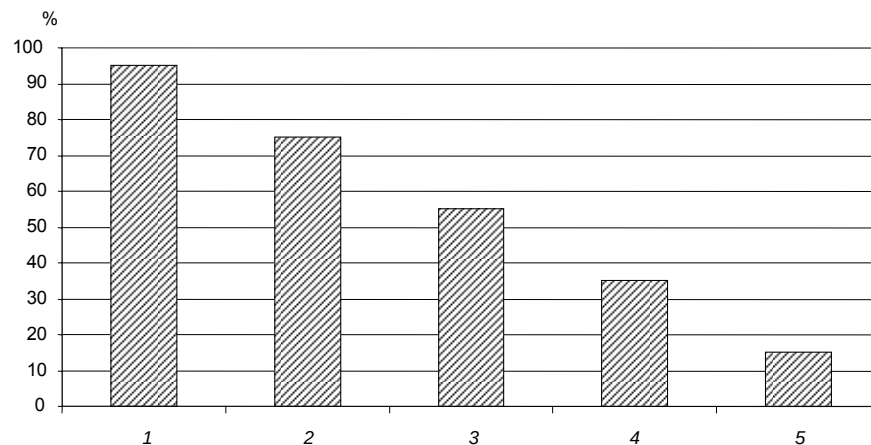


Рис. 2. Шкала приоритетов в расширении использования местных видов топлива и ВИЭ за 2010 г. [3]

1 – торф; 2 – биомасса; 3 – энергия малых рек; 4 – низкопотенциальное тепло, преобразуемое в теплонасосных установках в высокопотенциальное; 5 – солнечная и ветровая энергия

(По оценке экспертов академического центра теплоэнергоэффективных технологий РААСН)

К факторам, повышающим экономическую эффективность, следует отнести доступ к распределительным сетям и специфический подход к ценообразованию, предусматривающие включение затрат и определенного дохода децентрализованных источников энергии в общий тариф распределительной компании, а также формирование благоприятных рыночных параметров.

Децентрализованная электрогенерация может повысить надежность работы централизованной сети, которая обычно рассчитана для поставки электроэнергии конечному потребителю. РИЭ расширяют спектр используемых первичных энергетических ресурсов и повышают надежность энергоснабжения потребителей. Влияние РИЭ на выбор видов топлива определяется применяемой технологией, а надежность работы энергосистемы может быть повышена благодаря развитию РИЭ с использованием возобновляемых энергоресурсов. Наличие достаточного резерва энергосистемы на электроэнергетическом рынке может уменьшить риск ограничений потребителей электроэнергии. Эффективное применение резервных мощностей РИЭ в энергосистемах способствует укреплению энергетической безопасности. Развитие РИЭ способствует также и уменьшению транзитных

потоков энергии, увеличивая тем самым возможности сетей по транспорту электроэнергии и снижая ее потери.

Внедрение распределенных источников в регионе должно будет осуществляться на следующих принципах: системность и комплексность, экологическая безопасность, социальная ориентированность, экономическая эффективность, энергетическая безопасность и надежность.

Основные факторы, препятствующие развитию распределенной энергетики региона, показаны на рис. 3.

Несмотря на пока ограниченные масштабы применения РИЭ, в будущем следует ожидать постепенного формирования самостоятельных децентрализованных энергосистем [5].

Подводя итоги вышеизложенному, заключаем следующее.

В качестве приоритетных направлений развития распределенной энергетики в Псковской области целесообразно использование местных видов топлива, в первую очередь торфа, неделовой древесины, отходов деревообработки, биомассы отходов АПК, а также энергии солнца.

Большие потенциальные возможности и благоприятная государственная поддержка в использовании ТЭЦ, возобновляемых и нетрадиционных

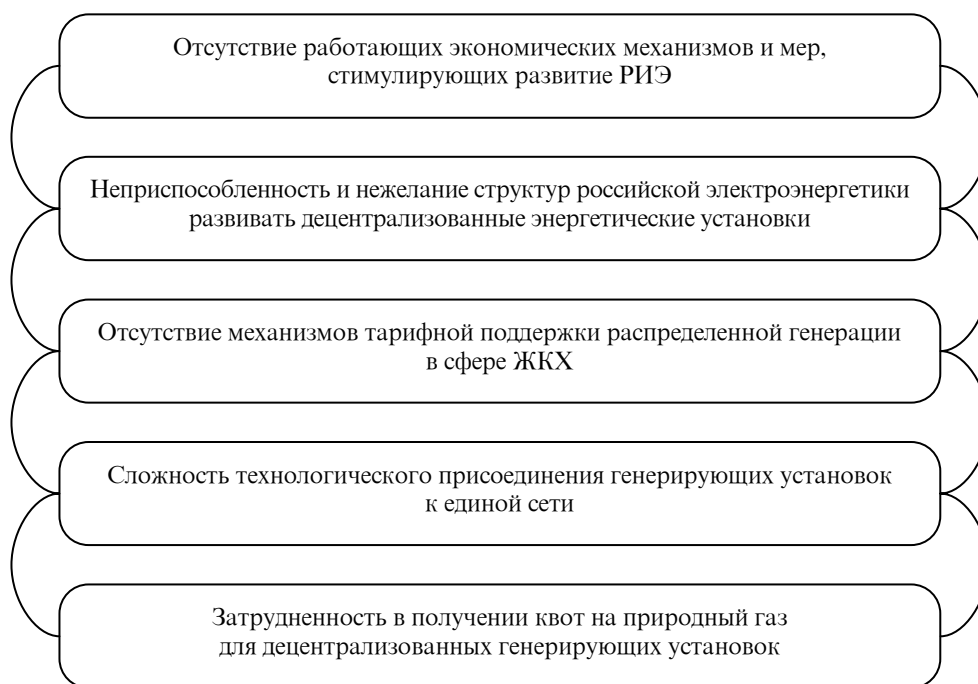


Рис. 3. Факторы, препятствующие развитию распределенной энергетики региона

источников энергии предопределяют расширение рыночной доли РИЭ в будущем развитии мирового энергетического комплекса. Однако необходимо, чтобы дальнейшие исследования и разработки были направлены на уменьшение стоимости распределенных источников энергии и улучшение их экологических показателей.

Следует приспособлять оборудование РИЭ к текущим требованиям существующих энергосистем и создавать децентрализованные энергосистемы, работающие совместно с цен-

трализованной энергосистемой, а также формировать локальные энергосистемы, которые будут проводить основное количество потребляемой в регионе электроэнергии и лишь небольшое ее количество станут получать от централизованных источников энергии.

Применение распределенной генерации в ближайшем будущем неизбежно по экономическим и экологическим соображениям, а также из-за необходимости обеспечить надежное и безопасное энергоснабжение экономического развития регионов и страны в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Распределенная энергетика – надежность энергоснабжения, энергетическая и национальная безопасность России [Текст] : матер. круглого стола / СПбГПУ. Санкт-Петербург, 15 марта 2011 г.
2. БПЦ Энергетические системы Успешные отраслевые решения задач автономного энергоснабжения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bpcgroup.ru/industry/energy>
3. Региональная программа в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности Псковской области на 2010–2015 гг. с перспективой до 2020 г. № 268 от 09.07.2010 г. [Текст].
4. Окорочков, Р.В. Современные энергетические технологии и социально-экономические последствия их использования [Текст] / В.Р. Окорочков, Р.В. Окорочков // Академия энергетике. – 2008. – № 5(25). – С. 16–24.
5. Федоров, М.П. Энергетические технологии и мировое экономическое развитие: прошлое, настоящее, будущее [Текст] / М.П. Федоров, В.Р. Окорочков, Р.В. Окорочков. – СПб.: Наука, 2010. – 412 с.



УДК 33:332.1

Е.В. Маркушина

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ ТРАНСПОРТИРОВКИ УГЛЕВОДОРОДОВ

По расчетам Международной Ассоциации по изучению конъюнктуры нефтяного спроса (ASPO) через 10 лет в мире ожидается планетарный кризис из-за того, что спрос на нефть превысит добычу. Это может спровоцировать военные конфликты, по масштабам значительно превышающие иракский. Неравномерность распределения ресурсов вызывает локальную напряженность (политическую, экономическую, военную и т. п.) в добывающих и сопряженных с ними регионах планеты¹.

Восполнение базы углеводородных ресурсов возможно исключительно посредством включения все новых регионов в поисково-разведочные работы. В таких регионах прирост ресурсов связан с открытием уникальных и крупных месторождений углеводородов и осуществляется на начальных этапах их освоения.

Месторождения, разрабатываемые в море, являются важнейшей частью нефтегазового комплекса мира. Добыча нефти и газа ведется в прибрежных акваториях 35 стран, примерно на 700 морских месторождениях, в том числе 160 из них находятся в Северном море, 150 – на шельфе Западной Арктики, 115 – в Юго-Восточной Азии. Огромным потенциалом в этом отношении обладают акватории континентального шельфа России, где начальные извлекаемые ресурсы уг-

леводородного сырья оцениваются в 136 млрд т условного топлива, что соответствует 25 % общемировых ресурсов углеводородов. Морские месторождения углеводородов являются воистину стратегическим запасом России [2]. Их начальные суммарные запасы на континентальном шельфе, включая накопленную добычу и извлекаемые запасы, составляют 76,4 трлн м³ газа (32 % от общих запасов России) и 15,1 млрд т нефти (14 % запасов). Преобладающая часть этих углеводородов залегает в Баренцево-Карском регионе, где выявлено 11 месторождений, два из которых – Штокмановское и Приразломное – оцениваются как реальные для эксплуатационного обустройства и промышленного освоения.

При отработке месторождений особую актуальность для России имеет развитие морских перевозок углеводородов и морских коммуникаций в Арктике на основе диверсифицированного подхода как одного из важнейших факторов обеспечения энергетической безопасности страны. Вместе с тем принятая транспортная стратегия [5] практически не затрагивает северных морских направлений, что может быть обусловлено только одной причиной: доминирующим приоритетом этой стратегии остается транспортировка энергоносителей на европейский рынок, хотя это абсолютно необоснованно, а с точки зрения диверсификации экспортных поставок и преодоления монополии, даже опасно.

Например, США² обладают достаточно разнообразной «нефтяной корзиной». Ближне-

¹ В данном случае необходимо решение важной методологической задачи – установление зависимости между темпами экономического роста и ассимилированным потенциалом природной среды, а также выработка критериев, на основе которых возможно прогнозировать и контролировать устойчивые в этом смысле темпы экономического роста. Эту зависимость называют законом сбалансированного природопользования, сущность которого сводится к следующему: в условиях устойчивого развития темпы экономического роста должны быть сбалансированы темпами воспроизводства природных ресурсов и качества среды в рамках ассимиляционного потенциала природы (например, [3] или [7, с. 43–49]).

² Следует отметить, что хотя крупнейшие потребители и нефти и газа действительно заинтересованы в том, чтобы снизить свою нефтяную зависимость от Ближнего Востока, Россия не может заменить своих поставщиков. США перерабатывают в год 561 млн т нефти, при этом из России и СНГ получают всего 10 млн т. То есть Россия не готова заменить своими поставками арабскую нефть. К тому же задача двукратного увеличения ВВП требует больше нефти для использования на внутреннем рынке.

восточная нефть не является для них приоритетом. Из Канады, Мексики, Южной и Центральной Америки, а также Африки США получают 360 млн т нефти в год, со всего Ближнего Востока – 114 млн т. США обладают 10 % мировой добычи нефти, без учета разведанных месторождений на Аляске, ведут активную разведку и добычу в Африке (особенно в Экваториальной Гвинее), составляя конкуренцию Великобритании и Франции.

В отношении же Каспийской нефти³ отметим следующее: ее, во-первых, мало, во-вторых, она расположена достаточно далеко от центров ее потребления и даже портов. Из-за высокого содержания серы качество каспийской нефти ниже ближневосточной, следовательно, затраты на ее транспортировку, очистку и переработку будут заметно выше.

Структура российского экспорта углеводородов имеет четко выраженный европейский характер (90 %) и только 6,5 и 3,5 % приходится на страны Азиатско-Тихоокеанского региона и Северной Америки соответственно. Следует учитывать, что европейский рынок является наиболее медленно растущим (до 2020 г. не более чем на 15 %). В связи с этим, при отработке месторождений арктического шельфа Российская Федерация может ориентироваться на три глобальных рынка: европейский (ЕР), североамериканский (САР) и азиатско-тихоокеанский (АТР), каждый из которых имеет свои особенности.

Азиатско-тихоокеанский рынок наиболее динамичен: если в 1990 г. там потреблялось 600 млн т нефти, что на 20 % меньше потребления североамериканского рынка, то уже в 2004 г. объем АТР превысил 1 млрд т (на 18 %

больше САР). С учетом таких темпов и необходимости диверсификации укрепление позиций отечественных компаний на этом рынке представляется вполне оправданным. Тем более что степень зависимости от импорта в АТР составляет 90 %, и нашим компаниям необходимо укреплять свои позиции (табл. 1). Транспортировка нефти предполагается трубопроводными системами до побережья Тихого океана (6 тыс. км), а также смешанным способом – трубопроводом до Тайдета (4 тыс. км) и далее железнодорожным транспортом в Китай. Следует подчеркнуть, что капитальные и эксплуатационные затраты транспортировки по сложному рельефу определяют предварительные затраты 72 долл. за 1 т в первом случае и 55 долл. – во втором. Такой уровень затрат делает экономически обоснованным транзит нефти по Северному морскому пути на условиях полной окупаемости при технологическом решении проблемы проводки танкеров дедвейтом 50 тыс. т и более.

Таблица 1

Степень зависимости от импорта крупнейших рынков углеводородного сырья [1, с. 159]

Наименование рынков	Доля импорта в потреблении, %		
	2000	2010	2020
Североамериканский	44,6	52,4	58,0
Европейский	52,5	67,2	79,0
Азиатско-тихоокеанский	88,8	91,5	92,4
В том числе китайский	22,3	61,0	76,9
Индия	57,4	85,2	91,6

³ В этом регионе США стратегически решают две задачи: сделать каспийскую нефть планетарным стратегическим запасом, что позволит предотвратить «неадекватные действия» стран ОПЕК. Резерв должен быть готов к немедленному использованию, но использоваться крайне медленно, поэтому на особые деньги здесь надеяться не приходится. Вторая задача – «накормить» подконтрольной каспийской нефтью угрожающе растущий Китай и тем самым отключить его от главной кладовой Запада – Ближнего Востока. Такие задачи не решаются без мощного военного обеспечения.

Транзит нефти и сжиженного газа по Северному морскому пути в восточном направлении, т. е. на азиатско-тихоокеанский рынок, мог бы послужить своеобразным «локомотивом» для перевозок и других грузов (уголь, лес, концентраты и т. п.), которые сегодня не окупаются. По расчетам экспертов уже 10 млн т нефти позволят вплотную приблизиться к по-



рогу самоокупаемости арктических перевозок, особенно при их стоимости в 50–70 долл. за 1 т, которые определены для комбинированных схем транспортировки от Западной Сибири для АТР. Однако такой транзит в любом случае будет отвлекающим с североамериканского рынка и ослабит конкурентные позиции на нем российских компаний. Имеются и технические сложности: действующие линейные ледоколы рассчитаны на проводку судов ледвейтом 20–25 тыс. т, коммерческий же класс океанских танкеров начинается с 50–60 тыс. т. Не случайно профильные институты достаточно осторожно подходят к прогнозам транзита по трассе Северного морского пути.

Однако в принятой концепции нефтепровод мощностью 60 млн т в АТР практически исключает возможность перевозки нефти из Обской губы (Ванкорская группа месторождений) и из Енисейского залива (терминал на Диксоне) через Мурманский транспортный узел в Северную Америку. Аналогичная ситуация сложится при строительстве газопровода в Китай мощностью 60 млрд м³ в отношении ранее проектировавшихся заводов по сжижению газа на полуострове Ямал (Харасавейское и Бованенковское месторождения), с предполагаемым экспортом в основном на североамериканский рынок как наиболее перспективный с позиции рентабельности морской транспортировки. Сегодня все существующие комбиниро-

ванные схемы, представленные в табл. 2, дороже чисто морских.

В свою очередь, рынок Северной Америки сохраняет сравнительно высокий по отношению к другим районам уровень самообеспеченности: даже к 2020 г. доля импорта здесь не превысит 58 %. Собственная годовая добыча на нем падает все последние годы, в отличие от рынка России. Если в 1995–1999 гг. среднегодовая добыча углеводородов в РФ составляла 304 млн т, а в США 325 млн т (45 % потребления САР), то в 2000–2004 гг. эти показатели составили соответственно 386 и 285 млн т, а в 2008 г. 395 и 270 млн т. При этом США проводит политику поддержания собственной добычи на относительно высоком уровне, постепенно снижая как объем консервации запасов, так и экологические требования: в ноябре 2005 г. Сенат США пересмотрел действовавший 44 года запрет на разработку нефтяных запасов в Арктическом национальном заповеднике дикой природы на Аляске. Нефтяные компании начали разведку на площади более 1,5 тыс км² с прогнозируемыми запасами нефти не менее 20 млрд т. Уже разведаны месторождения с объемом извлекаемых запасов около 5 млрд т, в том числе уникальное месторождение Прадхо-Бей.

Таким образом, с позиции глобальных рынков углеводородов и необходимости диверсификации экспорта нефти и газа наиболее реалистичной видится транспортировка углеводородов

Таблица 2

Степень зависимости от импорта крупнейших рынков углеводородного сырья [1, с. 159]

Маршрут транспортировки	Дальность морской перевозки, км	Общие транспортные расходы от месторождения до США, долл. за 1 т
Баку – Тбилиси – Джейхан (Средиземное море) – США	6 400	31,9
Западная Сибирь – КТК (Черное море) – США	6 685	29,9
Западная Сибирь – «Дружба» (Алгим, Средиземное море) – США	6 038	29,5
Западная Сибирь – Мурманск – США	5 800	24,7
Персидский залив – США	12 800	19,5

морских континентальных месторождений Западной Арктики посредством Мурманского транспортного узла в объемах 25–30 млн т в 2015 г. и 40 млн т в 2020 г. именно на САР. Оценка транспортной стратегии на период до 2020 г., так же как и стратегии изучения и освоения нефтегазового потенциала континентального шельфа страны⁴, позволяет отметить их некорректность. Вместе с тем некоторые их приоритеты могут быть выделены, например, в части стратегического развития Мурманского порта в Арктической системе транспортировки углеводородов. Это позволяет рассматривать, в частности Мурманский транспортный узел, с позиции приоритетных перспектив его развития, дающих толчок диверсифицированным транспортировкам нефти и газа. Этот вывод подтверждает имеющиеся на Мурманском морском направлении следующие конкурентные преимущества [6, с. 51–56]:

- геополитическое положение Кольского залива, обеспечивающее относительно открытый выход в Атлантику и Мировой океан, ограниченный для портов Балтийского и Черного морей системами «закрытых» проливов;
- возможность принимать у причалов в Кольском заливе крупнотоннажные суда, включая танкеры дедвейтом свыше 100 тыс. т, а при использовании рейдовых перегрузочных терминалов – супертанкеры практически без ограничения грузоподъемности;
- благоприятная ледовая обстановка, позволяющая круглогодично транспортировать грузы в Атлантику без ледокольного сопровождения;

⁴ Однако эти стратегии практически не затрагивают северных экспортных направлений, что объясняется только одним – доминирующим приоритетом стратегии остается транспортировка энергоносителей на европейский рынок, хотя такая позиция выглядит недостаточно обоснованной и даже опасной с точки зрения диверсификации экспортных поставок и преодоления монополии. В этом аспекте наиболее предпочтительной представляется североамериканская альтернатива, для которой северные российские порты, и в первую очередь Мурманский транспортный узел, имеют серьезные стратегические преимущества (проект «Северные ворота») при реализации проекта транспортировки нефти или сжиженного газа.

– относительно развитая система железных дорог, позволяющая доставлять грузы к портам в объеме до 30 млн т в год, а при модернизации Октябрьской железной дороги (строительстве вторых путей – около 70 км) – до 40 млн т в год. Существенно то, что Мурманская область является сырьевым регионом с крупномасштабным вывозом концентратов и обратным порожним прогоном подвижного состава;

– высокий промышленный и кадровый потенциал региона, что обуславливает высокий инвестиционный рейтинг в числе первой трети субъектов РФ.

Вместе с тем сегодня можно говорить о следующих перспективных направлениях развития систем транспортировки нефти:

- северо-балтийское направление – строительство второй очереди Балтийской трубопроводной системы с увеличением мощности направления до 62 млн т нефти в год и создание в условиях благоприятного и оптимистического вариантов социально-экономического развития новой трубопроводной системы для экспорта нефти с перевалочным комплексом на Кольском полуострове (до 120 млн т нефти в год);
- каспийско-черноморско-средиземноморское направление – развитие маршрутов транзита нефти прикаспийских стран СНГ путем увеличения пропускной способности трубопровода Атырау – Самара до 25–30 млн т нефти в год и нефтеналивных морских терминалов в городах Новороссийске и Туапсе до 59 млн т нефти в год, а также достижение проектной мощности нефтепровода Каспийского трубопроводного консорциума (67 млн т в год);
- центрально-европейское направление – соединение трубопроводных систем «Дружба» и «Адрия» с целью поэтапного (5–10–15 млн т в год) увеличения экспорта нефти из России и стран СНГ через нефтеперевалочный терминал в порту Омишаль (Хорватия). Объединение трубопроводов Центральной и Восточной Европы в единую систему;
- восточно-сибирское направление – обеспечение формирования в Восточной Сибири и Республике Саха (Якутия) новых центров добычи нефти и выход России на энергетический



рынок Азиатско-Тихоокеанского региона определяет необходимость создания нефтепроводной системы Ангарск – Находка (мощностью до 80 млн т в год) с ответвлением на Китай (г. Дацин);

– дальневосточное направление – создание оптимальной транспортной инфраструктуры, отвечающей требованиям рационального пользования недрами, в том числе в рамках проектов «Сахалин-1» и «Сахалин-2», с учетом перспектив освоения нефтегазовых ресурсов в районе острова Сахалин.

Реализация части этих направлений потребует сооружения новых и развития действующих морских нефтеэкспортных терминалов.

Для оптимизации экспортных поставок нефтепродуктов с крупнейших нефтеперерабатывающих заводов предусматривается строительство нефтепродуктопроводов Сызрань – Саратов – Волгоград – Новороссийск, Андреевка – Альметьевск, а также Кстово – Ярославль – Кирishi – Приморск и перевалочного комплекса в городе Приморске.

Освоение в ближайшей перспективе углеводородного сырья арктического континентального шельфа и, как следствие, увеличение перевозок по Северному морскому пути требуют пересмотра концепции развития этой транспортной магистрали.

С учетом растущих потребностей в энергоносителях на европейском и американском рынках российские нефтегазовые компании планируют в период до 2020 г. реализовать следующие проекты [4]:

– компания «Газпром» – первая в Арктике МЛСП на месторождении Приразломное в юго-восточной части Баренцева моря; отгрузку нефти будут выполнять два танкера ледового класса ЛУ 6 дедвейтом 70 тыс. т; платформа будет обслуживаться двумя ледоколами-снабженцами;

– компания «ЛУКОЙЛ» увеличивает мощность действующего нефтяного терминала Варандей на Тимано-Печорском месторождении до 13 млн т в год путем переноса его с глубины 12 м на глубину 17 м; в транспортной системе будет задействовано три танкера ледового класса ЛУ 6 дедвейтом 70 тыс. т;

– транспортировка нефти и газоконденсата из Обской и Тазовской губ объемом 1,5 – 2 млн т в год танкерами ледового класса ЛУ 6 дедвейтом 20 тыс. т;

– экспорт нефти из портов Архангельска и Витино объемом 20 млн т в год танкерами ледового класса ЛУ 5 дедвейтом 20–30 тыс. т;

– в дальнейшей перспективе компания «Транснефть» планирует строительство трубопровода с западно-сибирских нефтяных месторождений в Чешскую губу и создание там отгрузочного терминала Индига для танкеров дедвейтом до 25 тыс. т; прогнозируемый объем экспорта нефти – 25 млн т в год.

Начало развития нефтегазовых и смежных с ними отраслей, а также дальнейшая активизация темпов роста производства в этих отраслях позволят реализовать диверсификацию экспортных потоков углеводородов в интересах России, поскольку сегодня у страны нет для этого технических и инвестиционных возможностей.

Также поляризация мирового рынка в северном полушарии планеты, в частности в Северной Атлантике и в северной части Тихого океана, определяет возможность значительного расширения потоков углеводородов по трассе Северного морского пути, поэтому необходимо решение задачи разработки комплекса торгово-экономических правовых норм, определяющих промышленную и транзитную инфраструктуру на территории северных районов и транзитный бизнес по трассе для российских и иностранных грузов через северо-запад России в зону Азиатско-Тихоокеанского региона. Необходима также разработка законов, защищающих интересы российской промышленности и морского флота и протекционистская политика для российских судоходных компаний и промышленных предприятий, осуществляющих свою хозяйственную деятельность в северных регионах России.

Таким образом, разработка ресурсной базы углеводородов в России и развитие систем их транспортировки в условиях взаимодействия мировых рынков – первоочередные государственные задачи на ближайшую перспективу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Геополитические и экономические факторы формирования морской стратегии в российской Арктике [Текст] / под ред. С.Ю. Козьменко, В.С. Селина, А.Г. Столбова. – Апатиты: КНЦ РАН, 2007. – С. 233.
2. **Джонстон, Д.** Международный нефтяной бизнес: налоговые системы и соглашения о разделе продукции [Текст]: пер. с англ. / Д. Джонстон – М.: Олимп-Бизнес, 2000. – С. 352.
3. **Матишов, Г.Г.** Химические процессы в экосистемах северных морей [Текст] / Г.Г. Матишов, Л.Г. Павлова и др. – Апатиты: КНЦ РАН, 1997. – С. 404.
4. На Северном морском пути будет оживленное судоходство [Электронный ресурс] // Морская биржа. – 2006. – № 2 (16). – Режим доступа: <http://www.maritimemarket.ru/smp.html>
5. О Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года [Текст] : распоряж. Правительства РФ № 1734-р от 22.11.08 г. // Российская газета. – 2008. – 22 нояб.
6. **Селин, В.С.** Перспективы развития морских перевозок через Мурманский транспортный узел [Текст] / В.С. Селин, К.А. Кибиткин, Е.Б. Терещенко // Морской сборник. – 2007. – № 2. – С. 51–56.
7. **Столбов, А.Г.** Теоретические и методологические проблемы формирования морехозяйственного комплекса региона [Текст] / А.Г. Столбов, С.Б. Савельева, И.С. Соловьева // Морской сборник. – 2005. – № 3.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ КЛЮЧЕВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФУНКЦИИ

В традиционном стратегическом менеджменте в целях развития предприятия предполагается последовательное решение нескольких задач управления: формирование стратегического видения будущего компании у руководства; постановка стратегических целей развития; разработка четкой стратегии достижения поставленных целей; собственно реализация предложенной стратегии; оценка результатов и корректировка стратегического видения, глобальных целей, стратегии и ее реализации с учетом приобретенного опыта, изменившихся условий, появления новых идей и возможностей [5].

Однако механизмы классического стратегического менеджмента, основанные на развитии бизнес-систем в стабильных условиях, как показывает практика, зачастую не срабатывают в динамично меняющейся среде, поэтому в последние годы появляются новые концепции стратегического развития, отражающие современные тенденции в управлении бизнесом.

Одна из таких концепций – концепция ключевых компетенций организации, предложенная Г. Хэмелом (Hamel) и К.К. Прахаладом (Prahalad). В процессе реализации такого подхода решаются три основные задачи:

- формирование стратегического видения;
- выявление и развитие ключевых компетенций;
- поиск областей приложения ключевых компетенций.

Планирование развития организации на базе указанного подхода обладает высоким уровнем

определенности, что безусловно является его положительной характеристикой. В частности, организация или социально-экономическая система (СЭС) в рамках данной концепции может рассматриваться как совокупность стратегических ресурсов, эффективное управление которыми требует определенного стратегического потенциала предприятия, позволяющего предприятию сформировать уникальные конкурентные преимущества.

Логично предположить, что максимально эффективно реализовать стратегический потенциал СЭС можно лишь при рациональном соотношении основных стратегических ресурсов, которое может быть сформировано при продуманном распределении инвестиций в их развитие.

Данная задача, по нашему мнению, может быть решена с помощью методики, основанной на построении модели производственной функции предприятия.

Предлагаемая методика позволяет на основе доступной статистической информации о динамике развития ключевых материально-вещественных ресурсов предприятия получить количественные оценки оптимального соотношения основных стратегически важных ресурсов СЭС, а также, при необходимости, сбалансировать существующий их набор без изменения их качества (экстенсивный тип развития; однако при такой оптимизации соотношения не учитывается возможность повышения качества этих ресурсов, что приводит к уменьшению их количества, привлекаемого в процесс производства).

Таким образом, предлагается решение задачи об оптимальном распределении инвестиций в развитие стратегических ресурсов на основе построения производственной функции исследуемой СЭС. Опыт построения модели производственной функции показал (см., например, [3]), что наиболее приемлемой является квадратичная зависимость вида

$$Y = c + aK + bL + \alpha K^2 + \beta L^2,$$

где Y – доход, полученный предприятием в плановом периоде при использовании имеющихся ресурсов; K и L – объем задействованного в производстве капитала и труда соответственно; c, a, b, α, β – коэффициенты эластичности по капиталу и труду соответственно.

Построение модели осуществляется на основе статистических данных о хозяйственной деятельности предприятия в изучаемом периоде после проверки на коллинеарность выбранных факторов, что позволяет проверять качество имеющегося статистического множества и избегать значительных погрешностей при построении модели производственной функции.

В целях автоматизации процесса построения и верификации регрессионной модели на основе имеющегося статистического множества можно использовать стандартный программный продукт MS Excel.

Далее полученная модель подлежит оптимизации, и решается задача рационального распределения направляемых в развитие стратегических факторов производства инвестиций I [4, с. 201]. Оптимизация модели осуществляется по следующему алгоритму.

1. Строится целевая функция оптимизации, которая сводится к максимизации результирующего показателя хозяйственной деятельности при использовании имеющихся факторов производства K и L , а именно:

$$Y = f(K, L) \rightarrow \max.$$

2. Формируется новая целевая функция, в которую вводится множитель Лагранжа. Суть этого множителя сводится к тому, что если в развитие СЭС инвестируется I денежных средств, при этом известна цена ресурсов K и L , равная Π_K и Π_L соответственно, а инвестиции I направляются на приобретение ресурсов K и L

и должны быть израсходованы полностью в плановом периоде, т. е. должно выполняться условие $I - K \cdot \Pi_K - L \cdot \Pi_L = 0$, то на основе целевой функции, формируется новая функция Z :

$$Z = f(K, L) + \lambda (I - K \cdot \Pi_K - L \cdot \Pi_L).$$

3. Функция Z подвергается дифференцированию с целью поиска частных производных $\frac{\partial Z}{\partial K}$, $\frac{\partial Z}{\partial L}$, $\frac{\partial Z}{\partial \lambda}$, которые приравняются к нулю. Решая полученную систему уравнений совместно, можно получить оптимальные величины K и L , приводящие результат Y к максимуму.

4. Полученное рациональное (с точки зрения максимизации дохода) соотношение K и L следует сравнить с этим же соотношением, фактически сложившемся на предприятии на момент исследования.

На основании полученной в процессе сопоставления фактических и оптимальных данных информации руководство может формировать стратегию инвестирования развития ключевых факторов производства СЭС.

Процесс организационного развития в общем виде может быть описан S -моделью (рис. 1), построенной в координатах: ось X – инвестиции в развитие СЭС (нами предлагается считать инвестициями, направляемыми в развитие ресурсов, общие производственные затраты, которые и обеспечивают результат производственного процесса); ось Y – возврат инвестированных средств (под возвратом инвестиций понимается результирующий показатель хозяйственной деятельности предприятия в денежном выражении).

На рис. 1 прямая линия, проведенная из начала координат под углом в 45° , является местом точек безубыточности (инвестиции в развитие предприятия равны сумме дохода от хозяйственной деятельности). Кривая развития СЭС пересекает прямую в двух точках: первая точка соответствует первому критическому объему производства и реализации, меньше которого предприятие производить не может (break-even point); вторая точка соответствует предельному росту организации, превышение которого приведет к падению эффективности компании, что грозит предприятию кризисными явлениями.

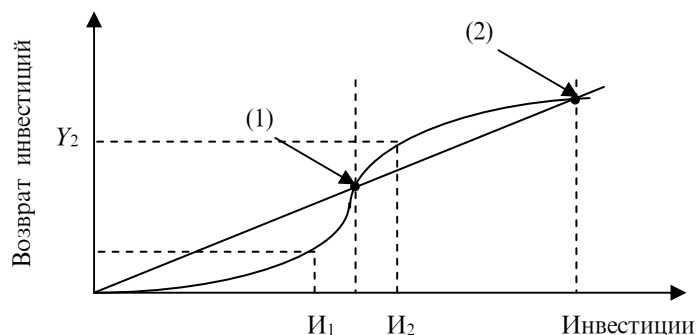


Рис. 1. S-модель организационного развития

Величина I_1 соответствует суммарным производственным издержкам, необходимым для изготовления определенного объема продукции, т. е. $I_1 = Z_{\Sigma 1}$. Участок S-кривой, расположенный между началом координат и точкой (1), может быть построен по ретроспективным статистическим данным, характеризующим деятельность предприятия в прошлые периоды. Участок кривой между точками (1) и (2) строится на основе прогнозных данных, характеризующих развитие СЭС после привлечения инвестиций I_2 , направленных в развитие ключевых ресурсов компании.

Рассмотрим основные варианты стратегий инвестирования K и L и проиллюстрируем их соответствующим изменением графической S-модели.

Итак, существуют два пути развития СЭС – экстенсивный и интенсивный. При экстенсивном пути развития предполагается, что качество основных материально-вещественных ресурсов остается неизменным и результирующие показатели максимизируются за счет привлечения дополнительного количества ресурсов и приведения их структуры к рациональному соотношению. Интенсивный путь развития подразумевает при неизменном или меньшем объеме привлекаемых ресурсов рост их качества, что и позволяет получить больший суммарный результат производственной деятельности.

Основная цель стратегии развития, построенной на экстенсивном подходе, сводится к нахождению оптимального состояния факторов производства (оптимизации СЭС). В этом случае инвестиции будут оптимизирующими. Мероприятия в рамках данной стратегии могут быть описаны следующим образом:

1. Определяется фактическое соотношение основных материально-вещественных ресурсов организации на текущий момент времени ($K_{\text{ф}}$ и $L_{\text{ф}}$).

2. Фактические параметры факторов производства сравниваются с оптимальным их соотношением, полученным при помощи оптимизации модели производственной функции. При этом:

если текущее соотношение близко к оптимальному, то дальнейшее инвестирование в развитие K и L осуществляется пропорционально без нарушения этого соотношения;

если текущее соотношение отличается от оптимального, то осуществляется оптимизирующее инвестирование отклоняющихся факторов производства, приводящее их в оптимальное состояние.

Развитие СЭС при экстенсивном пути развития будет характеризоваться ее перемещением вдоль S-модели организации (см. рис. 2). В любой точке S-кривой рациональное соотношение K и L определяется с помощью производственной функции. I_1 и I_2 распределяются между K и L исходя из рациональных объемов каждого ресурса, полученных при оптимизации математической модели. При этом суммарные инвестиции $I = I_K + I_L$.

В случае если руководство принимает к реализации стратегию интенсивного развития стратегического потенциала (повышение качества ресурсов), возможны два основных варианта развития:

- инвестирование роста качества фактора K (развитие машинной подсистемы);
- инвестирование роста качества фактора L (развитие человеческих ресурсов);

Рассмотрим их подробнее.

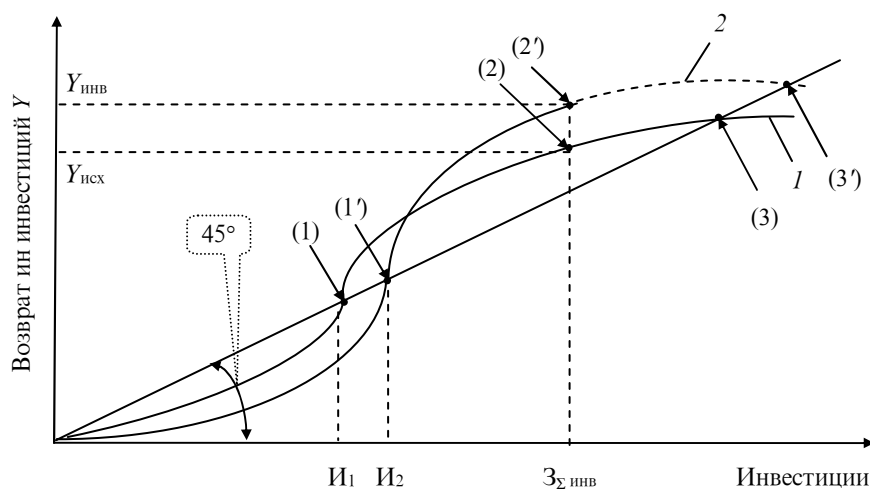


Рис. 2. Перемещение S -кривой при инвестировании основных фондов предприятия (машинной подсистемы)

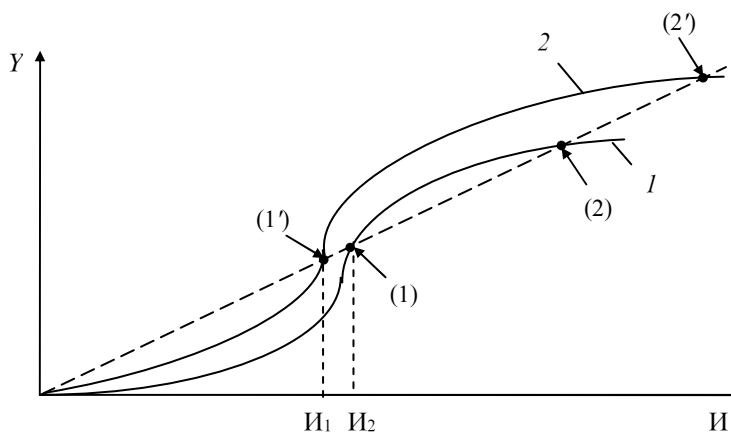


Рис. 3. Перемещение S -кривой при инвестировании качества производственного персонала предприятия

В первом случае инвестиции направляются в развитие основного капитала компании (частичная или полная замена основных фондов, внедрение новых технологий и т. д.), что позволяет повышать качество применяемого в производстве оборудования K . Как правило, при инвестициях в основные фонды стоимость K возрастает, постоянные издержки растут, а переменные издержки либо уменьшаются (что предпочтительно), либо остаются на прежнем уровне. При этом S -кривая на графике будет смещаться вправо и вверх (рис. 3).

На рис. 2 кривая 1 соответствует исходному вектору развития СЭС, а кривая 2 отображает характер развития СЭС после инвестирования

в качество основных фондов предприятия. Предельные точки (1) и (3) сместятся вправо и займут на модели позиции (1') и (3') соответственно, что отражает увеличение стоимости основного капитала компании. Перемещение точки (2) в точку (2') отражает экономический эффект от инвестирования фактора K , который будет равен разнице между результирующими показателями Y до инвестирования основных фондов и после ($\Xi = Y_{\text{инв}} - Y_{\text{исх}}$) при уровне суммарных производственных издержек равном $\Xi_{\Sigma \text{ инв}}$.

Во втором случае при развитии человеческих ресурсов инвестиционные средства направляются в повышение продуктивных свойств действующей

шего персонала либо в замещение его на более качественный. Производительность труда персонала растет, себестоимость продукции снижается, что смещает S -кривую вверх (рис. 3).

На рис. 3 неравновесная точка (1) смещается влево и занимает позицию точки (1'), что указывает на рост производительности труда и снижение себестоимости продукции вследствие повышения качества производственного персонала. Равновесная точка (2) также смещается в точку (2'), что свидетельствует о повышении устойчивости функционирования СЭС ввиду снижения порога перехода в равновесное состояние. Экономический эффект от инвестиций в человеческие ресурсы рассчитывается так же, как и в предыдущем варианте инвестирования.

Таким образом, графическая S -модель позволяет оценить эффективность инвестиций направляемых в ключевые факторы производства, что в свою очередь дает достаточно информативную базу для разработки стратегии развития предприятия с высокой степенью определенности. Применение S -моделей развития СЭС и построение модели производственной функции предприятия позволяют определить рациональное соотношение его основных материально-вещественных ресурсов, рационально распределить ограниченные инвестиции в их развитие, что позволит реализовать стратегию сбалансированного развития СЭС.

Отобразим предлагаемую систему формирования стратегии развития СЭС в виде общей логической схемы (рис. 4).

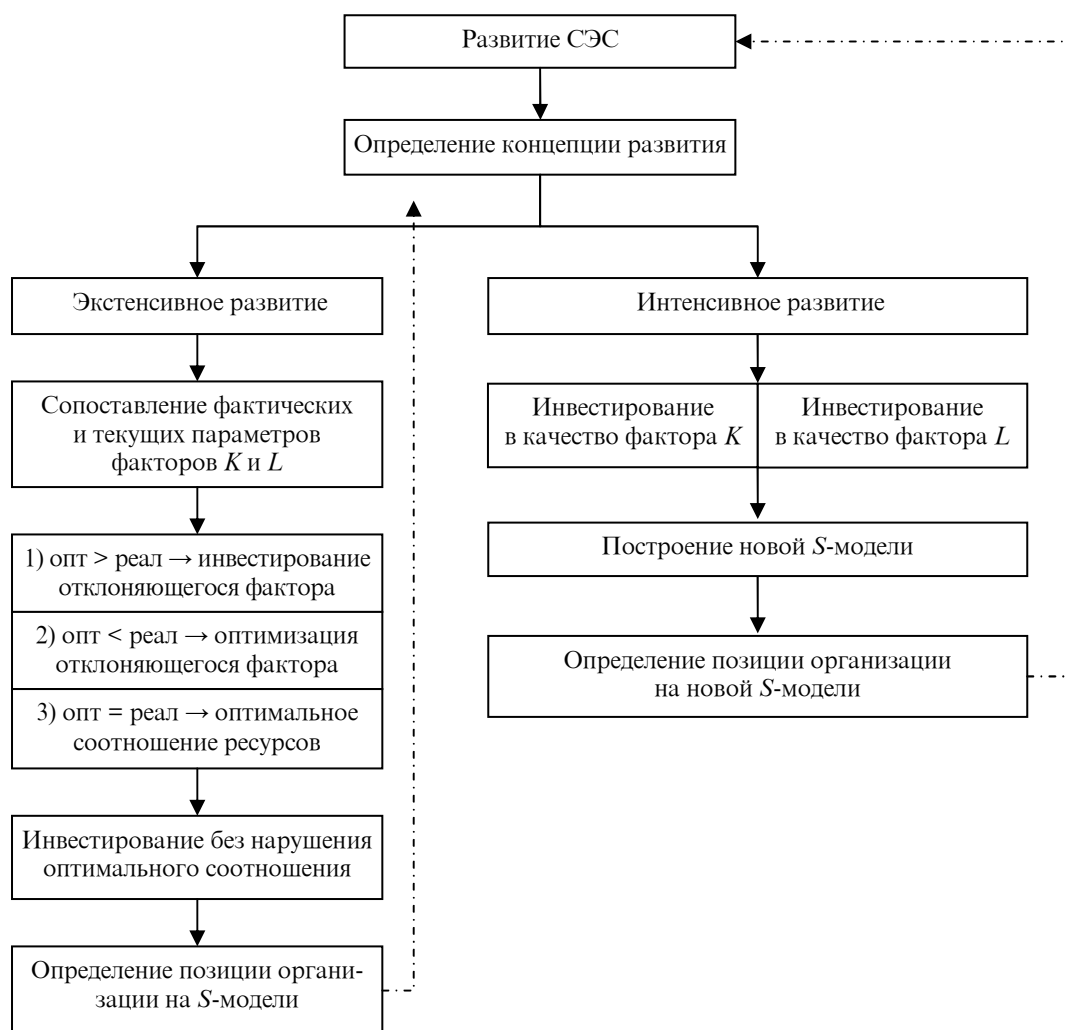


Рис. 4. Система формирования стратегии развития социально-экономической системы на основе модели производственной функции

Таким образом, нами предложена система определения количественных оценок распределения ограниченных инвестиционных ресурсов в развитие основных материально-вещественных факторов производства предприятия, что позволит сформировать рациональную систему его стратегического развития. Предложенная методика предполагает преобразование СЭС на базе изучения состава ключевых компетенций

и создания на этой основе рациональной структуры основных материально-вещественных ресурсов компании. Такой подход к развитию компании позволит занять свою системную нишу в экономических структурах более высокого уровня (региональный рынок, отрасль, национальная экономика, глобальный рынок) за счет формирования устойчивых конкурентных преимуществ в долгосрочном периоде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Ефремов, В.С.** Ключевая компетенция организации как объект стратегического анализа [Электронный ресурс] / В.С. Ефремов, И.А. Ханьков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 2. – С. 8–33. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/management/2002-2/02.shtml>
2. **Малюк, В.И.** Организация стратегического развития [Текст] : учеб. пособие / В.И. Малюк. – СПб.: СПбГИЭУ, 2006. – 143 с.
3. **Малюк, В.И.** Методика оценки рационального распределения ограниченных инвестиций в развитие

- производственной системы региона [Текст] / В.И. Малюк // Региональная экономика. Теория и практика. – 2009. – № 18 (111). – С. 12–21.
4. **Томпсон, А.** Экономика фирмы [Текст] : пер. с англ. / А. Томпсон, Дж. Формби. – М.: Изд-во БИНОМ, 1998.
5. **Томпсон-мл., А.А.** Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [Текст] : пер. с англ. / А.А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III. – Изд. 12-е. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 928 с.

УДК 658.114:339.137.2

С.А. Евсеева

ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ МЕНЯЮЩЕЙСЯ СРЕДЫ

Мировой опыт и исследования специалистов показывают, что главным средством, определяющим результаты и эффективность любой организации, а в конечном итоге страны и общества в целом, является разработка и внедрение конкурентной стратегии. Отсутствие у компании разработок в данном направлении неизбежно ведет к потере конкурентоспособности и банкротству.

Понятие «конкурентная стратегия» рассматривается многими учеными с разных точек

зрения. Большинство отечественных и зарубежных авторов (Ф. Котлер, М. Портер, Р.А. Фатхутдинов и др.) считают, что конкурентная стратегия должна обеспечивать более выгодные позиции предприятия по сравнению с его конкурентами путем создания конкурентных преимуществ и целевой направленности [1–4]. Другие полагают, что она должна быть направлена на предоставление ценностей. И. Ансофф [5], например, определяет конкурентную стратегию через три компонента – скорость роста, диффе-



ренцирование рынка и дифференциацию продукта. Однако никто из исследователей не указывает на то, что предприятия вынуждены функционировать в меняющейся среде. Таким образом, под *конкурентной стратегией* можно понимать программу действий, направленную на достижение стратегических целей промышленного предприятия и выгодной конкурентной позиции в условиях меняющейся среды. Кроме того, необходимо помнить, что после разработки конкурентной стратегии следует определить функциональные стратегии (маркетинговую, инвестиционную, инновационную и т. п.), детализирующие отдельные аспекты деятельности предприятия.

Прежде чем приступить к процессу разработки конкурентной стратегии промышленного

предприятия в условиях меняющейся среды, необходимо определить его принципы.

В научной литературе данный вопрос освещен недостаточно. В работах Н.В. Боровских, М.В. Галушко, А.М. Бакиевой, Э.Ф. Аминова, М.Р. Якубова принципы разработки конкурентной стратегии характеризуют только различные ее аспекты. Наиболее полно эта проблема изучалась А.М. Бакиевой и ее соавторами, однако и состав обозначенных ими принципов не лишен недостатков. Согласимся с авторами [6], что прежде всего формирование конкурентной стратегии должно осуществляться на основе фундаментальных (общих) принципов. На наш взгляд, к ним относятся принципы системности [7], целостности, оптимальности [8], научности, моделируемости [9] и другие, представленные в табл. 1.

Таблица 1

Общие принципы разработки конкурентной стратегии промышленного предприятия

Принцип	Содержание
Системность	Рассмотрение предприятия как сложной системы, т. е. совокупности взаимосвязанных элементов (подсистем), имеющей вход (ресурсы), выход (результат), параметры состояния, прямую и обратную связь с внешним окружением, а также взаимные связи элементов системы. Позволяет определить взаимодействие составляющих между собой и с внешней средой в соответствии со стратегическими целями предприятия
Целостность	Конкурентная стратегия должна разрабатываться не как сумма ее отдельных частей, а как единый, целостный организм, что обеспечивает получение дополнительных свойств
Оптимальность	Позволяет ориентировать конкурентную стратегию на эффективность использования ресурсов в условиях их ограниченности. Стратегия должна быть осуществима в сложившихся условиях, т. е. не идти в разрез с реальными возможностями промышленного предприятия
Научность	Разработка конкурентной стратегии должна быть теоретически обоснована и опираться на всесторонний анализ, который заключается в адекватном отражении всех элементов и их изменений. Необходимо основываться не на интуитивных и субъективных предположениях, а учитывать результаты предшествующей деятельности
Комплексность	Комплексность разработки стратегии промышленного предприятия предполагает, что каждый альтернативный вариант включает анализ всех вопросов финансовой, ресурсной и организационной обеспеченности, определение и согласование временных и количественных параметров
Моделируемость	Процесс управления объектом, разработки стратегии может быть представлен в виде формализованной модели
Многовариантность	В условиях развития управляемого объекта могут использоваться разные варианты конкурентных стратегий

В современных условиях при разработке конкурентной стратегии промышленных предприятий следует также применять специфические принципы:

1. Соблюдение дифференцированного подхода к формированию и реализации стратегий на различных стадиях жизненного цикла предприятия.

2. Стремление к достижению стратегических целей предприятия.

3. Иерархичная соподчиненность. Единство и соподчиненность стратегий на макро-, мезо- и микроуровнях экономики. Конкурентная стратегия зависит от общей и определяет функциональные стратегии.

4. Преемственность и накопление опыта. Предприятие еще до разработки стратегии должно проанализировать предыдущий опыт, выяснить, какие действия имели положительное действие в конкурентной борьбе, и проверить их актуальность на текущий момент.

5. Ориентация на получение устойчивых конкурентных преимуществ в долгосрочном периоде с учетом запросов потребителей.

6. Гибкость. Способность организации реагировать на изменения внешних или внутренних условий функционирования путем постоянной корректировки конкурентной стратегии.

7. Непрерывность. Промышленное предприятие должно постоянно отслеживать изменения во внешней и внутренней среде и вносить поправки в стратегию.

8. Приемлемость уровня риска. При разработке стратегии необходимо учитывать уровень риска.

9. Технологическое соответствие и инновационность. Достижение стратегических целей возможно, если организация обладает современными технологиями, которые позволяют выпускать конкурентную продукцию. Один из главных механизмов повышения конкурентоспособности – инновационное развитие.

10. Социальная ориентированность. При разработке конкурентной стратегии необходимо учитывать обязанность бизнеса способствовать благосостоянию общества.

Предложенный перечень принципов наиболее полно охватывает различные аспекты разработки конкурентной стратегии. Следование данным принципам поможет промышленному предприятию разработать конкурентную стратегию и достичь намеченных стратегических целей.

Современные условия хозяйствования характеризуются перенасыщенностью рынков товарами, высокой конкуренцией, а в некоторых отраслях даже гиперконкуренцией, высокой скоростью технологических изменений, глобализацией бизнеса и т. д. В связи с этим возросло значение реакции промышленного предприятия на изменения во внешней среде.

Большинство ученых сходятся во мнении, что не существует четко установленной границы между уровнями среды и отдельными группами факторов. Важно установить сам факт наличия определенного фактора и оказания воздействия на деятельность предприятия [10].

В условиях меняющейся среды должны меняться и стратегии предприятия. Чем сильнее воздействие внешних факторов, тем большие изменения потребуется осуществить в деятельности. Основываясь на предложенной Е.В. Шевченко методике исследования внешней среды [10], можно определить интенсивность ее влияния на промышленное предприятие. Характер воздействия факторов внешней среды на деятельность предприятия может быть позитивный, нейтральный или негативный, а интенсивность воздействия оценивается по установленной шкале. Путем экспертного опроса определяются значимость и степень влияния факторов на деятельность предприятия, оценка воздействия внешней среды. Однако в работе [10] не рассматривается, как происходящие изменения влияют на стратегию.

В «относительно нейтральной среде» существенно менять конкурентную стратегию не требуется, основное внимание должно быть сконцентрировано на максимально эффективном использовании существующего потенциала. В условиях «агрессивной среды» и «благоприятной среды» степень агрессивности наибольшая, поэтому необходимо корректировать стратегии независимо от характера влияния. В неблагоприятной

Таблица 2

**Факторы внешней среды, исследуемые
для разработки конкурентной стратегии
промышленного предприятия**

Фактор	Индикатор, характеризующий изменение
Обеспеченность ресурсами	Надежность поставщиков. Степень зависимости от поставщиков
Востребованность продукции предприятия	Надежность покупателей. Степень влияния покупателей. Изменение предпочтений
Конкуренция	Интенсивность конкурентной борьбы. Доля рынка. Количество барьеров входа-выхода
Движущие силы отрасли	Степень глобализации отрасли. Количество слияний и поглощений в отрасли. Уровень риска
Перспективы развития отрасли	Стадия жизненного цикла отрасли. Общая привлекательность отрасли. Динамичность спроса
Законодательство и государственная политика	Динамичность изменений
Ценовые риски	Динамика курса валют. Изменения цен на сырье
Банковские риски	Количество банков, обслуживающих предприятие. Надежность банков
Развитие технологий	Инновационная активность

обстановке это очевидно, но и при позитивном, но очень сильном воздействии также необходимо вносить изменения, иначе предприятие упустит возможность, которую непременно реализует конкурент, и в результате может проиграть конкурентную борьбу. Факторы, изменение которых будет исследоваться для разработки конкурентной стратегии промышленного предприятия, представлены в табл. 2.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Во-первых, рассматривать понятие «конкурентная стратегия» необходимо с учетом меняющейся среды. Поскольку в последние годы изменение условий, в которых протекает хозяйственная деятельность, происходит с большей интенсивностью, решение задач своевременной адаптации к происходящим во всех сферах общественной жизни переменам существенно усложнилось. Во-вторых, приступая к разработке конкурентной стратегии промышленного предприятия в условиях меняющейся среды, следует руководствоваться как общими, так и специфическими принципами, описанными выше. В-третьих, для успешного противостояния постоянно меняющейся среде необходимо отслеживать агрессивность последней, используя систему факторов и их индикаторов, и на основе полученной информации корректировать конкурентную стратегию производственно-хозяйственной деятельности промышленного предприятия.

Материалы подготовлены и публикуются при поддержке Совета по грантам Президента РФ (грант МК – 6261.2010.6).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер, Г. Армстронг; пер. с англ. О.Л. Пелявского и А.В. Назаренко. – М.: Вильямс, 2009. – 1067 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов [Текст] / М. Портер; пер. с англ. Н. Минервин. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс; Компания XXI век, 2007. – 452 с.
3. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации [Текст]: учебник по специальности «Менеджмент организации» / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2005. – 542 с.
4. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия [Текст] / И. Ансофф; пер. с англ. С. Жильцов. – СПб.: Питер, 1999. – 414 с.
5. Бакиева, А.М. Формирование конкурентных стратегий предприятия [Текст] / А.М. Бакиева, В.А. Ковшов, Л.В. Гарипова. – Уфа: Изд-во БГАУ, 2008. – 184 с.
6. Экономическая стратегия фирмы [Текст]: учеб. пособие / под ред. А.П. Градова. – 4-е изд., перераб. – СПб.: Специальная литература, 2003. – 958 с.
7. Окорочков, Р.В. Инновационный потенциал предприятия: его оценка и использование [Текст] / Р.В. Окорочков, Я.В. Лемеха, А.А. Тимофеева; под ред. В.Р. Окорочкова. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2008. – 248 с.
8. Клементьев, Г.А. Принципы управления финансовой устойчивостью организаций в информационной экономике [Текст] / Г.А. Клементьев // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Серия «Экономические науки». – 2010. – № 6(112). – С. 114–120.
9. Шевченко, Е.В. Исследование внешней среды промышленного предприятия: теория и практика [Текст]: моногр. / Е.В. Шевченко. – Шахты: Изд-во ЮРГУЭС, 2003. – 176 с.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЗАТРАТ ПРИ СОЗДАНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ИННОВАЦИЙ

Осуществление инновационной деятельности на предприятии в современных условиях необходимо, прежде всего, для повышения конкурентоспособности как продукции, так и предприятия в целом. На результаты деятельности предприятия при создании и реализации инноваций оказывают влияние различные факторы. Как показывает проведенный анализ [1–4 и др.], такими факторами при осуществлении предприятием инновационной деятельности являются различные виды затрат и их структура. С этой целью проведем классификацию затрат и рассмотрим особенности формирования затрат при создании производственных инноваций.

Итак, затраты на инновации могут быть текущими и капитальными.

Текущие затраты образуют производственные расходы инновационной продукции (проекта), по правилам бухгалтерского учета списываются на налогооблагаемую прибыль предприятия вне зависимости от полученного результата, а для целей управления стоимостью предприятия их необходимо капитализировать и учитывать для формирования добавленной экономической стоимости. Классификация инновационных затрат по традиционным экономическим элементам следующая: материальные затраты; оплата труда с отчислениями; амортизация основных производственных фондов и нематериальных активов; прочие затраты.

Капитальные вложения (инвестиции) представляют собой затраты на проектно-конструкторские работы по созданию новых или усовершенствованию существующих объектов – зданий, сооружений, машин, оборудования и других основных средств, предназначенных для реализации с их помощью инновационных решений, на приобретение, строительство или изготовление этих объектов, подготовку строительной площадки, прирост оборотного капитала, приобретение объектов интеллекту-

альной собственности, ликвидацию и утилизацию замещаемого имущества и некоторые другие затраты единовременного характера. Для целей управления стоимостью предприятия необходимо учитывать затраты на вхождение в новый рынок, завоевание нового потребителя (маркетинг), на нематериальные активы, создание объектов интеллектуальной собственности.

Структура инновационных затрат непосредственно зависит от стадии инновационного цикла [4]. На стадиях исследований и проектирования доля материальных затрат (сырье, материалы, топливо, энергия) невелика. Преобладают затраты на НМА и объекты интеллектуальной собственности (ОИС), оплату труда и социальное страхование. Несколько меньше доля затрат на амортизацию, приобретение научного оборудования. Относительно велики прочие расходы (оплата услуг связи, командировок, аренды и т. д.). На стадиях производственной реализации инновационных решений растет доля материальных затрат при относительном сокращении остальных, особенно расходов на оплату труда и социальное страхование.

От состава и структуры затрат зависят направленность и выбор конкретных методов управления затратами. Величина инновационных затрат – важнейший показатель, от которого зависит еще более важный целевой показатель управления – величина полезного эффекта. Увеличивая или уменьшая инновационные затраты, изменяя их состав, можно влиять на результаты инновационной деятельности. Необходимо заранее знать, к каким последствиям приведут решения по управлению затратами. Принимая во внимание разнообразие инновационной деятельности и действующих при этом многочисленных затратнообразующих факторов, не позволяющих вывести однозначную функцию затрат, можно выделить из этих факторов несколько типичных и существенных (рис. 1).



Рис. 1. Факторы, оказывающие влияние на уровень затрат при создании инноваций

Влияние перечисленных факторов на затраты может быть выражено количественно с различной степенью точности. Управленческие решения, влияющие на величину затрат, принимаются на всех уровнях управления и во всех структурных подразделениях предприятия.

Рост масштабности инновационных результатов до создания новых видов продукции массового применения, новых технологий, новых производств сопровождается увеличением затрат на порядки (они могут составлять десятки процентов стоимости основных фондов предприятия или отрасли). Затраты на каждой следующей стадии инновационного процесса

возрастают по сравнению с предыдущей. Соотношения размеров затрат на различных стадиях исследований и разработок подчиняются определенным закономерностям, которые, по данным мировой практики, выражаются определенными средними величинами. Существуют отраслевые нормативы и данные о средних затратах по менее крупным стадиям инновационных процессов. Из закономерности нарастания затрат от стадии к стадии следует, что выгоднее профинансировать несколько вариантов НИОКР и даже несколько проектов и выбрать наилучший для реализации, чем тратить средства сразу на единственный полный

цикл, который может оказаться далеко не лучшим.

Чем большую долю составляют в обеспечении проекта существующие объекты основных фондов (собственные, приобретенные, арендованные), подготовленный персонал, документация и технология, материальные потоки, информационные, производственные и рыночные системы связи, тем меньше (при прочих равных условиях) потребность в инновационных затратах. К этому же фактору следует отнести уровень стандартизации и унификации решений, закладываемых в проект. Чем выше повторяемость, т. е. чем большее число раз проводится данная операция, работа, тем ниже удельные затраты на следующее повторное действие. Эта зависимость справедлива для любой стадии и любого вида инновационных процессов. Потребность в затратах смежных производств, потребителей в связи с реализацией инновационного решения измеряется затратами на переделку или замену сопряженных технических устройств, инструмента, на изготовление новых материалов, создание объектов и средств охраны окружающей среды и т. п. Чем меньше круг таких производств и отраслей, тем меньше величина необходимых затрат.

По мере увеличения размеров создаваемых инновационных объектов, мощности машин, оборудования, производств затраты на создание объекта обычно растут. Однако в расчете на единицу объема, площади, мощности затраты снижаются при простом росте размеров объекта. Уровень цен, тарифов, ставок на используемые в инновационных процессах ресурсы, на выполнение организационно-правовых действий оказывают прямую зависимость на величину инновационных затрат. К объективно обусловленным и технически обоснованным нормам расхода материальных, энергетических и трудовых ресурсов в процессах, связанных с разработкой и реализацией инновационных решений, относятся нормы расхода топлива на получение энергии в конкретных условиях и установках, потери энергии в сетях и преобразователях, нормы затрат труда при выполнении ручных операций и т. п.

При определении цены продажи инновационной продукции на рынке необходимо учитывать факторы ценообразования, представленные на рис. 2. Очевидно, что при определении цены правильнее будет учитывать все основные факторы, хотя удельный вес каждого из них может быть различным. Цена на новую продукцию должна определяться после тщательного анализа, с учетом ее восприятия покупателями, цен конкурентов, а также с учетом производственных затрат. В конечном итоге, является или нет цена разумной, решит потребитель, приобретая тот или иной товар.

Структуру факторов ценообразования инновационной продукции можно дополнить:

- *уровень радикальности инновации*. Если продукт является абсолютно новым на данном рынке, то производитель становится на некоторое время монополистом и имеет возможность устанавливать высокие цены;
- *тип рынка сбыта продукции*, который во многом определяется видом продукции, может быть олигополией, монополией, но преимущественно относится к рынку монополистической конкуренции;
- *уровень риска покупателя и продавца*. Если инновационный риск несет покупатель, то компания-производитель вынуждена снижать цену. Если инновационный риск несет производитель, то он повышает цену, вводя дополнительную плату за риск;
- *стратегии предприятия*. Например, если организация придерживается активной наступательной инновационной стратегии, то она стремится установить цену, обеспечивающую наибольшую массу прибыли. Если же она придерживается оборонительной стратегии, то может снижать цену с целью недопустить конкурентов в данный сектор рынка;
- *уровень доходов покупателей инновационной продукции*;
- *изменение цен на дополнительные товары*;
- *уровень издержек не только на производство, но и на реализацию и эксплуатацию продукции*;
- *уровень планируемой рентабельности*;
- *конкретные условия сделки между производителем и покупателем инновационной продукции*.

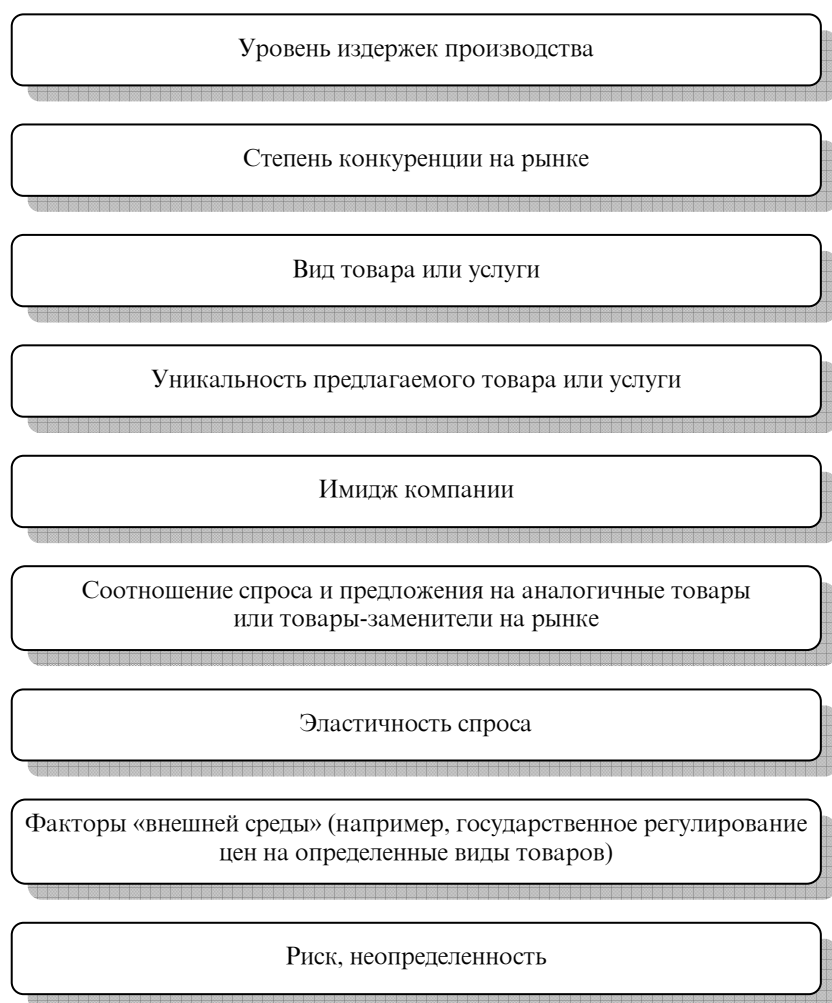


Рис. 2. Факторы ценообразования инновационной продукции

Для инновационной научно-технической продукции в основном применяются договорные цены, условия, определения размеров которых указываются в хозяйственных договорах, контрактах, соглашениях, государственных или муниципальных заказах [3]. В процессе определения договорной цены на разработку осуществляются следующие мероприятия:

- обоснование технико-экономических показателей инновационного изделия;
- разработка целевой программы и расчет ожидаемых инновационных затрат;
- оценка ожидаемой эффективности проекта;
- установление допустимых отклонений результатов и затрат от их планируемых значений

и согласование соответствующих надбавок и скидок к цене;

- окончательный расчет договорной цены.

Покупатель и продавец, устанавливая договорную цену, руководствуются принципом экономической выгоды для той и другой стороны.

При заключении договора возможны различные способы установления цены:

1) с твердой (паушальной) ценой, которая заранее оговорена;

2) с возмещением издержек. Применяется для тех ИИП, в которых трудно спланировать затраты. Выплаты исполнителю производятся по мере выполнения или после выполнения



Рис. 3. Виды ценовых стратегий ИИП

работ, когда произведен расчет фактических затрат;

3) с гарантированными максимальными выплатами. Применяется в аналогичных случаях, но при этом до выполнения инновационного проекта устанавливается его предельная цена;

4) с фиксированной ценой единицы продукции. При этом устанавливается фиксированная величина за единицу материальной продукции и рассчитывается общая стоимость проекта;

5) с периодическими платежами (роялти). Покупатель инновационной продукции периодически выплачивает продавцу сумму, установленную в твердом проценте от некоторых величин, например от прибыли, полученной от реализации этой продукции или от суммы продаж продукции;

6) со сложной ценой. Этот вид установления цены совмещает единовременную и периодическую оплату.

Поиск инновационных идей в ценообразовании осуществляется в этих направлениях, может включать в себя разные переменные и носить как оперативный, так и стратегический характер.

В инновационном маркетинге, как правило, применяются следующие виды ценовых стратегий (рис. 3):

– стратегия «снятия сливок», применяется при внедрении нового товара на рынок, когда на товар устанавливаются достаточно высокие цены. Этот метод работает в случае отсутствия конкурентов у предприятия и отсутствия информации о товаре у потребителей, а также при необходимости быстрого получения прибыли;

– стратегия проникновения на рынок, когда на новый товар устанавливаются относительно низкие цены – в случае наличия большого числа конкурентов;

– стратегия престижных цен, применяется для представления новых товаров с позиции качества и престижа компании, предполагая, что для потребителей высокая цена означает и высокое качество продукции. Эта стратегия, как правило, используется уже достаточно известными компаниями;

– стратегия, основанная на мнении потребителей, при которой цена устанавливается на том уровне, который потребитель готов заплатить за товар.

Влияние перечисленных факторов на затраты может быть выражено количественно с различной степенью точности. Кроме того, в инновационной сфере действуют факторы формирования затрат, которые оценивать количественно значительно сложнее либо невозможно.

Таким образом, рассмотрены вопросы классификации затрат и особенности их формирования при создании производственных инноваций. Показано, что необходимо определять предстоящие инновационные затраты и целенаправленно управлять ими для достижения максимальной рентабельности за счет использования всех факторов. При этом частные цели, средства и методы их реализации различны. Координация всей деятельности (работы звеньев управления, производства, целей, средств, методов) направлена на максимизацию стоимости предприятия при регулировании уровня затрат. На предприятии эту задачу решают с помощью комплексных систем управления [1, 2].



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гаджиев, М.М. Управление инновационным процессом на предприятии в условиях рыночной экономики [Текст] : моногр. / М.М. Гаджиев, Э.А. Козловская, В.А. Козловский; ИСЭИ ДНЦ РАН. – СПб., 1992. – 203 с.
2. Демиденко, Д.С. Оценка и управление стоимостью предприятия [Текст] / Д.С. Демиденко, Э.А. Козловская, Е.А. Яковлева, М.М. Гаджиев. – Ростов н/Д.: ЮФУ. 2009. – 340 с.
3. Бабкин, А.В. Модель национальной инновационной системы на основе экономики знаний [Текст] / А.В. Бабкин, Т.Ю. Хватова // Экономика и управление. – 2010. – № 12 (62). – С. 170–176.
4. Бабкин, А.В. Анализ подходов и методов оценки инновационного потенциала предприятия [Текст] / А.В. Бабкин, А.О. Новиков // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2009. – № 2, т. 2 (75). – С. 193–204.

УДК 65.012.1

О.Е. Лысов

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИТУАЦИОННОГО ПОДХОДА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Многие компании в поисках новых конкурентных преимуществ все чаще обращают внимание на знания, и здесь все большее значение приобретают факторы инноваций и распространения новых знаний. Рынок знаний постепенно начинает играть главную роль, опережая в развитии рынок материальных товаров.

Понятие «интеллектуальный капитал» как капитализированное знание позволяет перейти к экономической оценке знаний, которыми располагает организация. К важнейшим задачам управления знаниями в организации относится использование интеллектуального капитала в целях повышения конкурентоспособности.

Экономика, основанная на знаниях, – это экономика, создающая, распространяющая и использующая знания для обеспечения своего роста и конкурентоспособности. В рамках такой экономики знания создаются в виде научной и высокотехнологичной продукции, высококвалифицированных услуг, образования. Ценность знаний увеличивается, если они передаются, тиражируются и используются, и наоборот, если знания не используются, их ценность уменьшается.

В сетевой экономике ценность вырастает из изобилия и увеличивается от повсеместного

распространения. Это относится не только к сетевым товарам, но и к образованию. Высшее образование способствует сплочению нации, содействуя укреплению социального единства и доверия к социальным институтам, активизации населения и открытых дискуссий и пр.

Существенной особенностью конца XX – начала XXI в. стало не только доминирование знаний как таковых, но и переход от производства информации и знаний к производству новых технологий обработки информации. Главное в экономике, основанной на знаниях, – не только создать новое знание, но и продуктивно его использовать [7].

Современные фирмы сильно отличаются от фирм прошлого, прежде всего новой структурой основного капитала. Сегодня не основные фонды и материальные запасы определяют этот капитал, а информация, знания, т. е. то, что называется интеллектуальным капиталом. Источником добавленной стоимости становится не столько непосредственное производство, сколько те виды деятельности, которые непосредственно связаны с генерированием, трансформацией и использованием знаний.

В новых условиях смещается фокус управления: с материальных потоков и запасов – к нематериальным.

Экономику, основанную на знаниях, характеризует наличие развернутых систем образования, охватывающих все более широкие слои населения. Нужно, чтобы эти системы обеспечивали рост доли высококвалифицированных специалистов в составе рабочей силы, создавали благоприятные условия для непрерывного образования граждан, развивали их способности адаптироваться к меняющимся требованиям.

Затраты на обучение неуклонно растут, что требует применения новых технологий обучения, таких, например, как образование, основанное на использовании реальных ситуаций [1, 2]. Образовательная, обучающаяся составляющая в любой организации будет усиливаться вне зависимости от того, имеет ли она коммерческое предназначение или нет. Образование должно развивать способность человека к смене специальности в течение жизни, адаптировать его к социальным и экономическим изменениям. Очевидно, что любая организация (коммерческая или некоммерческая) должна укреплять именно свое «обучающее измерение», тесно связанное с интеллектуальным капиталом [4, 5].

Интеллектуальный капитал коммерческой организации есть совокупность знаний, информации, опыта, квалификации и мотивации персонала, организационных возможностей, каналов и технологий коммуникации, способная создавать добавленную стоимость и обеспечивающая конкурентные преимущества коммерческой организации на рынке [6].

Человеческий капитал – часть интеллектуального капитала, которая имеет непосредственное отношение к человеку. Это знания, практические навыки, творческие и мыслительные способности людей, их моральные ценности, личные и лидерские черты, культура труда, которые используются индивидом или организацией для получения дохода.

Организационный капитал – часть интеллектуального капитала, имеющая отношение к организации в целом. Это процедуры, технологии, системы управления, техническое и программное обеспечение, организационные фор-

мы и структуры, патенты, культура организации.

Организационный капитал – это организационные возможности компании ответить на требования рынка. Он также ответствен за то, как человеческий капитал используется в организационных системах, преобразуя информацию.

Потребительский капитал – часть интеллектуального капитала, складывающаяся из связей и устойчивых отношений с клиентами и потребителями. Чем больше экономическая мощь заказчиков и клиентов компании, тем большим потребителем капиталом она обладает. Информация о клиентах, в том числе представленная в виде ситуаций, карт знаний и пр., – главный капитал любой организации, который должен использоваться с максимальной пользой, чтобы достичь конкурентоспособности и сохранить ее. Подобного рода информация хранится в базе данных, которая является нематериальным активом организации и при необходимости может стать существенным фактором капитализации.

Человеческий, организационный и потребительский виды капитала взаимодействуют друг с другом. Недостаточно инвестировать в каждый из них по отдельности. Они должны поддерживать друг друга, создавая синергетический эффект, и тогда происходит перекрестное влияние одного вида интеллектуального капитала на другие. При этом результат взаимодействия всех видов интеллектуального капитала не сводится к сумме его составляющих. Высокая оценка интеллектуального капитала означает признание рынком важности корпоративных знаний на ранних стадиях инновационного цикла. Так, в [3] предложен метод извлечения новых знаний из ситуации. Одновременно это означает возможность капитализации знаний, идей до их товарного воплощения.

Традиционные методы бухгалтерского учета не подходят для оценки интеллектуального капитала [6]. Сегодня менеджеры организаций не ограничиваются использованием традиционных методов оценки интеллектуального капитала. В процессе принятия решений руководители и собственники испытывают все большую потребность в информации нефинансового харак-



тера. Нефинансовые оценки проводятся для анализа конкурентоспособности организации, а также факторов этой конкурентоспособности. Они могут использоваться внешними и внутренними потребителями (начиная от персонала и заканчивая инвесторами и акционерами). Эти оценки учитываются при определении стратегии, долгосрочных трендов в развитии организации.

В ситуационном подходе к нефинансовым оценкам можно отнести, например, оценки качества менеджмента, корпоративной культуры. В частности, корпоративная культура оценивается такими индикаторами, как способность привлекать талантливых людей, качество системы оплаты труда, текучесть персонала, навыки персонала, тренинги и образование, удовлетворение потребностей клиентов и пр.

Обучение и развитие персонала определяют инфраструктуру, которую надлежит создать, чтобы обеспечить долговременный рост. Вложения в образование, науку и здравоохранение должны рассматриваться как инвестиции в поддержание и увеличение интеллектуального капитала, которые приведут к созданию стоимости путем генерирования знаний. Работник в знаниеемком производстве – это не столько затраты, сколько активы.

К нефинансовым оценкам раздела обучения и развития можно отнести комплекс общих показателей (удовлетворение рабочей ситуацией, текучесть персонала, ситуационное обучение, повышение квалификации) и специфических факторов, таких как подробный характерный для данной деятельности набор навыков, умений, компетенций, необходимых в новой конкурентной ситуационной обстановке. Главное конкурентное преимущество происходит из развития навыков, приобретенного опыта, инновационных возможностей, ноу-хау, понимания рынка путем использования БАЗ данных, карт знаний и ситуаций, систем обмена информацией, т. е. из элементов интеллектуального капитала.

Навыки, приобретенный опыт, инновационные возможности персонала, связанные с использованием ситуационного подхода, образуют существенную часть человеческого капитала организации.

Важной задачей является переход к новому состоянию, когда организация сама обладает

значительными интеллектуальными активами и способна обучаться. Для этого необходимо выделить те виды деятельности, которые в большей мере и наиболее эффективно создают вновь добавленную стоимость. Выявлению центральной компетенции фирмы помогает ответ на вопрос – «где мы можем достичь лучших в мире показателей?»

Процедуры, технологии, системы управления, техническое и программное обеспечение, организационные формы и структуры, связанные с ситуационным подходом, концентрируются в условиях вуза в аппаратно-технической среде учебного креативного ситуационного исследовательского центра (УКСИЦ), образуя организационный капитал.

Одной из центральных компетенций компании становится база данных о предпочтениях и вкусах потребителей, а также организация постоянного потока информации о качестве товаров и услуг, производимых ею, и использование этой информации в инновационной и производственной деятельности; в том числе представленная в виде ситуаций (банки ситуаций, карты знаний и их производных). В совокупности это формирует потребительский капитал организации в условиях вуза, сконцентрированный в УКСИЦ.

Во многих отраслях наиболее значимая центральная компетенция компаний – это их способность осуществлять инновации. На первое место выходят нематериальные условия производства (навыки, опыт, квалификация, инновационные возможности, ноу-хау, информационные системы, базы данных, понимание рынка, дистрибуция). В стратегическом плане целесообразно развивать несколько выбранных видов активности, которые базируются на одной из центральных компетенций компании, и в качестве таковой могут стать результаты использования ситуационного подхода [3]. Главная задача топ-менеджеров в сфере знаний – вычленять, систематизировать и тиражировать интеллектуальный капитал внутри вверенной им организации.

Формирование интеллектуального капитала в организации при использовании ситуационного подхода включает в себя следующие компоненты:

- стимулирование прироста знаний, представленных в виде ситуационных знаний;

- отбор и аккумуляция значимых сведений из внешних по отношению к данной организации источников в виде банка ситуаций, карт знаний и пр.;

- сохранение, классификация, трансформация, обеспечение доступности ситуационных знаний;

- распространение и обмен ситуационных знаний, в том числе в рамках организации;

- использование ситуационных знаний в деловых процессах, в том числе при принятии решений, разработке стратегий, связей с потребителями и пр.;

- воплощение ситуационных знаний в продуктах, услугах, документах, базах данных и программном обеспечении;

- оценка знаний, измерение и использование НМА организации, представленных в виде ситуационных знаний.

Управление знаниями можно определить как искусство создавать стоимость из нематериальных активов организации, как целенаправленный процесс конвертации ситуационных знаний в стоимость.

Основной формой ситуационных знаний может быть каталог исследуемых организаций, ситуаций, ситуационных проблем, вариантов решений, карт знаний и пр., представляющий собой формализованный и нормативно закрепленный опыт менеджеров фирмы и представленный в УКСИЦ. Формализация позволяет каждому новому сотруднику, а также опытному работнику в общении с клиентами опираться на выработанные за все время существования фирмы решения. Каталог – это хранилище корпоративных знаний, которые были накоплены за предыдущие годы. Полезность каталога прояв-

ляется, прежде всего, в том, что помимо самого ситуационного решения показываются этапы его принятия, необходимая для этого информация и пр. элементы.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы.

В целях мониторинга, а также для сравнения интеллектуального капитала компании с интеллектуальным капиталом конкурентов применяются нефинансовые показатели, связанные с ситуационным подходом.

Одним из методов оценки интеллектуального капитала на базе преимущественно нефинансовых показателей может быть предложенная совокупность показателей. Эта система помогает руководителям переводить стратегические цели компании в четкий план оперативной деятельности подразделений и ключевых сотрудников и оценивать результаты этой деятельности с точки зрения реализации стратегии с помощью ключевых показателей.

В последние годы все чаще конкурентные преимущества обусловлены свойствами персонала, а также эффективно встроенными в бизнес-процессы информационными технологиями, связанными также и с ситуационным подходом. При этом высокие результаты деятельности организаций обусловлены удачно найденными решениями в сфере управления интеллектуальным капиталом.

Ситуационные стратегии управления знаниями направлены на то, чтобы создать новую стоимость, реализованную в продуктах, людях и в процессах с помощью рационального формирования и использования знаний в организациях [2].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Лысов, О.Е.** Ситуационный подход в управлении организациями [Текст] / О.Е. Лысов. – СПб., ГУАП, 2009.

2. **Лысов, О.Е.** Ситуационный подход в управлении знаниями [Текст] / О.Е. Лысов. – СПб.: ГУАП, 2009.

3. **Лысов, О.Е.** Способ принятия управленческих решений на основе ситуационного анализа [Текст] / О.Е. Лысов // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2011. – № 1.

4. **Оводенко, А.А.** Креативные технологии управления проектами Университета [Текст] : моногр. / А.А. Оводенко. – СПб.: ГУАП, 2010. – 344 с.

5. **Оводенко, А.А.** Обеспечение качества образования в технических университетах России при реализации Болонской декларации [Текст] : моногр. / А.А. Оводенко. – СПб.: ГУАП, 2010. – 278 с.

6. **Ольховский, В.В.** Управление нематериальными активами как инновационным ресурсом развития современных организаций [Текст] : моногр. / В.В. Ольховский. – М.: Изд-во РАГС, 2009. – 304 с.

7. **Бабкин, А.В.** Модель национальной инновационной системы на основе экономики знаний [Текст] / А.В. Бабкин, Т.Ю. Хватова // Экономика и управление. – 2010. – № 12 (62). – С. 170–176.



ВЫБОР ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНОГО ИНВЕСТОРА В РАЗЛИЧНЫХ ФАЗАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЦИКЛА

В условиях перехода экономики от фазы спада к фазе роста перед предприятиями встает существенный вопрос расширения объемов выпуска продукции для удовлетворения растущего спроса. При этом собственные средства у предприятия, пережившего фазу спада, зачастую отсутствуют. В этот момент даже предприятия, редко прибегавшие к заемным средствам в прошлом, вынуждены обращаться к инвесторам для эффективной реализации запланированной стратегии развития. При этом срок принятия решения о выборе предпочтительного инвестора очень длителен и нужный момент очень часто бывает упущен. Необходимо систематизировать информацию о потенциальных инвесторах для промышленного предприятия и сформировать образ потенциального инвестора, позволяющий предприятию, опираясь на анализ своей деятельности, выявить наиболее предпочтительного в настоящий момент инвестора.

В первую очередь необходимо выяснить, какие виды инвесторов функционируют на отечественном рынке. Выбирать инвесторов следует с учетом параметров, наиболее важных для промышленных предприятий как предполагаемых объектов инвестирования. Важно зафиксировать изменение критериев предпочтительности потенциальных инвесторов в фазе роста национальной экономики и в фазе ее рецессии. Такими критериями могут служить:

- 1) предпочтительность объектов для инвестирования;
- 2) ориентированность инвестора;
- 3) предпочтительность соотношения доходности и риска;
- 4) требования потенциального инвестора к потенциальному объекту инвестирования;
- 5) соответствие способа инвестирования стратегическим целям предприятия;

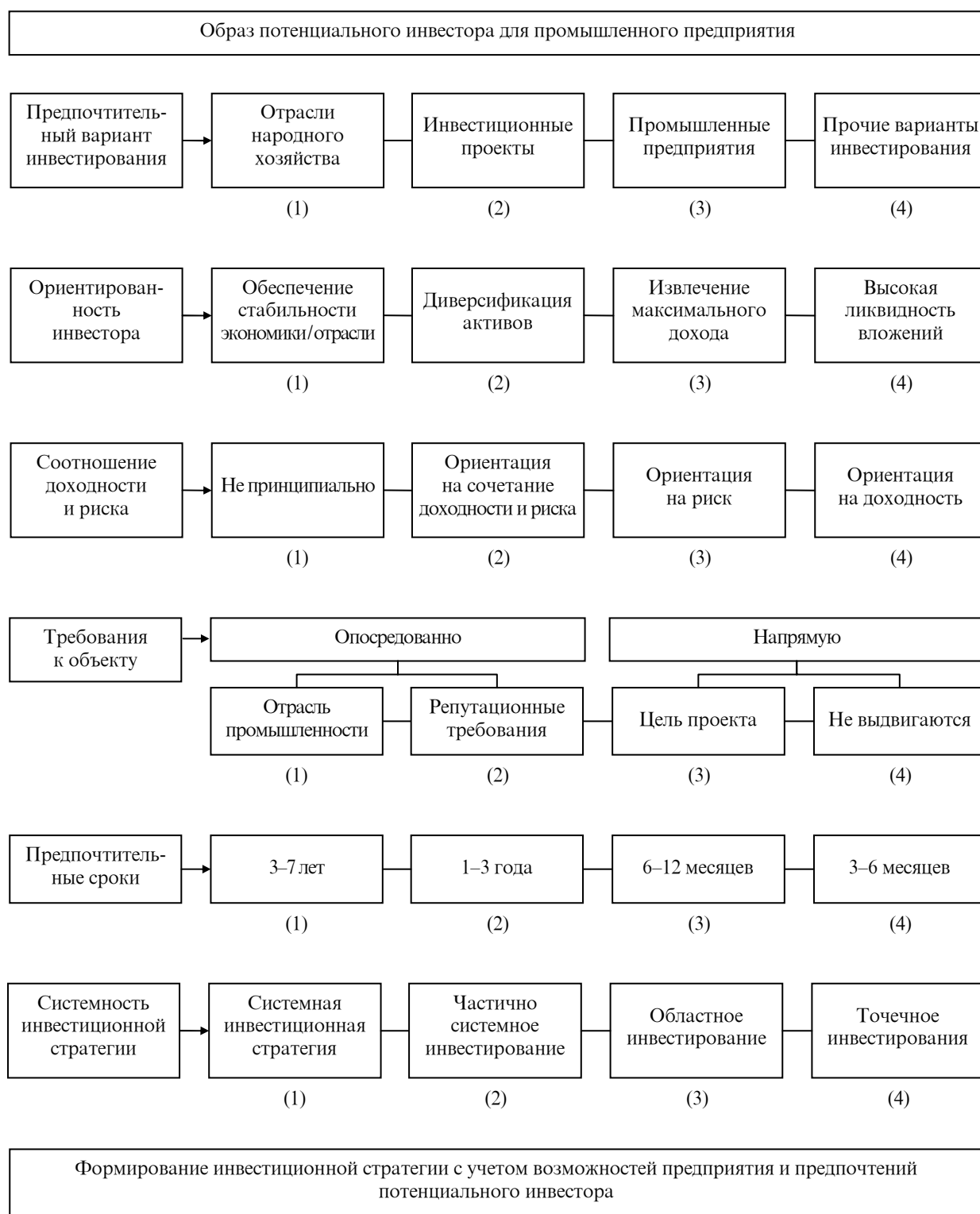
6) предпочтительность для предприятия сроков инвестирования;

7) включенность инвестора в систему инвестиционной стратегии предприятия.

Перечислим основные виды инвесторов, осуществляющих активные операции на рынке: государство; отечественная банковская система; банки-нерезиденты; отечественные инвестиционные фонды и компании; международные инвестиционные фонды и компании; корпоративные инвесторы; частные инвестиции; прямые иностранные инвесторы.

Сформируем образ (паттерн) потенциального инвестора (см. схему). Каждому из семи приведенных выше значимых критериев поставлены в соответствие четыре укрупненных варианта значений. Полученная таблица позволяет руководителю промышленного предприятия оценить предпочтительность потенциального инвестора. Основываясь на теории управления конкурентными преимуществами предприятия в долгосрочном периоде, выберем предпочтительный период взаимоотношений и степень системности инвестиционных вложений. Ранжируем представленные в образе потенциального инвестора варианты по степени их долгосрочности и системности. Наиболее долгосрочным по времени планирования, осуществления и последующего контроля вариантам присвоены минимальные числовые переменные, см. схему – (1).

Это позволяет представить образ потенциального инвестора как алгебраическую сумму переменных и присвоить каждому инвестору определенную интегральную оценку, выраженную в условных баллах. Причем каждый потенциальный инвестор рассматривается и в фазе подъема и в фазе спада. Это дает возможность менеджменту предприятия принимать решение о возможности долгосрочного взаимодействия с тем или иным инвестором.





Минимальное интегральное значение показателя составляет 7 баллов, максимальное – 28. Разделим все полученные результаты на следующие условные группы.

1. *Стратегические инвесторы* – инвесторы, с которыми возможно выстраивать наиболее долгосрочные взаимоотношения. Они выдвигают максимальные требования как к самому виду деятельности промышленного предприятия, так и к результатам этой деятельности. При этом зависимость, в которую попадает промышленное предприятие от таких инвесторов, зачастую усугубляет результаты вложения средств в бизнес, так как распоряжаться ими по собственному усмотрению у предприятия нет возможности.

2. *Тактические инвесторы* – инвесторы, с которыми можно выстраивать долгосрочные партнерские отношения. Они не выдвигают столь существенных требований к виду деятельности промышленного предприятия. В основном их интересуют результаты этой деятельности, причем как финансовые, так и нефинансовые (социальные, экологические). Данная группа инвесторов вкладывает денежные средства либо в конкретное предприятие, либо в конкретный проект. Промышленное предприятие попадает в существенно меньшую зависимость от этой группы инвесторов, так как их более интересует возврат вложенных средств, а стратегические и тактические аспекты ведения бизнеса остаются целиком под контролем промышленного предприятия. Получить инвестиции от этой группы инвесторов проще, нежели от «стратегических инвесторов», но при этом сроки также сокращаются, равно как и инвестируемые суммы.

3. *Случайные инвесторы* – группа инвесторов, для которых характерно наиболее оперативное принятие решения об инвестировании в то или иное промышленное предприятие (либо другой инвестиционно-привлекательный объект). Этот инвестиционный капитал очень текуч и постоянно перетекает не только между различными регионами, странами, но и отраслями инвестирования. Инвестируемые суммы небольшие и в зависимости от таких инвесторов промышленное предприятие не попадает, за исключением риска бегства данного инвестиционного капитала в самый неподходящий момент. При

этом таких инвесторов заботит лишь финансовый результат деятельности предприятия, и удовлетворить их критериям при благоприятствовании рыночной ситуации наиболее просто.

На основании результатов расчета балльного показателя к группе «стратегических инвесторов» (7–14 баллов) можно отнести только государство, интегральная оценка которого составляет 8,5 баллов в фазе подъема экономики страны и 12 баллов в фазе спада. Это говорит о том, что государство, оставаясь ввиду своей системообразующей для национальной экономики роли «стратегическим инвестором» и в фазе спада экономики, тем не менее больше начинает тяготеть к группе «тактических инвесторов», что является тревожным сигналом и говорит о низкой системности подхода к государственному инвестированию в критических условиях. Все остальные рассмотренные в данном разделе инвесторы оказываются за пределами группы стратегических, что весьма типично для экономики развивающихся стран.

К группе «тактических инвесторов» (15–21 балл) по результатам расчета интегрального показателя относятся: прямые иностранные инвестиции; международные инвестиционные фонды и компании; банки-нерезиденты; корпоративные инвестиции и отечественная банковская система – в фазе подъема экономики страны. В фазе спада число «тактических инвесторов» сокращается до прямых иностранных инвестиций и международных инвестиционных фондов и компаний. Данные результаты могут быть истолкованы двояко. С одной стороны, в фазе подъема отечественной экономики подавляющее большинство инвесторов, осуществляющих здесь свою деятельность, относятся к группе «тактических». Это говорит о сравнительно высоком уровне развития инвестиционной инфраструктуры в стране и позволяет промышленным предприятиям развиваться планомерно, осуществляя вложения денежных средств в бизнес последовательно и системно. С другой стороны, при переходе отечественной экономики от фазы подъема к фазе спада, подавляющее большинство «тактических инвесторов» переходят в категорию «случайных инвесторов». Это приводит к изменениям в критериях предпочти-

тельности принятия решения об инвестировании, и промышленные предприятия оказываются в затруднительном положении, не имея возможности оперативно перестроить собственную инвестиционную стратегию под изменившиеся требования потенциального инвестора.

«Случайные инвесторы» (22–28 баллов) являются потенциальными инвесторами для промышленного предприятия, «если представится случай». Говорить о системной инвестиционной стратегии промышленного предприятия, тесно связанной с общей стратегией поддержания конкурентных преимуществ в актуальном состоянии, опирающейся на данную группу инвесторов, представляется проблематичным. Многие «тактические инвесторы» при переходе экономики от фазы подъема к фазе спада превращаются в «случайных инвесторов». Поэтому для промышленного предприятия крайне важно уметь оперативно реагировать на такие изменения в собственной инвестиционной инфра-

структуре и перестраивать (если это не противоречит стратегии развития предприятия) собственную инвестиционную стратегию под конкретные требования финансовых партнеров. Кроме того, выстроенные взаимоотношения с данной группой инвесторов могут позволить реализовывать наиболее быстрые инвестиционные проекты в фазе подъема экономики страны и таким образом поддерживать собственные конкурентные преимущества на долгосрочном периоде.

Представленный в данной статье образ потенциального инвестора позволяет менеджменту предприятия разрабатывать и реализовывать собственную инвестиционную стратегию. В результате выбор предпочтительного для него потенциального инвестора позволяет существенно снизить транзакционные издержки при разработке и реализации инвестиционной стратегии, т. е. сделать ее более эффективной в разных фазах экономического цикла страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Орлов, А.И. Устойчивость в социально-экономических моделях [Текст] / А.И. Орлов. – М.: Наука, 1979. – 296 с.

2. Шрейдер, Ю.А. Равенство, сходство, порядок [Текст] / Ю.А. Шрейдер. – М.: Наука, 1971. – 256 с.

3. Экономическая стратегия фирмы [Текст] : учеб. пособие / под ред. А.П. Градова. – 4-е изд. – СПб.: Специальная литература, 2003.

4. Эффективность стратегии фирмы [Текст] : учеб. пособие / под ред. А.П. Градова. – СПб.: Специальная литература, 2006.

УДК 334.5.001.76:658.87

А.А. Курочкина, К.А. Муравьева

МЕСТО ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: СЕТЕВОЙ ПОДХОД

В Российской Федерации сегодня принят курс на повсеместное внедрение инноваций во все сферы человеческой деятельности. Любое предприятие, организация или индивидуальный предприниматель понимают, что для достижения успеха на рынке необходимо предлагать новые, уникальные для потребителя товары и услуги, постоянно совершенствоваться.

Существует множество определений понятия «инновация». Чаще всего инновацию рассматривают как результат инновационного процесса.

Инновационный процесс – это научно-исследовательские, опытно-конструкторские, проектно-технологические и экспериментальные работы, а также работы по изготовлению и эксплуатации новой продукции, новых технологических процессов и новых способов организации производства, труда и управления [5].

Выделяют различные виды инноваций [4, с. 270]:

- инновация продукции (услуг);
- инновация технологических процессов или технологическая инновация;
- организационная инновация;
- социальная инновация.

Объектом нашего рассмотрения является система потребительской кооперации Российской Федерации. История потребительской кооперации России насчитывает 180 лет, в течение которых она перешагнула через несколько этапов развития экономического строя в стране. Не останавливаясь подробно на предыдущих этапах, поскольку это не является предметом нашего ис-

следования, перейдем к современному этапу развития экономики, а именно – рыночной экономике. Сегодня кооперация рассматривается как особый экономический строй, «третий путь» или «третья сила». Хотя эти термины введены еще в конце XIX – начале XX вв. германским социал-демократом, реформистом и теоретиком демократизации капитала Э. Бернштейном (1850–1932), именно сейчас, в условиях провозглашения руководством Российской Федерации социально-ориентированной экономики они приобретают для нашей страны новое звучание.

В соответствии с классификацией, предложенной Колином Кларком [1, с. 2–16], потребительскую кооперацию мы однозначно можем отнести к третичному сектору, включающему в себя сферу обслуживания.

Предприятия потребительской кооперации – диверсифицированные предприятия, осуществляющие различные виды деятельности: организацию оптовой и розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами, предоставление бытовых услуг населению, организацию общественного питания, заготовительную деятельность, закупки сельскохозяйственной продукции и сырья, собственное производство и т. п.

Для предприятий потребительской кооперации актуальны все вышеперечисленные виды инноваций:

- инновация продукции и услуг – для повышения потенциала предприятий розничной, оптовой торговли, сферы услуг, производственной деятельности;

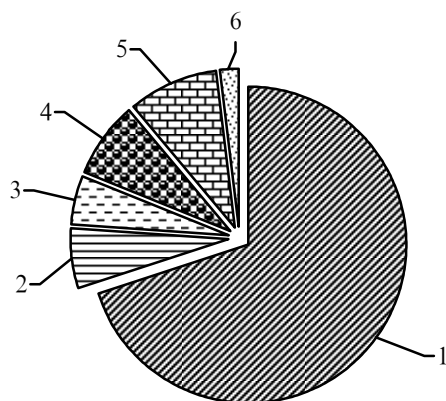


Рис. 1. Структура совокупного объема деятельности предприятий потребительской кооперации Российской Федерации в 2009 г.

1 – оборот розничной торговли (70 %); 2 – оборот общественного питания (6 %); 3 – оптовый оборот (5 %); 4 – закупки сельхозпродуктов и сырья (8 %); 5 – объем промышленной продукции (9 %); 6 – платные услуги населению (2 %)

- технологическая инновация – для внедрения новых технологий в отрасли и, следовательно, экономии ресурсов и увеличения прибыли;
- организационная инновация – для совершенствования внутренней структуры управления на предприятии;
- социальная инновация – для улучшения внутренней атмосферы на предприятиях, а также достижения положительного имиджа для внешнего окружения.

Как видно из рис. 1 в структуре совокупного объема деятельности потребительской кооперации ведущее место занимает розничный товарооборот – около 70 % от общего объема деятельности [3, с. 7]. Инновационным подходом в сфере розничной торговли как одной из наиболее конкурентоспособных подотраслей экономики в большей степени могут воспользоваться крупные сетевые предприятия, имеющие четко сформулированные стратегические цели. Предприятия потребительской кооперации являются таковыми по своей сути. В этом можно убедиться, обратившись к определению торговой сети, данному в п. 8 ст. 2 Закона № 381-ФЗ от 28.12.2009 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [2]: «торговая сеть – совокупность двух и более торговых объектов, которые

находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации».

Потребительская кооперация как сетевая организация имеет следующие признаки:

- включает в себя совокупность малых и средних предприятий, которые находятся под общим управлением Центросоюза Российской Федерации;
- все предприятия объединены определенным средством индивидуализации. Так, в каждом региональном потребсоюзе могут существовать свои торговые марки, логотипы, но всех их объединяет наличие единой эмблемы потребительской кооперации Российской Федерации – «В единении сила» (рис. 2).



Рис. 2. Эмблема Центросоюза Российской Федерации

В последнее время наблюдается тенденция к организационной раздробленности потребительской кооперации, инициированная фискальной политикой государства. С целью снижения налогового бремени и перехода на специальные режимы налогообложения (упрощенная система налогообложения и единый налог на вмененный доход) некоторые организации дробятся, взамен одной создается до десяти новых. Выигрывая тактически, они проигрывают в стратегии развития.

Теоретически оставаясь сетью, потребительская кооперация в переходный период утратила важные для успешной конкуренции черты – сочетание оптовой и розничной торговли,



вертикальную хозяйственную интеграцию, единую ценовую и ассортиментную политику.

Считаем, что сегодня реальное и необходимое условие – объединение региональных союзов потребительских обществ, первоначально – на уровне федерального округа. Это позволит:

1) обеспечить сбыт производимой продукции;

2) расширить ассортимент реализуемой продукции за счет товаров отечественного производства, вытеснив дорогостоящую продукцию стандартного унифицированного ассортимента, навязанную крупными коммерческими торговыми сетями. Тем самым будут выполнены задачи обеспечения продовольственной безопасности в стране;

3) снизить транспортные расходы за счет более эффективных логистических цепочек.

Как результат появится возможность установления низкой торговой наценки на товары, необходимой для покрытия операционных расходов, за счет приобретения товаров непосредственно у производителей и обеспечения собственного опыта. Будет реализована и социальная миссия потребкооперации – повышение благосостояния пайщиков и потребителей, в данном случае за счет снижения потребительских расходов.

Именно построение единой торговой сети потребительской кооперации на уровне федеральных округов, на наш взгляд, можно признать инновацией по отношению к системе потребкооперации.

Само по себе построение торговой сети на основе потребительских обществ не является новым для истории российской торговли, но предыдущий процесс происходил в условиях иного экономического строя, когда потребительская кооперация не имела самостоятельности и служила «орудием» в руках власти. Лишь в XXI в. она получила реальные возможности возродить и приумножить свою деятельность на благо людям. Таким образом, данная модель торговой сети в целом может считаться инновацией, поскольку требует исследования, разработки и внедрения новых технологических процессов внутри системы потребительской кооперации.

Все современные крупные торговые сети произошли из зарубежных стран и используют для завоевания рынка уже отработанные, зачастую не вполне честные способы: демпинг цен, давление на поставщиков, а после завоевания монопольного положения – повышение цен, снижение качества товаров. Потребительская кооперация может внести свой вклад в обеспечение продовольственной безопасности страны за счет реализации продукции отечественного производства. Она, являясь исконно русской организацией (не смотря на то, что первые потребительские общества появились в Англии, российская потребительская кооперация целиком и полностью строилась на русских основах), сможет спасти отечественный региональный рынок от «засилья» иностранных производителей.

Важнейшая форма инноваций любого торгового предприятия – совершенствование технологии, которая представляет собой совокупность работ, обеспечивающих реализацию торгового процесса наиболее рациональными способами в соответствии с конкретными хозяйственными условиями.

В области технологии для потребительской кооперации такой инновацией может быть распространенная в современном мире форма продажи через Интернет.

Основной целью деятельности предприятий потребительской кооперации является удовлетворение потребностей своих членов и жителей обслуживаемой территории. При этом необходимо всех потребителей делить на жителей сельской местности и городской. Представителям частного бизнеса не выгодно приезжать в деревни в зимний период, когда там остается 3–5 человек. Но зачастую это люди пожилого возраста, которые не имеют возможности ездить в город за продуктами и лекарствами. Поэтому обслуживая сельскую местность, потребительская кооперация выполняет свою социальную миссию, с учетом того, что доля сельского населения составляет 27 % всего населения страны.

Использование торговли через Интернет в данном случае, конечно, не решение вопроса, но вполне реальна организация call-центров

по приему заявок от населения. Это в значительной степени повысит качество обслуживания и позволит хоть ненамного увеличить прибыль предприятий, реализующих широкий ассортимент товаров: от хлеба и молока до строительных материалов и лекарственных препаратов.

Другой стороной исследуемого вопроса является проблема продовольственной безопасности страны – доля импортных товаров на полках магазинов может достигать 70–80 %. У жителей городов, если они не содержат свое собственное подсобное хозяйство, нет возможности питаться экологически чистыми продуктами. Неоспорим тот факт, что у потребительской кооперации на данном этапе развития нет мощностей для вытеснения торговых сетей из крупных городов, но она способна охватить какую-то долю населения с целью обеспечения ее здоровыми продуктами питания. Здесь может помочь организация интернет-магазина по реализации «деревенских» продуктов – свежего молока, творога, других молочных продуктов, мясной и рыбной продукции, яиц, свежих овощей, фруктов и т. п. с доставкой на дом. Если это будут действительно качественные продукты, то население региона будет готово платить за них более высокую

цену, чем за залежавшуюся продукцию городских магазинов.

Система потребительской кооперации в своем составе имеет автобазы, поэтому вопрос с доставкой также может быть решен без дополнительных затрат.

Таким образом, нами определено место инноваций в системе потребительской кооперации:

- для потребительской кооперации актуальны все виды инноваций: инновации продукции и услуг, организационные инновации, технологические инновации, социальные инновации;
- наиболее открытой для инноваций является сфера розничной торговли в системе потребительской кооперации;
- инновационный подход в сфере розничной торговли выступает в качестве фактора обеспечения продовольственной безопасности страны и выполнения социальной миссии потребительской кооперации;
- построение торговой сети на основе предприятий потребительской кооперации – важное и необходимое условие использования инноваций и повышения качества обслуживания населения;
- положительный эффект дает внедрение предприятий потребительской кооперации в Интернет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Кишин, И.А.** Качество восстановительного роста российской экономики [Текст] / И.А. Кишин, А.А. Дацык // ЭКО. – 2008. – № 12. – С. 2–16.
2. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Закон № 381-ФЗ от 28.12.2009 г. / Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: URL:<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=108367>
3. Основные показатели социально-экономи-

ческой деятельности потребительской кооперации Российской Федерации за 2009 год [Текст] : стат. сб. – М.: Центросоюз ПО РФ, 2010 – 152 с.

4. Стратегический менеджмент [Текст] / под ред. А.Н. Петрова. – СПб.: Питер, 2005. – 496 с.

5. **Чернов, В.А.** Анализ инновационной деятельности в торговле [Электронный ресурс] / В.А. Чернов // Аудит и финансовый анализ. – 2004. – № 1. – Режим доступа: http://www.auditfin.com/fin/2004/1/fin_2004_11_rus_03_05_Chernov/fin_2004_11_rus_03_05_Chernov.asp



АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Инновационное развитие региона и страны, в том числе возможность создания и успешного функционирования кластеров инновационной активности, предполагает разработку комплексной методики оценки инновационной деятельности отдельных хозяйствующих субъектов.

Методика диагностики уровня инновационного развития, а также потенциала социально-экономических систем, на наш взгляд, должна базироваться на принципах системного подхода и комплексности. Системный анализ позволяет обеспечить руководство организации информацией для интеграции принимаемых решений как во времени, что обуславливает непрерывность решений, так и в пространстве, что предполагает согласование различных решений как по направлениям (производственные, финансовые, маркетинговые и др.), так и по уровню (стратегические, тактические, оперативные) [1]. Последнее обеспечивается принципом комплексности. Комплексная оценка результатов деятельности представляет собой итог многостороннего исследования совокупности показателей, отражающих большинство аспектов хозяйственных процессов, и содержит обобщающие выводы о результатах деятельности системы, отмечающие качественные и количественные отличия достижений данного объекта за определенный период времени от базы сравнения. Комплексная оценка охватывает условия и результаты коммерческой деятельности, финансовые и нефинансовые аспекты хозяйственной деятельности, институциональные факторы и условия. Совокупность основных слагаемых оценки уровня инновационного потенциала хозяйствующего субъекта (в данном случае фирмы) представлена на рис. 1.

Выделенные подсистемы дают возможность оценить ресурсное обеспечение предприятия, взаимодействие ресурсов и их влияние на эффективность инновационной деятельности, т. е.

позволяют дать обоснованную оценку уровня инновационного развития. Кроме того, такое выделение позволяет применить методики диагностического анализа.

В ходе проведения анализа и оценки инновационной активности субъекта прежде всего обращается внимание на рациональность и обоснованность распределения ресурсов между основными составляющими. В дальнейшем проводится анализ влияния основных технико-экономических факторов на изменение структуры инновационного потенциала в текущем периоде по сравнению с предыдущими. При этом выявляются внутрихозяйственные резервы роста инновационного потенциала субъекта.

Данный подход был использован при оценке инновационного развития ряда промышленных предприятий Пермского края за 2006–2010 гг., в частности ОАО «Уралкалий» [2]. Приведем некоторые результаты анализа.

Научно-техническая и инновационная политика ОАО «Уралкалий» включает следующие основные направления: сохранение рудной базы, мониторинг состояния геологической среды и защита рудников от затопления; обеспечение безопасной эксплуатации шахтных стволов; обеспечение вентиляции рудников; повышение экономической эффективности и безопасности горных работ; разработка и корректировка нормативно-технической документации; совершенствование технологий добыча руды и обогащения шельвинитовой и карналлитовой руд, а также технологического оборудования и реагентного режима; повышение качества выпускаемой продукции; обеспечение безопасности производства; охрана окружающей среды.

Оценка доли внутренних затрат на НИОКР и приобретение технологии в общих затратах на производство показала, что данный показатель в ОАО «Уралкалий» весьма незначителен (табл. 1).

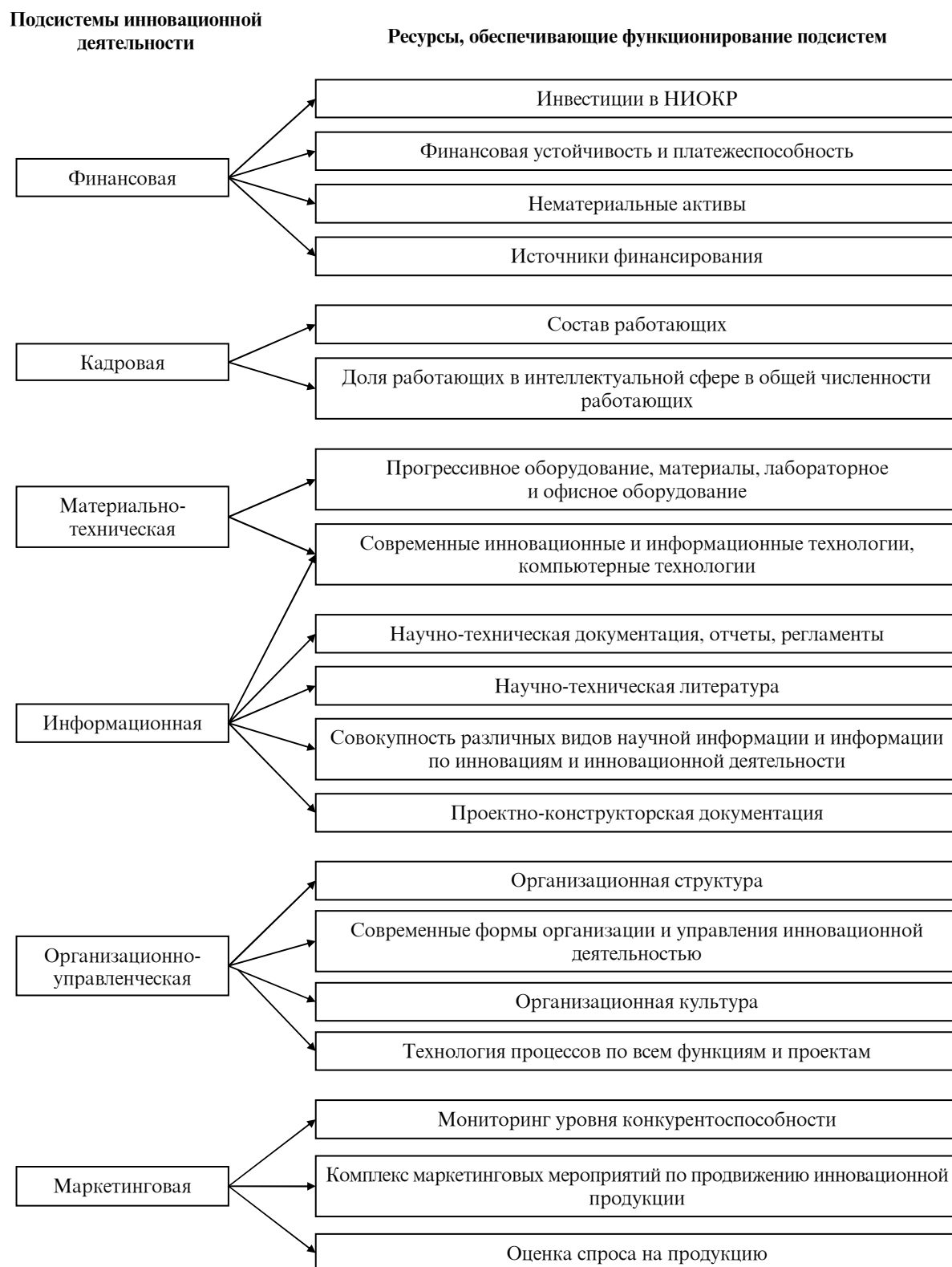


Рис. 1. Совокупность подсистем и ресурсов, обеспечивающих инновационную деятельность организации



Таблица 1

**Расчет показателя доли внутренних затрат на НИОКР и приобретение технологий
в общих затратах на производство в ОАО «Уралкалий» за 2006–2010 гг.**

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010 (за 9 мес.)
Затраты на НИОКР ($Z_{\text{ниокр}}$), тыс. руб.	472,5	559,3	110,6	8,1	350,0
Затраты на производство ($Z_{\text{об}}$), млн руб.	5511	6637	9629	8643	8997
Доля внутренних затрат на НИОКР и приобретение технологий в общих затратах на производство (K_1)	0,0001	0,0001	0,00001	0,0000009	0,000039

Данные табл. 1 свидетельствуют о том, что показатель доли внутренних затрат на НИОКР и приобретение технологии в общих затратах на производство значительно ниже нормативного (4 %) и тенденции к его увеличению не наблюдается на протяжении всего анализируемого периода. В ОАО «Уралкалий» НИОКР финансируется только за счет собственных средств предприятия, государственные источники финансирования НИОКР в анализируемом периоде отсутствуют.

Величина другого показателя уровня инновационного развития – стоимости нематериальных активов – в ОАО «Уралкалий» невелика. Структура и динамика нематериальных активов предприятия за 2006–2010 гг. представлена в табл. 2.

Вторым важнейшим элементом потенциала инновационного развития является кадровая составляющая. Динамика структуры кадров, в том числе доли занятых исследованиями и разработками в общей численности персонала ОАО «Уралкалий», приведена в табл. 3.

Показатель доли занятых исследованиями и разработками в общей численности персонала предприятия за анализируемый период увеличился, однако до нормативного значения данного показателя (10 %) еще далеко. При этом обеспеченность кадрами высшей квалификации на предприятии достаточно высокая и превышает нормативное значение (10 %).

Что касается материального стимулирования кадров в ОАО «Уралкалий», занятых в НИОКР, то уровень их заработной платы несколько отстает от заработной платы работников, занятых на основных производствах (нор-

мативное значение данного показателя больше 1) (табл. 4).

Анализ состояния материально-технической подсистемы инновационного потенциала ОАО «Уралкалий» показал, что технико-технологическая база предприятия, предназначенная для НИОКР, абсолютно не соответствует требованиям научно-технического поиска и инновационного развития (табл. 5).

Расчет показателя технико-технологической базы, предназначенной для НИОКР, свидетельствует об уменьшении уровня данного показателя с 0,038 до 0,018 %. На его снижение в основном повлияло увеличение стоимости всего оборудования на предприятии почти на 7 млрд р. или на 233,16 % (по сравнению с 2006 г.). Нормативное значение данного показателя 25–35 %. Таким образом, на протяжении всего анализируемого периода показатель технико-технологической базы, предназначенной для НИОКР, был весьма далек от нормативного значения.

Расчет других показателей инновационного развития – прогрессивности оборудования и модернизации оборудования – представлен в табл. 6.

Расчет показателя прогрессивности оборудования за анализируемый период показал его увеличение на 0,027 и составил в 2010 г. 67 %, что ниже нормативного значения (75 %). Достаточно высокая (по сравнению со среднероссийским уровнем) прогрессивность оборудования предприятия обусловлена тем, что в ОАО «Уралкалий» ежегодно модернизируется значительная часть оборудования. В среднем за весь анализируемый период доля ежегодно

Т а б л и ц а 2

Стоимость нематериальных активов ОАО «Уралкалий» за 2006–2010 гг.

Нематериальный актив	Первоначальная стоимость, руб.	Сумма начисленной амортизации, руб.	Остаточная стоимость
<i>На 31.12.2006 г.</i>			
Патенты	37 668,56	1 887,49	35 781,07
Программное обеспечение	1170,00	48,80	1121,20
Расходы на НИОКР	472 500,03	0	472 500,03
Товарные знаки	1 587 426,60	309 685,58	1 277 741,02
Итого	2 098 764,19	311 621,87	1 787 143,32
<i>На 31.12.2007 г.</i>			
Патенты	41 718,56	5545,04	36 173,52
Программное обеспечение	1170,00	107,30	1062,70
Расходы на НИОКР	559 333,37	0	559 333,37
Товарные знаки	1 587 425,60	470 099,45	1 117 326,15
Итого	2 189 647,53	475 751,79	1 713 895,74
<i>На 31.12.2008 г.</i>			
Патенты	39 018,56	5309,21	33 709,35
Программное обеспечение	1170,00	165,80	1004,20
Расходы на НИОКР	110 555,70	0	110 555,70
Товарные знаки	1 587 425,60	630 513,32	956 912,28
Итого	1 738 169,86	635 988,33	1 102 181,53
<i>На 31.12.2009 г.</i>			
Патенты	55 218,56	8 853,78	46 364,78
Программное обеспечение	451 170,00	37 724,3	413 445,70
Расходы на НИОКР	8055,68	0	8055,68
Товарные знаки	1 587 425,60	790 927,19	796 498,41
Итого	2 101 869,84	837 505,37	1 264 364,47

Т а б л и ц а 3

Доля занятых исследованиями и разработками в общей численности персонала ОАО «Уралкалий» за 2006–2010 гг.

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010 (за 9 мес.)
Численность занятых исследованиями и разработками (Ч _{ниокр}), чел.	210	230	231	240	242
Средняя численность персонала предприятия (Ч _{об}), чел.	10 067	8466	8641	7647	7253
Доля занятых исследованиями и разработками в общей численности персонала предприятия (К ₇)	2,08	2,72	2,67	3,14	3,34
Численность кадров высшей квалификации (Ч _{вк}), чел.	3001	2686	5488	2676	2686
Обеспеченность кадрами высшей квалификации (К ₈)	14,29	11,68	23,76	11,15	11,23



Таблица 4

Расчет показателя уровня заработной платы научно-технических специалистов ОАО «Уралкалий» за 2006–2009 гг.

Показатель	2006	2007	2008	2009
Средняя заработная плата научно-технических специалистов ($\overline{ЗП}_{нтс}$), руб.	11 225	17 265	23 700	20 635
Средняя заработная плата по предприятию ($\overline{ЗП}_п$), руб.	11 887	17 843	23 727	20 645
Уровень заработной платы научно-технических специалистов (K_9)	0,9443	0,9676	0,9989	0,9995

Таблица 5

Расчет показателя технико-технологической базы ОАО «Уралкалий», предназначенной для НИОКР, за 2006–2010 гг.

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010 (за 9 мес.)
Среднегодовая стоимость оборудования НИОКР ($\overline{O}_{\text{НИОКР}}$), тыс. руб.	1129	1326	1434	1636	1800
Среднегодовая стоимость оборудования предприятия ($\overline{O}_{об}$), млн руб.	2980	4358	6281	8436	9929
Технико-технологическая база, предназначенная для НИОКР (K_{10})	0,038	0,031	0,023	0,019	0,018

Таблица 6

Расчет показателя прогрессивности оборудования ОАО «Уралкалий» за 2006–2010 гг.

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010 (за 9 мес.)
Среднегодовая стоимость оборудования предприятия ($\overline{O}_{об}$), млн руб.	2980	4358	6281	8436	9929
Среднегодовая стоимость прогрессивного оборудования ($\overline{O}_{пр}$), млн руб.	1916	2931	4208	5736	6652
Прогрессивность оборудования (K_{11})	64,3	67,3	67,0	68,0	67,0
Среднегодовая стоимость модернизированного оборудования ($\overline{O}_м$), млн руб.	1192	1656	2512	3037	3376
Модернизация оборудования (K_{12})	40,0	38,0	40,0	36,0	34,0

модернизируемого технологического оборудования колебалась около 40 %, несколько снизившись в последние два года (36 и 34 % соответственно). При этом показатель модернизации оборудования за анализируемый период меньше нормативного значения (50 %), что создает оп-

ределенные трудности в осуществлении инновационной деятельности.

Однако, несмотря на многие трудности, уровень инновационного потенциала ОАО «Уралкалий» за анализируемый период устойчиво повышается (рис. 2).

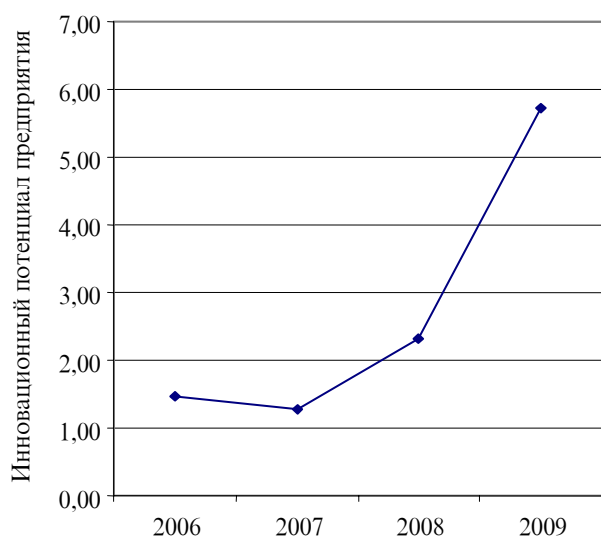


Рис. 2. Динамика показателя инновационного потенциала ОАО «Уралкалий» за 2006–2009 гг.

Результаты расчета агрегирующего показателя величины инновационного потенциала ОАО «Уралкалий» за 2006–2009 гг. показали, что, несмотря на сложную финансово-экономическую ситуацию, сложившуюся на предприятии в результате техногенных катастроф в области его производственной деятельности и влияния мирового финансового кризиса, общая политика руководства по формированию инновационного потенциала постепенно приносит положительные результаты: к 2010 г. инновационный потенциал предприятия составил 5,7273 по сравнению с 1,458 в 2006 г., 1,2734 в 2007 г. и 2,3183 в 2008 г. В целом, такую ситуацию можно оценивать как положительную и способствующую формированию условий для более активного включения предприятия в инновационную деятельность региона [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Журавлев, П.В. Теория системного менеджмента [Текст] / П.В. Журавлев. – М.: Экзамен, 2002.
2. Данные финансовой и статистической отчетности предприятия.
3. Бабкин, А.В. Анализ подходов и методов оценки

инновационного потенциала предприятия [Текст] / А.В. Бабкин, А.О. Новиков // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2009. – № 2(75). – С. 193–204.

УДК 330.322

М.А. Николаев, Т.М. Мальцагова

МЕХАНИЗМ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЦЕССА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Инвестиционная деятельность – важнейший фактор социально-экономического развития страны и ее регионов, способствующий созданию объектов социального и производственного назначения, росту валового внутреннего продукта, созданию рабочих мест, улучшению финансового состояния предприятий и увеличению поступлений в доходную часть бюджета. Тем не менее интенсивность инвестиционной деятельности в большинстве регионов РФ от-

стает от потребностей экономики и социальной сферы.

Как показывает проведенный анализ, в субъектах Северо-Запада инвестиции в основной капитал за период с 1999 по 2008 гг. увеличились в 3 раза в сопоставимых ценах. Однако данный рост недостаточен, так как он имел место от низкой начальной базы. В условиях мирового финансового кризиса наблюдается тенденция снижения инвестиций. В 2009 г.



в Северо-Западном регионе инвестиции в основной капитал составили 81,3 % от уровня 2008 г. В ряде регионов темпы снижения инвестиций существенно превышали средние значения. В Архангельской области инвестиции в основной капитал по сравнению с уровнем 2008 г. сократились на 58,4 %, в Республике Карелия – на 36,9 %, Вологодской области – на 30,4 %, Калининградской области – на 31,0 %, Псковской области – на 23,0 % и Санкт-Петербурге – на 20,2 %. Главная причина невысоких темпов роста инвестиций в предкризисный период, а также их резкого падения в условиях кризиса заключается в нехватке инвестиционных ресурсов, а также недостаточно эффективном их использовании.

В связи с этим актуальной является задача систематизации инвестиционных ресурсов и построение эффективного механизма их использования. Состав инвестиционных ресурсов представлен в рамках ресурсного подхода к определению инвестиций, в соответствии с которым инвестиции определяются как денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в конкретные объекты в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [1].

В рамках ресурсного подхода используются и другие определения инвестиций, в которых, с одной стороны, в качестве ресурсов представлены имущественные и интеллектуальные ценности, в том числе права на них, с другой – реальные, финансовые и нематериальные ресурсы. При этом реальные ресурсы в научной литературе определяются как основные фонды и нематериальные активы (патенты, лицензии, научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки), а финансовые ресурсы – как собственные инвестиционные средства предприятий, включающие амортизационные отчисления и прибыль, долгосрочные кредиты, средства, полученные от эмиссии корпоративных ценных бумаг.

Таким образом, ресурсный подход определяет активы, которые могут быть вложены в ин-

вестиционные проекты. Широкий спектр инвестиционных ресурсов актуализирует задачу их классификации с целью построения эффективного механизма их привлечения. Мы предлагаем классифицировать инвестиционные ресурсы по степени ликвидности. В широком смысле под ликвидностью актива понимается его способность обмениваться на другие активы или же трансформироваться в другие активы. Процесс трансформации инвестиционных ресурсов осуществляется в рамках инвестиционного процесса, в ходе которого происходит преобразование ресурсов в затраты с учетом целевых установок инвесторов.

Используя в качестве классификационного признака степень ликвидности, мы предлагаем выделять в составе инвестиционных ресурсов финансовые, материальные и нематериальные ресурсы:

- *финансовые ресурсы* – денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, кредиты;
- *материальные ресурсы* – технологии, машины, оборудование, здания сооружения;
- *нематериальные активы* – имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, информационные ресурсы.

Наибольшей ликвидностью обладают финансовые ресурсы, а наименьшей – нематериальные активы, которые часто имеют ценность только в контексте конкретного реализуемого проекта.

Финансирование инвестиционного процесса на региональном уровне связано с вложением соответствующих ресурсов. В связи с этим рассмотрим далее сущность понятия «региональные финансовые ресурсы». Анализ научной литературы позволил выделить ресурсный, затратный и территориальный подходы к определению данного понятия.

В соответствии с *ресурсным подходом* финансовые ресурсы определяются как денежные доходы, накопления и поступления, находящиеся в собственности или распоряжении субъектов хозяйствования или территориальных органов власти и используемые ими на цели расширенного воспроизводства и социальные нужды.

Согласно *затратному подходу* финансовые ресурсы – это совокупность всех фондов денежных средств и поступлений, которыми располагает государство, его предприятия, организации, учреждения как хозяйствующие субъекты для покрытия своих затрат.

В рамках *территориального подхода* рассматриваются региональные финансовые ресурсы, включающие средства региональных бюджетов, региональных внебюджетных фондов, субъектов хозяйствования, направляемых на социально-экономическое развитие региона [2].

Систематизация различных подходов позволила нам уточнить состав региональных инвестиционных ресурсов, к которым относятся бюджетные средства; средства внебюджетных фондов; собственные источники предприятий и организаций, расположенных на территории региона; кредиты банков; средства от выпуска облигаций; средства внешних по отношению к региону субъектов управления и хозяйствования (в том числе зарубежных), имеющих интересы в его социально-экономическом развитии; материальные ресурсы; нематериальные активы.

Финансирование инвестиционного процесса предполагает вложение ресурсов в объекты инвестирования. Проведенный анализ позволил выявить два основных подхода к определению этих объектов: проектный и отраслевой. В рамках *проектного подхода* инвестиции рассматриваются как долгосрочные вложения капитала в осуществление различных коммерческих проектов, связанных со строительством новых, модернизацией и реконструкцией действующих объектов, а также в социально-экономические программы. В рамках *отраслевого подхода* в качестве объекта инвестирования выступают отрасли экономики: промышленность, сельское хозяйство, транспорт и др.

Финансирование инвестиционного процесса осуществляется в рамках проводимой в регионе инвестиционной политики с использованием соответствующих методов. В практике государственного регулирования инвестиционной деятельности на региональном уровне используется большое разнообразие методов, которые классифицируются по следующим признакам: по способу воздействия (прямые

и косвенные), по виду используемых регулирующих инструментов (экономические, административные, институциональные, социально-психологические), по степени охвата инвестиционной сферы (глобальные и селективные на макро- и микроуровнях), по объекту воздействия (методы отраслевого и регионального характера, методы, зависящие от организационно-экономических и организационно-правовых форм, размера предприятия) [3].

Нами предлагается классификация методов регулирования инвестиционной деятельности по целевому признаку и выделение следующих групп методов: обеспечивающих интересы государства; создающих общие благоприятные условия инвестиционной деятельности; направленных на мобилизацию источников финансирования инвестиций (см. табл. 1). Анализ показывает, что в большинстве субъектов Северо-Запада для обеспечения интересов государства используются следующие методы: совершенствование инвестиционного законодательства субъекта РФ; мониторинг инвестиционных проектов, реализуемых за счет бюджетных средств; экспертиза инвестиционных проектов; контроль за деятельностью инвесторов; вовлечение временно приостановленных и законсервированных строек и объектов, находящихся в госсобственности.

К следующей группе относятся методы, направленные на создание общих благоприятных условий инвестиционной деятельности. Из данной группы методов в практике инвестиционной политики большинства субъектов Северо-Запада используются международное сотрудничество в инвестиционной сфере, создание позитивного инвестиционного имиджа и его улучшение, совершенствование информационного обеспечения инвесторов, информационная открытость региона. С точки зрения темы настоящего исследования наибольший интерес представляют методы мобилизации источников финансирования инвестиций. В литературе же наибольшее внимание уделяется методам финансирования инвестиционного процесса, которые определяются как способы финансирования инвестиционных проектов и как механизм привлечения инвестиционных ресурсов с целью финансирования инвестиционного процесса [4].



Таблица 1

**Классификация методов регулирования инвестиционной деятельности на региональном уровне
по целевому признаку**

Признак классификации	Методы
Обеспечение интересов государства	Совершенствование инвестиционного законодательства; мониторинг инвестиционных проектов, реализуемых за счет бюджетных средств; установление ответственности субъектов инвестиционной деятельности; контроль за целевым использованием бюджетных средств; экспертиза инвестиционных проектов; контроль за деятельностью инвесторов; вовлечение временно приостановленных и законсервированных строек и объектов, находящихся в госсобственности
Создание общих благоприятных условий инвестиционной деятельности	Международное сотрудничество в инвестиционной сфере; создание позитивного инвестиционного имиджа и его улучшение; совершенствование информационного обеспечения инвесторов; информационная открытость региона; защита прав и законных интересов субъектов инвестиционной деятельности; определение стратегических партнеров администрации в области разработки и реализации региональной инвестиционной стратегии (банков, страховых, лизинговых, аудиторских компаний и пр.); создание координирующего межведомственного органа в области инвестиций
Мобилизация источников финансирования инвестиций	Субвенции; субсидии; дотации; бюджетный кредит; займы; государственные гарантии; поручительство; государственный заказ; финансирование инвестиционных проектов; выпуск региональных и корпоративных ценных бумаг; получение доступа к льготному кредиту, лизингу; разработка и реализация региональных инвестиционных программ; создание региональных инвестиционных фондов, залогово-гарантийных фондов, страховых и лизинговых компаний; дифференцированные налоговые ставки; налоговые льготы; инвестиционный налоговый кредит; налоговые каникулы; специальные налоговые режимы

На наш взгляд, понятие «методы мобилизации источников финансирования инвестиционного процесса» является более широким, чем «методы финансирования инвестиционного процесса».

Проведенное исследование позволило выделить такие параметры методов мобилизации источников финансирования инвестиционного процесса, как цель, способы, объект, субъекты, ресурсы. *Целью* является обеспечение региональных проектов и программ соответствующими финансовыми ресурсами, *объектом* – соответствующий источник инвестиционных ресурсов. В качестве *субъектов*, которые используют методы для мобилизации источников финансирования инвестиций, выступают государственные и региональные органы власти, предприятия, осуществляющие инвестиционную деятельность. К *ресурсам*, мобилизуемым с использованием методов, относится наиболее ликвидная составляющая инвестиционных ресурсов, т. е. финансовые ресурсы.

Таким образом, *методы мобилизации источников финансирования инвестиций* – это способы привлечения финансовых ресурсов из соответствующего источника субъектами инвестиционной деятельности с целью обеспечения региональных проектов и программ этими ресурсами.

Региональные органы власти и управления при проведении инвестиционной политики используют широкий арсенал методов регулирования инвестиционной деятельности. Систематизация практики проведения этой политики позволяет выделить методы, используемые для мобилизации источников финансирования инвестиционной деятельности (табл. 1).

Как показывает анализ, наибольшее применение в субъектах Северо-Запада получили следующие методы мобилизации источников финансирования инвестиционной деятельности: налоговые льготы, инвестиционный налоговый кредит, бюджетный кредит, субсидии для уплаты процентов по кредиту, государственные гарантии по банковским кредитам, государствен-

ный заказ, адресные инвестиционные программы, региональные ценные бумаги.

При формировании региональной инвестиционной политики необходимо учитывать, что интенсивность инвестиционного процесса определяется полнотой использования всех возможных источников финансирования. При этом каждый источник финансирования имеет свои преимущества и недостатки как общего плана, так и применительно к конкретному предприятию.

Исходя из этого, государственные и региональные органы власти, предприятия, осуществляющие инвестиционную деятельность, должны использовать методы мобилизации как собственных, так и привлеченных и заемных источников финансирования (табл. 2).

Таблица 2

Методы мобилизации собственных, привлеченных и заемных источников финансирования инвестиционной деятельности

Источник финансирования	Метод мобилизации
Собственный	Субвенции; субсидии; дотации; дифференцированные налоговые ставки; налоговые льготы; государственный заказ; специальные налоговые режимы и др.
Привлеченный	Разработка и реализация региональных инвестиционных программ; финансирование инвестиционных проектов; создание региональных инвестиционных фондов, залогово-гарантийных фондов, страховых и лизинговых компаний
Заемный	Бюджетный кредит; займы; государственные гарантии, поручительства; инвестиционный налоговый кредит; выпуск ценных бумаг; получение доступа к льготному кредиту, лизингу

Методы мобилизации *собственных* источников финансирования инвестиций, применяемые в субъектах Северо-Запада, включают на-

логовые льготы, государственный заказ, субвенции инвесторам; методы мобилизации *привлеченных* источников финансирования инвестиций – адресные инвестиционные программы, создание гарантийных и лизинговых фондов, фондов поддержки инвестиционных проектов, предпринимательства, ипотечного кредитования; методы мобилизации *заемных* источников финансирования – государственные гарантии по банковским кредитам, выпуск региональных ценных бумаг, субсидии для уплаты процентов по банковскому кредиту или лизинговых платежей, бюджетный кредит, инвестиционный налоговый кредит, поручительство субъекта РФ инвесторам.

Применение всей совокупности методов с учетом индивидуальных особенностей региональных проектов и программ позволит повысить интенсивность инвестиционного процесса на региональном уровне.

Повышение эффективности использования методов достигается в рамках механизма финансирования регионального инвестиционного процесса, который включает: цель, субъект, объект, методы и принципы. Целью механизма является социально-экономическое развитие региона, субъектом – региональные органы власти и управления, предприятия и население.

Объектом механизма являются источники финансирования инвестиционного процесса, которые классифицируются по отношению к субъекту инвестиционной деятельности на внутренние и внешние. К *внутренним* источникам финансирования относятся государственные инвестиции (федерального и регионального уровня), частные внутренние инвестиции, к *внешним* – средства инвесторов из других регионов, иностранные инвестиции.

Следующим элементом механизма являются методы мобилизации источников финансирования инвестиционной деятельности, которые подразделяются на методы мобилизации собственных, привлеченных и заемных источников.

Механизм финансирования регионального инвестиционного процесса реализуется в соответствии со следующими принципами:



- *принцип самостоятельности* (предполагает право субъектов инвестиционной деятельности самостоятельно определять формы и направления расходования финансовых ресурсов);
- *принцип эффективности* (состоит в том, что результат от использования методов мобилизации источников финансирования должен превышать связанные с его применением затраты);
- *принцип целенаправленности* (означает расходование финансовых ресурсов на осуществление инвестиционной деятельности для реализации целей социально-экономического развития региона);
- *принцип баланса интересов* (подразумевает расходование финансовых ресурсов таким образом, чтобы выгоду от реализации инвестиционного проекта получали не только его непосредственные участники (инвесторы), но и органы государственной власти, предприятия и население);
- *принцип комплексности* (предполагает использование совокупности методов мобилизации собственных, привлеченных и заемных ис-

точников при финансировании регионального инвестиционного процесса);

- *принцип диверсификации* (означает взвешенное распределение ограниченных финансовых ресурсов по отраслям экономики в соответствии с приоритетами развития региона);

- *принцип учета фактора времени* (заключается в сопоставлении текущей стоимости финансовых ресурсов, используемых для финансирования инвестиционного процесса, с их будущей стоимостью);

- *принцип прозрачности* (означает доступность информации об используемых методах мобилизации источников финансирования для всех участников инвестиционного процесса).

В результате проведенного анализа определены основные элементы механизма финансирования инвестиционного процесса, который позволяет региональным органам власти и управления, а также частным инвесторам привлечь необходимый объем финансовых ресурсов для достижения целей социально-экономического развития региона.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Николаев, М.А.** Инвестиционная деятельность [Текст] / М.А. Николаев. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 336 с.
2. **Михеева, Н.Н.** Региональная экономика и управление [Текст] / Н.Н. Михеева. – Хабаровск: РИОТИП, 2000. – 400 с.
3. **Мальцагова, Т.М.** Особенности методов регу-

лирования инвестиционной деятельности в Северо-Западном федеральном округе [Текст] / Т.М. Мальцагова // Финансы и кредит. – 2010. – № 10 (394). – С. 72–80.

4. **Игонина, Л.Л.** Инвестиции [Текст] / Л.Л. Игонина; под ред. д-ра экон. наук, проф. В.А. Слепова. – М.: Экономистъ, 2004. – 478 с.

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ИНТРАПРЕНЕРСТВА ДЛЯ АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Интрапренерство в современных экономических условиях можно рассматривать как один из путей повышения инновационной активности российских предприятий, а также как способ внутреннего роста и развития. При этом рост как увеличение размеров или числа может происходить вместе с развитием или при его отсутствии. К росту предприятия относится также расширение по тем или иным показателям деятельности – объему сбыта, доле на рынке, численности работников, чистой прибыли и др. Развитие же более связано с понятием качества, ростом качества желаний и целей. Поэтому развитие предприятия основывается на проектировании будущего на более высоком качественном уровне и нахождении путей его приближения.

Инновационный путь развития связан сегодня с внедрением новых продуктов и технологий, быстрым распространением технологических ноу-хау, новыми формами конкуренции. Все это увеличивает значимость предпринимательской составляющей в системе функционирования организации.

В этих современных условиях компании заинтересованы в найме и сохранении лучших специалистов. И большинство организаций конкурирует сегодня прежде всего на рынке труда, а уже потом на рынке товаров и услуг. Необходимо учитывать, что во многих компаниях работают талантливые молодые люди, желающие создать свой бизнес, и чтобы сохранить их в организации, нужно развивать внутри организации предпринимательские – интрапренерские функции.

В существующей предпринимательской модели корпорации предпринимательскую функцию обычно выполняет только управленческое ядро, включающее собственников, совет директоров и топ-менеджмент. Остальные работники

практически невостребованы в активной предпринимательской деятельности, не имеют возможности для реализации своего предпринимательского потенциала, что сдерживает развитие организации. Внутрифирменное предпринимательство позволяет использовать этот потенциал, развивая организацию как предпринимательскую структуру.

Интрапренерство позволяет синтезировать предпринимчивость, инновационное поведение и передовые технологии внутреннего венчура с финансовой, маркетинговой мощью и каналами распределения продукции корпорации, что обеспечивает значительное конкурентное преимущество.

Особенности формирования и развития интрапренерства в России. Понятие «интрапренерство» отсутствует в российском законодательстве, и это сдерживает его развитие. Основными проблемами, препятствующими развитию интрапренерства в России, являются непонимание руководителями предприятий выгодности интрапренерства, ограниченная свобода деятельности и низкая инициативность персонала, отсутствие отработанных методик становления отношений интрапренерства в организации.

Опираясь на исследования Л.Н. Тэпмана, А. Иклана, Г.В. Широковой, В.А. Сарычевой, Е.Ю. Благова, А.В. Куликова, А.Е. Миллера, С.Н. Чуканова и др., сформулируем основные положения в области становления системы интрапренерства на российских предприятиях. Данные положения могут быть использованы в практике функционирования отечественных предприятий для повышения эффективности их деятельности и роста конкурентоспособности.

Нами предложена модель на основе метода интерактивного планирования (проектирование желаемого будущего и изыскание путей его по-



строения), изложенного в [1], а также на основе методики глобального планирования, предложенной специалистами ЮНКТАД (конференция ООН по торговле и промышленному развитию) [5]. Ее суть заключается в том, что вначале разрабатывается желаемое состояние организации в будущем, затем рассматривается ее текущее состояние, определяются разрывы и намечаются меры по устранению разрывов, чтобы максимально приблизить текущее состояние организации к желаемому. Нами также принята во внимание технология перехода компании к инновационному развитию, предложенная в [2].

Основные этапы модели внедрения интрапренерства в организации представлены в табл. 1. Остановимся подробнее на содержательной стороне каждого этапа становления системы интрапренерства.

1. Первый этап внедрения системы интрапренерства в организации следует начать с проведения объективного анализа ее состояния, в том числе ее конкурентоспособности, эффективности, способности к развитию. При этом можно использовать инструменты SWOT-анализа, PEST-анализа и др. Для успешного внедрения интрапренерства требуется осознание его необходимости со стороны высшего руководства организацией.

2. На втором этапе необходимо сформировать аппарат преобразований. Внедрение новой модели невозможно без наличия в организации кадров, способных осуществлять инновации. По мнению Дж. Коллинза [3], успешные лидеры при осуществлении преобразований начинали не с выработки видения будущего и корпоративной стратегии, а с подбора нужных людей и избавления от ненужных. Они добивались того, чтобы нужные люди занимали нужные места и только затем решали, куда те будут двигаться. Переход к интрапренерству может быть невозможен с тем составом специалистов и руководителей, которым сегодня располагает компания. Необходимо сформировать команду интрапренеров, члены которой обладали бы наличием авторитета в организации, были неформальными лидерами в коллективах подразделений и поддерживались руководством.

3. На третьем этапе становления системы интрапренерства конструируется желаемый образ компании в перспективе, происходит формирование видения целей и стратегий их достижения. Основные целевые установки по внедрению интрапренерства в организации представлены в табл. 2.

4. На четвертом этапе, после того как высшее руководство компании утвердилось в решении опробовать концепцию интрапренерства в течение достаточного испытательного периода, необходимо ознакомить с ней всех сотрудников организации. Необходимо пояснить сотрудникам смысл происходящих перемен. Это может быть организовано путем проведения семинаров, на которых рассматриваются различные аспекты внедрения интрапренерства, а также разрабатываются направления преобразования корпоративной культуры в духе интрапренерства.

5. На пятом этапе становления системы интрапренерства происходит выявление несоответствия между сконструированным желаемым образом организации и ее текущим состоянием. При этом выявляются внутренние и внешние причины, препятствующие развитию интрапренерства. Намечаются направления по ликвидации разрывов между текущим состоянием различных аспектов деятельности организации и сконструированным образом.

6. На шестом этапе разрабатывается комплекс прогрессивных мероприятий, необходимых для внедрения системы интрапренерства.

Факторы возможного несоответствия между сконструированным образом организации и ее текущим состоянием представлены в табл. 3.

Чтобы стать интрапренерской, организация должна ориентироваться на выход на передовые рубежи в области технологии, всячески поощряя внедрение новых идей. В этой связи научные исследования должны проводиться на достаточно высоком для данной отрасли уровне.

Следует поощрять и поддерживать новые идеи, а не подавлять, как это зачастую имеет место на предприятиях, где на первое место выдвигается задача обеспечения высокой отдачи на вложенный капитал и большие объемы

Т а б л и ц а 1

Модель внедрения системы интрапренерства в организации

Этап	Содержание этапа
1. Осознание необходимости перехода к интрапренерству	Проведение объективного анализа состояния организации, ее конкурентоспособности, эффективности, способности к развитию. Понимание необходимости перехода к интрапренерству со стороны руководства и высшего и среднего звена управления
2. Формирование аппарата преобразований	Формирование команды интрапренеров, способных осуществлять изменения, члены которой обладают авторитетом в организации, являются неформальными лидерами в коллективе подразделения и пользуются поддержкой руководства
3. Формирование стратегического видения, целей и стратегий их достижения	Конструирование желаемого образа компании в перспективе. Постановка целей. Разработка стратегий достижения желаемого состояния организации
4. Доведение руководством разработанной стратегии и видения смысла происходящих перемен до сотрудников	Доведение основных идей интрапренерства до коллектива. Разъяснение позитивных последствий внедрения интрапренерства для организации и ее сотрудников. Постановка задач по реализации стратегии перед подразделениями
5. Выявление несоответствия между сконструированным желаемым образом организации и ее текущим состоянием	Сопоставление параметров идеального образа интрапренерской организации с фактическим положением дел. Выявление несоответствия между сконструированным желаемым образом организации и ее текущим состоянием. Выявление внешних и внутренних причин, препятствующих внедрению интрапренерства
6. Разработка комплекса прогрессивных мероприятий, необходимых для внедрения интрапренерства	Изменение организационной структуры компании путем создания внутри корпорации новых инновационных подразделений (венчурных фирм) для продвижения инноваций, выхода на новые рынки, разработки нетрадиционной для компании продукции. Изменение в делегировании полномочий. Изменение корпоративной культуры. Изменения в процессе принятия решений. Поиск новых методов использования ресурсов организации. Создание параллельных структур, позволяющих работнику занимать должность в основной организации и неофициальную в интрапренерском подразделении и др.
7. Устранение барьеров, препятствующих осуществлению перемен	Преодоление психологического сопротивления переменам внутри коллектива. Выстраивание новых регламентов работы
8. Закрепление новой организационной культуры	Нормативное закрепление достигнутых результатов: в материалах, представляемых для внешнего представления (декларации, меморандумы); во внутренних регламентах (положение о подразделениях, стандарты предприятия)



Таблица 2

Целевые установки внедрения интрапренерства в организации

Показатель	Содержание показателя
Цели	Развитие организации путем изменения ее бизнес-модели (сочетание традиционных и нетрадиционных для компании производств). Изменение рыночной позиции организации (рост или сохранение доли рынка традиционных товаров; наращивание доли рынка новых товаров). Повышение конкурентоспособности за счет постоянного внедрения продуктовых, технологических и организационно-управленческих нововведений. Повышение эффективности, в том числе: рост прибыли за счет увеличения объемов сбыта продукции при поддержании сложившегося на рынке уровня цен на нее; увеличение темпов роста организации при нахождении необходимых источников финансирования (собственных и заемных средств); избежание нисходящей траектории жизненного цикла товаров в связи с постоянным внедрением нововведений
Задачи	Повышение гибкости и мобильности крупной организации. Внедрение инноваций. Использование предпринимательского потенциала сотрудников организации. Сочетание интересов организации и интрапренера. Повышение предпринимательской восприимчивости внутренней организационной среды
Стратегии	Развитие интрапренерства на индивидуально-личностном уровне путем вовлечения в процесс интрапренерства творческих сотрудников организации. Развитие интрапренерства на групповом уровне путем создания групп (команд) для разработки и продвижения нововведений, а также создания венчурных фирм внутри корпорации. Развитие интрапренерства на стратегическом уровне путем пересмотра бизнес-модели компании

продаж, что служит основанием для возникновения деструктивных противоречий между работодателями и работниками.

Необходимо поощрять экспериментирование и связанный с ним метод проб и ошибок. Новые продукты или услуги не создаются внезапно. В ходе поиска удачного варианта от ряда моделей приходится отказаться. Компания, внедряющая интрапренерство, должна создать атмосферу, которая не только допускает, но даже стимулирует совершение ошибок и поощряет провалы. Этот подход диаметрально противоположен сложившейся в корпорации системе продвижения по служебной лестнице, в которой нет места неудачам и ошибкам.

В организационной структуре организации не должно быть заложено параметров, препятствующих творческому решению проблем. Ставшее нормой разграничение сфер деятельности между сотрудниками и подразделениями не стимулирует потенциальных интрапренеров

создавать новые предприятия. Так, в одной из компаний, входящей в список 500 крупнейших компаний, публикуемых журналом «Форчун», потенциальных интрапренеров уведомили, что создание предлагавшейся ими продукции невозможно, так как ее производство находится в ведении другого подразделения компании. Это порождает разочарование и чувство неудовлетворенности у интрапренеров.

Еще одним аспектом при внедрении внутрифирменного предпринимательства является скорость принятия управленческих решений. Более ранние, по сравнению с конкурентами, осуществление инноваций и принятие риска обеспечивают проактивность деятельности компании, что составляет основу рыночного успеха в современных условиях динамизма и неопределенности внешней среды бизнеса. Внедрение интрапренерства предполагает, что отдельные лица (команды) в организации наделяются полномочиями и несут ответственность за осуществление проекта.

Таблица 3

Факторы возможного несоответствия между искомым и текущим состояниями организации

Показатели	Факторы	
	искомого состояния	текущего состояния
1. Организационная культура	Культура открытости. Значительная гибкость в отношении внутренних процессов. Работники активны, инициативны, увлечены порученным делом. Привлечение нужных специалистов не зависит от сферы их деятельности. Существует возможность занимать должности в основной организации и в новом предпринимательском подразделении	Организация консервативна. Строгая регламентация деятельности, иерархичность в подчинении. Работнику предписаны место, статус, детали трудовой деятельности. Работники пассивны, безынициативны, выполняют приказы. Продвижение по служебной лестнице и карьера человека зависят от его действий в рамках той должности, которую он занимает.
2. Внедрение инноваций и новых технических разработок	Организация внедряет инновации. Организация ориентирована на выход на передовые рубежи в области технологии. НИР проводятся на высоком для отрасли уровне	Организация не внедряет инновации. Новые технологии активно не разрабатываются
3. Выдвижение новых идей	Поощряются инициативы сотрудников заниматься предпринимательством и инновациями. Активно разрабатываются новые продукты	Новые идеи подавляются. Ставится задача получения высокой отдачи от действующего производства
4. Экспериментирование	Стимулируются эксперименты. Лояльное отношение к ошибкам и провалам	Система продвижения по служебной лестнице не допускает ошибок и неудач
5. Организационная структура	Гибкая структура. Нет ограничительных рамок сфер деятельности. Возможность выделения внутренних венчуров. Реализация проекта предпринимателем от начала до конца	Жесткая иерархическая структура. Разграничение сфер деятельности между сотрудниками и подразделениями. Стадийный порядок внедрения нового продукта
6. Принятие решений	Автономность проекта и централизация принятия решений в рамках отдельных проектов обеспечивают оперативность принятия решений. Быстрая реакция на инновационные идеи. Ускорение реакции на изменения внешней среды	Длительный срок принятия решения. Многоуровневость прохождения информации до лица, принимающего решения. Необходимость согласований. Размывается ответственность за принятое решение
7. Система мотивации	Возможность для интрапренера стать соучредителем вновь созданного подразделения. Предоставление интрапренерам части акций компании	Нет личной заинтересованности внедрять инновации
8. Ресурсное обеспечение	Выделение необходимых трудовых и финансовых ресурсов под новые разработки. Информационная поддержка. Консультационная поддержка. Создание начальных условий для новых разработок	На новые разработки выделяется недостаточно ресурсов. На направления, дающие быструю отдачу, выделяются значительные средства
9. Временная ориентация	Задача обеспечения конкурентоспособности и будущих конкурентных позиций. Прибыльность в длительной перспективе	Задача обеспечения текущей конкурентоспособности. Максимизация текущей прибыли
10. Приемлемость рисков	Компания рискует вкладывать в рискованные проекты, которые дадут отдачу через несколько лет	Вложения в быстро окупающиеся проекты



Автономность проекта наряду с централизацией принятия решений обеспечивает большую оперативность процессов. В результате в рамках проекта у компании сокращается время реакции на сигналы внешней среды, т. е. создается возможность быстрее реализовывать инновационные идеи и оперативнее адаптировать их в соответствии с внешними изменениями, что придает компании гибкость.

Внедрение интрапренерства требует разработки соответствующей системы мотивации. Предоставление части акций или доли капитала нового предприятия является наилучшим способом поощрения усилий, необходимых для успеха.

Организация должна располагать необходимыми ресурсами, и они должны быть доступны для интрапренеров. Однако сегодня можно часто наблюдать ситуацию, когда на цели создания чего-то нового выделяются недостаточные средства, в то время как на решение проблем, дающих быструю отдачу, – значительные. И даже когда средства на новые направления выделяются в нужном количестве, их реальное получение становится практически невозможным из-за требований, предъявляемых к отчетным документам.

Таким образом, интрапренер должен ощущать полную поддержку со стороны высшего руководства, которое находится с ним в прямом контакте и обеспечивает его своевременно необходимыми финансовыми и трудовыми ресурсами. Без такой поддержки невозможно создание благоприятной среды для развития интрапренерства.

Внутри традиционной корпорации продвижение по службе и вообще карьера члена команды ставится в зависимость от его действий в рамках той должности, которую он занимает на данный момент, а не от вклада в новый проект. В этой связи представляет интерес опыт компании «Volvo» (Швеция). Внутрифирменное предпринимательство в компании осуществляется на основе «невидимого контракта»: сотрудник может одновременно занимать две должности: старую («видимую») и должность в новой предпринимательской фирме («невидимую»).

Необходимо оценивать успех как всей программы внедрения интрапренерства, так и каждого нового внутреннего венчура в долгосрочном аспекте. Если организация не рискует вкладывать капиталы в проекты, которые сулят отдачу только в отдаленной перспективе, развитие интрапренерства практически невозможно.

7. На седьмом этапе становления системы интрапренерства устраняются барьеры, препятствующие осуществлению перемен. Происходит преодоление психологического сопротивления переменам внутри коллектива, выстраиваются новые регламенты работы.

По мнению Н.В. Бахаревой и М.Г. Куликова [2], наибольшую сложность в ходе организационных преобразований вызывает преодоление сопротивления, возникающего внутри компании среди ее работников. В большинстве случаев действует правило: 20 % работников отнесутся к изменению позитивно, 50 % станут сторонними наблюдателями, а 30 % обязательно будут оказывать активное сопротивление. Наиболее важными причинами сопротивления изменениям являются: отсутствие убежденности в необходимости изменен; недовольство переменами, спускаемыми сверху; страх перед неизвестностью; страх перед своей неспособностью выполнить что-либо новое или возможной неудачей; нарушение установленного порядка, привычек и взаимоотношений; отсутствие доверия к лицу, содействующему проведению изменений.

По мнению А.Е. Миллера, С.Н. Чуканова [4], такое сопротивление – это проявление иррационального поведения организации, отказывающейся признавать новые черты реальности. В этой связи наиболее правильным будет рассмотрение сопротивления как неотъемлемой части инновационного процесса. При таком подходе планируется не только процесс внедрения инноваций, но и действия при неизбежном проявлении сопротивления, позволяющие подготовить резервы. Необходимо также проводить разъяснительную работу, создавать эмоционально позитивный климат в организации, демонстрировать сотрудникам достижения, полученные за период внедрения интрапренерства.

8. На восьмом этапе становления системы интрапренерства новые подходы закрепляются и становятся частью организационной культуры компании. Происходит нормативное закрепление достигнутых результатов в материалах для внешнего представления миссии, декларациях, меморандумах, а также во внутренних регламентах – положении о подразделениях, стандартах предприятия и др.

Таким образом, рассмотрены особенности формирования и развития интрапренерства для активизации инновационной деятельности российских предприятий и в результате предложена модель формирования и развития интрапренер-

ства, основанная на интерактивном планировании, которое предполагает проектирование желаемого будущего и изыскание путей его достижения. Модель позволяет активизировать инновационную деятельность на предприятии путем использования предпринимательского потенциала сотрудников.

Печатается при финансовой поддержке проекта ФБ-10 «Теоретические аспекты стратегического управления социально-экономическим развитием Сибирского региона при переходе на инновационную модель экономики», выполняемого в рамках АВЦП Россообразования «Развитие научного потенциала высшей школы 2010–2011».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акофф, Р. Планирование будущего корпорации [Текст] / Р. Акофф. – М.: Прогресс, 1985.
2. Бахарева, Н.В. Технология перехода компании к инновационному развитию [Текст] / Н.В. Бахарева, М.Г. Куликов // Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. – 2010. – № 11 (78). – С. 60–67.
3. Коллинз, Дж. С. Построенные навечно: успех компаний, обладающих видением [Текст] / Дж. С. Коллинз, Дж. М. Поррас. – СПб.: Стокгольм. шк. экономики в СПб., 2004.
4. Миллер, А.Е. Интрапренерство [Текст] : моногр. / А.Е. Миллер, С.Н. Чуканов. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 1998.
5. Ценообразование и рынок [Текст] : пер с англ. / под ред. Е.И. Пунина. – М.: Прогресс, 1992.

УДК 338.36

М.М. Сафонов

МЕХАНИЗМЫ УСКОРЕНИЯ ТРАНСФЕРА ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Угрозами на пути инновационного развития экономики считаются: отсутствие дружелюбной к высокотехнологичным бизнесам налоговой и правовой систем; недостаточное развитие институтов и инфраструктуры поддержки инноваций (имущественной, социальной, финансовой, организационной); конкуренция с транснациональными организациями и лидирующими государствами за лучших и прежде всего молодых специалистов; недостаточность материальных ресурсов для развития необхо-

димых институтов и инфраструктуры экономики нового типа.

С целью снижения отмеченных угроз государственные структуры могут оказывать содействие в следующих направлениях деятельности: обмен информацией; поддержка инновационных предприятий при вузах; координация Институтов развития в рамках приоритетных проектов и общей инновационной среды; доступ к иностранным технологиям; организация инновационных цепочек; концентрация усилий на



ограниченном числе прорывных технологий; подготовка кадров.

Ведущим фактором устойчивого экономического роста является развитие городской инновационной системы. Для ускорения трансфера перспективных технологий используются следующие подходы: объединенные научные исследования; совместные научно-исследовательские комплексы; информационные центры; spinoff/startup компании.

Совместные научно-исследовательские комплексы. Для коммерциализации технологий, разработанных в научно-исследовательском институте или университете, важно, чтобы дальнейшая работа над ними проходила как за пределами исследовательского центра, так и за пределами компании. Совместные научно-исследовательские комплексы могут быть не только реальными физическими структурами, но и виртуальными центрами. Создание совместных лабораторий означает формализацию на постоянной основе существующего сотрудничества между предприятиями и исследовательскими институтами, конечная цель которого заключается в коммерциализации результатов совместных научно-исследовательских работ.

Деятельность совместных лабораторий должна фокусироваться на перспективных проектах и технологиях (например, технологии энергосбережения, повышения безопасности энергетики). Для координации функционирования совместных лабораторий могут быть созданы подразделения при Союзе промышленников и предпринимателей (например, совещательная дирекция может объединять представителей вузов, промышленности, финансирующих организаций).

Совместные лаборатории должны создаваться вблизи крупных технических вузов, вокруг которых концентрируются специалисты в области науки и предпринимательства. Формализованная координируемая сеть участников будет содействовать сотрудничеству между различными типами предприятий, вузов, академических институтов, которое, в свою очередь, будет способствовать созданию среды обмена инновациями и знаниями.

Важно, чтобы внутри, например, университета формировался комплекс совместных лабораторий, который обеспечивал бы сотрудничество специалистов разных областей знаний.

Центры знаний. Центры знаний – это виртуальные организации, предназначенные для сбора опыта и знаний из разных отраслей науки, а также организации, занимающиеся разработкой или коммерциализацией новой технологии.

Сотрудничество в центре знаний нацелено на продвижение инновационных технологий – от идеи до результата. Ключевые элементы этого сотрудничества: ориентация на спрос; долгосрочное сотрудничество (более пяти лет); использование интеллектуальной собственности.

Разработка технологических прогнозов с применением различных методик прогнозирования, в том числе в формате Форсайта, осуществляется в следующих высокотехнологичных отраслях: авиастроение, атомная промышленность, космос, телекоммуникации, радиоэлектроника, судостроение, автомобильная промышленность, энергетика, скоростной железнодорожный транспорт, фармацевтическая промышленность, металлургия, машиностроение, химия полимеров и композиты.

Центры знаний призваны также оказывать поддержку формированию саморегулируемых организаций, содействующих внедрению добровольных стандартов (лучших практик) ведения инновационной деятельности на предприятиях, и распространению лучшего опыта в этой сфере.

Spinoff компании. Spinoff компании стали важным инструментом коммерциализации научно-исследовательских разработок. Его применение обусловлено тем, что среда и стимулы в университетах и научно-исследовательских институтах не слишком благоприятны для продвижения товарных инноваций к рынку. Многие университеты и научно-технологические организации проводят политику коммерциализации «зрелых технологий», вышедших за пределы научно-исследовательской стадии, в форме новых компаний. Дочерние (spinoff) компании, официально называемые «новые технологические фирмы», поддерживаются материнской организацией разными способами, включая права интел-

лектуальной собственности на разработанную технологию, офисное и производственное пространство, научно-исследовательское сопровождение и др.

Малые инновационные компании занимают промежуточную нишу между наукой и промышленностью. В случае успеха малое предприятие может вырасти в независимую компанию или быть купленным более крупной компанией.

В России создание высокотехнологических startup компаний в большинстве случаев очень трудоемко. Большая часть коммерциализируемых технологий остается собственностью научных организаций государственного сектора. Ключевая проблема состоит в том, что права собственности бюджетных научных организаций недостаточно проработаны, что значительно затрудняет передачу права собственности на технологию частному предприятию, каким является spinoff компания.

Кроме рассмотренных подходов для развития инновационных технологий, необходимо задействование следующих механизмов.

Совместные научно-исследовательские проекты. Научные прикладные исследования требуют участия не одной организации. Совместные научно-исследовательские работы включают три процесса – приобретение технологии, ее разработку и трансфер.

Совместные научно-исследовательские проекты могут приносить значительную прибыль, позволяют реализовывать крупные исследовательские программы, которые слишком сложны для одной организации и требуют объединения опыта и квалификации нескольких участников, распределения рисков, присущих научно-исследовательской деятельности. При успешном исполнении совместные научные исследования могут стать эффективным способом генерирования, адаптации и распространения новых технологий. При такой форме организации научной деятельности работа может вестись по принципу «один проект за другим» или же выполняться частями по договору о долгосрочном сотрудничестве.

Меморандумы о взаимопонимании. Меморандум о взаимопонимании обычно является неформальным, юридически не обязывающим

соглашением, которое устанавливает основные правила сотрудничества между партнерами. Он часто используется в качестве первого шага для достижения более глубоких договоренностей о трансфере технологий или контрактных исследованиях. Данный документ описывает намерения участников и устанавливает правила поведения в период переговоров, ведущих к подписанию соглашения или контракта. Иногда меморандум все же включает обязательные соглашения – например, не вступать в переговоры с другими потенциальными партнерами во время проведения текущих переговоров.

Важный механизм передачи знаний и технологий – предоставление услуг по проведению заказных научных исследований в интересах клиента. Это могут быть клиенты из государственного или частного сектора, заключающие долгосрочные или краткосрочные контракты. Многие контрактные научно-исследовательские организации фокусируют свою деятельность исключительно на выполнении этого типа научных исследований.

Научно-исследовательский контракт – это юридически обязывающий документ, управляющий взаимодействием между научно-исследовательской организацией, компанией и другими сторонами, участвующими в научно-исследовательском процессе. Многие организации разработали стандартные форматы контрактных научно-исследовательских проектов. Эти форматы хорошо работают в «стандартных» ситуациях, но крупные и сложные проекты часто требуют специально разработанных контрактов.

Лицензирование интеллектуальной собственности. Защита и лицензирование интеллектуальной собственности – ключевой элемент управления технологиями и трансфера технологий. Научно-исследовательским организациям необходимо разработать стратегию управления своей интеллектуальной собственностью и соответствующую документацию, такую как соглашения о неразглашении для совместных научно-исследовательских проектов.

Интеллектуальная собственность включает патенты, copyright, торговые марки, полез-



ные модели, дизайны и другие аналогичные юридические права. Если научные исследования, положенные в основу патента, финансировались самим научно-исследовательским институтом, то интеллектуальная собственность обычно принадлежит организации, которая делит роялти с авторами разработки. Более сложная ситуация возникает, когда исследования полностью или частично финансировались правительством или клиентом из частного сектора.

Когда клиент полностью оплачивает проект, права интеллектуальной собственности на специфическую информацию и результаты, полученные научно-исследовательской организацией в рамках заказных исследований, как правило, принадлежат клиенту. В таких случаях научно-исследовательская организация должна получать неэксклюзивную бесплатную лицензию для внутреннего пользования.

Если клиент оплачивает неполную стоимость проекта (например, совместно финансируемые проекты), права интеллектуальной собственности на специфическую информацию и результаты, равно как и права на изобретения, должны оговариваться в контракте или дополнительном соглашении, подписываемом до окончания проекта. В таком случае клиент, как правило, получает неэксклюзивную лицензию на использование результатов в пределах сферы своей деятельности.

Научно-исследовательская организация может сохранить свои базовые технологии от перехода их в собственность клиента. В таких случаях во избежание взаимного непонимания между клиентом и научной организацией в контракт вносятся специальные положения. Для разрешения сложных ситуаций, возникающих в области интеллектуальной собственности, многие университеты и научно-исследовательские институты создают собственные офисы лицензирования технологий или офисы по трансферу технологий. Эти службы призваны обеспечить адекватное управление всеми аспектами лицензирования интеллектуальной собственности с целью защиты прав собственности, увеличения дохода и продвижения инноваций.

Центр оценки и управления интеллектуальными ресурсами. Основная задача такого центра – предоставление комплекса услуг в сфере интеллектуальной деятельности предприятий – от выявления объектов интеллектуальной собственности, учета, правовой охраны до их защиты и введения в хозяйственный оборот:

- полный спектр патентных услуг (патентные исследования, оформление заявок на объекты интеллектуальной собственности, защита прав в суде и т. д.);
- услуги по инвентаризации результатов интеллектуальной деятельности, средств индивидуализации и прав на них;
- услуги по внедрению изобретений и новейших технологий, приобретению и продаже патентов, лицензий и «ноу-хау», продвижению научно-технических разработок на российский и зарубежные рынки;
- подготовка и сопровождение заключения лицензионных соглашений на передачу объектов интеллектуальной собственности, «ноу-хау»;
- мониторинг рынка с целью выявления нарушителей прав интеллектуальной собственности правообладателя, ведение досудебного делопроизводства;
- организация управления объектами интеллектуальной собственности, создание системы поддержки принятия решений для руководителей организации;
- выполнение функций субъектов оценочной деятельности, в том числе оценки отдельных материальных объектов, движимого и недвижимого имущества предприятий, имущественных комплексов, прав собственности и иных вещественных прав, прав требований, иных объектов, пригодных для участия в гражданском обороте;
- экспертиза и подготовка заключений по наукоемким проектам, венчурным проектам, научно-техническим и инновационным программам;
- организация обучения и подготовки научных кадров и специалистов в области интеллектуальной собственности;
- другие услуги в области интеллектуальной собственности.

Миссия государства по лицензированию технологий университетов. Такая миссия должна приносить обществу пользу через продвижение научных результатов университетов к общественному использованию посредством лицензирования технологий. Данный процесс должен отвечать академическим принципам, высочайшим этическим стандартам, демонстрировать заботу о благосостоянии студентов и преподавателей. Это обеспечит осязаемую поддержку фундаментальным научным исследованиям.

Создание ассоциаций. При взаимодействии с малыми компаниями трансфер технологий сталкивается с особыми проблемами. С одной стороны, научно-исследовательским организациям трудно удовлетворить инновационные потребности большого числа малых и средних предприятий, с другой – малые высокотехнологические компании или учреждения испытывают трудности при маркетинге своих технологий крупным промышленным компаниям из-за проблем с коммуникацией, отсутствия личных контактов или недостатка доверия.

Поэтому целесообразно создавать ассоциации, которые могли бы представлять интересы множества малых инновационных фирм и институтов как пользователей новых технологий или поставщиков высоких технологий.

Отраслевые центры ассоциаций имеют ряд преимуществ. Они могут быть партнером, представляющим интересы ряда малых компа-

ний одной отрасли, способствовать распространению передовых технологий и достижений. Ассоциации лучше оценивают рыночные потребности.

Отраслевые центры ассоциаций способны интегрировать все инфраструктурные элементы в единую рыночно-ориентированную систему. Наконец, они могут содействовать решению вопросов защиты интеллектуальной собственности, международного патентования результатов научно-исследовательской деятельности.

Повышение квалификации. Центры повышения квалификации имеют следующие задачи:

- развитие форм взаимодействия науки и инновационного образования, поддержка развития непрерывного профессионального образования и повышения квалификации;
- обеспечение повышения квалификации руководителей и персонала предприятий в сфере управления инновациями и технологического менеджмента;
- развитие механизмов привлечения средств работодателей в целях финансирования системы профессионального технического образования и управленческих кадров для организаций народного хозяйства.

Рассмотренные подходы и механизмы ускорения трансфера инновационных технологий позволяют резко повысить эффективность инновационной системы и будут способствовать укреплению и дальнейшему развитию экономики в целом.



ПОКАЗАТЕЛИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Развитие экономики всегда основывалось на использовании инноваций в форме новых факторов производства, технологий, товаров или видов оказываемых услуг, систем управления и организации совместной деятельности людей. Нововведения и инновации определяли и типы технологических укладов экономических систем на протяжении истории цивилизации [1].

Инновационная деятельность людей в течение длительного периода осуществлялась довольно медленными темпами, однако с переходом ряда стран из индустриального периода развития в новую эпоху информационной экономики положение существенно изменилось. Благодаря использованию инноваций страны, интенсивно формирующие технологический уклад информационной экономики (США, Япония, Южная Корея и др.), в настоящее время обеспечивают до 80 % роста национального внутреннего продукта (НВП) за счет инновационного сектора своих экономик, интенсивно используя его результаты не только внутри страны, но и за ее пределами посредством передачи новых технологий, знаний и других достижений [2].

Использование инноваций – основной механизм устойчивого экономического развития любого предприятия и повышения его конкурентоспособности на рынках товаров и услуг. При этом не имеет существенного значения, являются ли используемые инновации результатом собственной инновационной деятельности (ИД) или они приобретены на инновационном рынке. Однако методология оценки уровня инновационной активности *предприятий первой группы*, т. е. самостоятельно производящих инновации, и *предприятий второй группы*, приобретающих инновации на рынке, существенно

отличается. Данный вопрос и является предметом нашего исследования.

Для понимания сущности инновационной деятельности предприятия и оценки уровня его активности целесообразно уточнить содержание понятий «инновация», «новшество» и «нововведение», которые широко используются в отечественной научной литературе и не всегда различаются. Так, одни ученые понятия «инновация» и «нововведение» рассматривают как идентичные, утверждая, что «инновации (нововведения) – конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде новых или усовершенствованных продуктов или технологических процессов, используемых в практической деятельности или в новом подходе к социальным услугам» [3]. Другие, рассматривая сущность инноваций и нововведений (новшеств), пишут, что «идея, предложение, проект, результат исследования, изобретение и тому подобное, хотя и выступают в качестве нового продукта, в чистом виде не являются нововведением, или инновацией. И только воплотившись в изделия, услуги, технологии, которые восприняты потребителями, они становятся инновациями или нововведениями» [4]. Этой точки зрения придерживался и Й. Шумпетер, который считал, что термин «новшество» должен употребляться в совершенно определенном смысле: им должно обозначаться только решение предпринимателя о воплощении в жизнь новой идеи, касающейся технологии или какого-либо другого вопроса, относящегося к управлению предприятием [5]. Авторы [6] также считают, что «инновация – это нововведение в технике, имеющее новизну технологических идей, изобретений, отвечающее потребностям рынка», т. е. признают, что нововведение, *не признанное рынком*, инновацией

Таблица 1

Классификация инноваций

Вид инновации	Характеристика
Техническая	Направлена на изменение одного или нескольких технических параметров оборудования (давления, температуры пара и т. п.)
Технологическая	Направлена на принципиальное изменение технологии производства продукта или отдельных технологических процессов
Продуктовая	Направлена на изменение параметров производимого продукта, позволяющих улучшить его потребительские свойства
Управленческая	Направлена на изменение характера управления производственным процессом при сохранении основных функций управления
Финансовая	Направлена на изменение характера финансовых услуг или финансовых продуктов
Социально-культурная	Направлена на изменение норм, стандартов и ценностей социально-культурных отношений и взаимодействий между людьми в коллективах
Мировоззренческая	Направлена на изменения потребительского отношения людей к окружающей среде (природе, флоре и фауне) и к самим себе как ее представителям

не является. Другими словами, нововведение или новшество является прямым результатом инновационной деятельности организации, *содержащим новые знания*, воплощенные в виде проектов новой техники, нового технологического процесса, нового продукта или новой услуги, имеющие потенциальные возможности увеличить их стоимость и быть признанными рынком. В отличие от нововведений или новшеств *инновации – это реальное использование нововведений на рынке в виде реального нового коммерческого продукта (техники, процесса, товара, услуги и т. п.), приносящего конкретный целевой результат*. Для промышленных предприятий целевой результат использования инноваций может выражаться в виде роста производительности труда, прироста прибыли или вновь добавленной стоимости.

Классификация инноваций по видам приведена в табл. 1.

Содержание табл. 1 свидетельствует о том, что возможное *поле инновационной деятельности* (ПИД) современных предприятий является весьма широким и не ограничивается каким-либо одним из его сегментов, например техническим или технологическим. Расширение поля инновационной деятельности позволяет промышленным предприятиям существенно повы-

сить эффективность своей производственно-хозяйственной деятельности (ПХД) и конкурентоспособность поставляемых товаров на рынки.

Практика показывает, что при расширении ПИД предприятий результативность и эффективность инноваций в новых ее сегментах оказывается существенно выше, чем в традиционно используемых (преимущественно техническом или технологическом). Так, повышение квалификации сотрудников и их переподготовка в компаниях США в среднем дает эффект в 33 доллара на 1 доллар затрат за счет повышения производительности труда и развития инновационного мышления [7]. В настоящее время трудно назвать инновации в техническом и технологическом сегментах, обеспечивающие такой высокий уровень эффективности. Более того, практика также показывает, что углубление научно-технического прогресса в отдельных сегментах инновационной деятельности предприятий требует все большего объема затрат на единицу эффекта, т. е. действует известный закон убывающей эффективности (полезности) затрат. Поэтому расширение поля инновационной деятельности предприятий позволяет замедлить действие этого закона и повысить совокупный результат его инновационной активности (ИНА). Кроме того, расширение ПИД позволяет полу-



чить и существенный синергетический эффект в виде новых знаний за счет взаимодействия команд, реализующих инновации в смежных сегментах инновационной деятельности предприятий. Поэтому *характер ПИД предприятия является основной характеристикой уровня его инновационной активности*. Чем ПИД многообразнее, тем выше результативность ИНА предприятия и, в конечном счете, его конкурентоспособность на рынках товаров или услуг. Однако расширение ПИД предприятий требует значительных затрат, как единовременных, так и текущих, что могут позволить себе только крупные предприятия.

Другой важной характеристикой уровня ИНА является *тип инновационной культуры предприятия*, определяемый направленностью на постоянные изменения в деятельности предприятия и наличием в его организационной структуре творческих подразделений, осуществляющих поисковые и прикладные научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР). Уровень ИНА любого предприятия в конечном счете зависит от квалификации и компетенций работающих в них людей и системы управления использованием интеллектуального капитала. Поэтому чем демократичнее стиль управления людьми и выше степень их мотивирования и стимулирования к генерации новых идей, тем выше результативность не только их текущей производственной деятельности, но и творческой.

ПХД современного предприятия, являющегося в условиях интернационализации и глобализации экономических отношений открытой системой, – это непрерывный, целенаправленный и постоянно повторяющийся процесс, на который оказывают воздействие параметры внешней среды. Поэтому *способность адаптации предприятия к изменениям его внешней среды* является, на наш взгляд, также важной характеристикой уровня его инновационной активности.

Указанные выше характеристики уровня ИНА предприятия – это необходимые базовые параметры, определяющие уровень его инновационного потенциала (ИНП), т. е. потенциальной способности предприятия генерировать новые идеи, производить на их основе нововведения и инновации и адаптироваться к изменениям па-

раметров внешней среды предприятия. Однако они должны быть дополнены другими параметрами, характеризующими результативность ИНА предприятий. Нами предложена совокупность базовых параметров и результирующих показателей ИНА предприятий, которая позволяет определять уровни их потенциальной и фактической инновационной активности в зависимости от типа предприятия (производящее или заимствующее инновации) (табл. 2 и 3 соответственно).

Разделение уровня ИНА предприятий на потенциальный и фактический важно как с методической, так и с практической точек зрения, поскольку позволяет определять не только фактически достигнутые результаты ИНА, но и оценивать степень использования инновационного потенциала предприятий, а следовательно, более эффективно распределять инвестиции на инновационные проекты и управлять инновационным процессом не только в масштабе предприятия, но и отрасли в целом.

Разделение показателей уровня ИНА предприятий на *базовые* параметры, определяющие его инновационный потенциал, и *результирующие* показатели, характеризующие эффективность его использования, весьма важно и с научной точки зрения, поскольку в научной литературе часто эти два понятия отождествляются. Например, в [8] делается вывод, что «инновационный потенциал предприятия есть обобщающий показатель его инновационной активности». По нашему мнению, инновационный потенциал предприятия – это необходимая, но недостаточная основа его высокой ИНА, которая определяется совокупностью других дополнительных показателей предприятия, приведенных в табл. 2 и 3.

По содержанию таблиц видно, что базовые и результирующие критерии оценки уровня предприятий можно установить по данным регулярной статистической и бухгалтерской отчетности предприятия.

Для оценки уровня ИНА предприятий применяют два метода:

- *традиционный* – на основе соизмерения затрат на производство или приобретение инноваций и изменения текущих затрат при их реализации;
- *многокритериальный* – на основе соизмерения степени выполнения поставленных целей и выражающих их соответствующих критериев.

Таблица 2

Совокупность базовых и результирующих параметров оценки уровня инновационной активности предприятий, самостоятельно производящих инновации

Параметр	Характеристика	Критерий оценки
Базовые параметры		
Характер поля инновационной деятельности	Широта видов инновационной деятельности	1) Количество видов инновационной деятельности, 2) их удельные веса
Тип инновационной культуры	Наличие в организационной структуре подразделений, осуществляющих НИОКР	3) Количество подразделений НИОКР. 4) Удельный вес затрат на НИОКР в общем объеме текущих затрат за период
Характер активов	Соотношение стоимости нематериальных и материальных активов	5) Виды нематериальных активов. 6) Стоимость нематериальных активов. 7) Удельный вес нематериальных активов
Качество интеллектуального капитала	Уровень квалификации и компетенций менеджмента и персонала	8) Количество сотрудников, имеющих ученые степени и звания. 9) Количество патентов и зарегистрированных изобретений на 100 работающих за предыдущий период
Степень мотивирования и стимулирования людей к инновационной деятельности	Наличие системы морального и материального мотивирования и стимулирования людей к творческой деятельности	10) Объем затрат на поощрение людей за творческие заслуги. 11) Удельный вес затрат на оплату расходов на регистрацию патентов и авторских свидетельств в общей сумме затрат на поощрение людей
Результирующие показатели		
Созданные нововведения или новшества	Новые идеи, усовершенствованные технологии или продукты, проверенные опытным путем, имеющие потенциальный положительный эффект	12) Количество новых технологий или продуктов, созданных на предприятии, имеющих новые свойства и получивших документы об охране интеллектуальной собственности (ОИС)
Коммерциализация инноваций	Перевод нововведений или новшеств в инновации	13) Количество нововведений или новшеств, внедренных на предприятии или проданных (переданных) другим предприятиям, в том числе зарубежным
Результативность инновационной деятельности	Степень выполнения поставленных целей по видам инноваций	14) Объемы доходов, полученных предприятием от коммерциализации инноваций за отчетный период
Эффективность инновационной деятельности	Соизмерение стоимости затрат на производство инноваций и их коммерциализацию	15) Прирост чистой прибыли или вновь добавленной стоимости (ВДС) за отчетный период (разность между доходами и затратами). 16) Доля чистой прибыли или НДС на 1 человека, занятого на предприятии
Производительность труда	Изменение производительности труда на предприятии	17) Численность работающих. 18) Выработка на одного работающего в натуральном и стоимостном выражении
Конкурентоспособность предприятия и его продуктов	Изменение положения предприятия и его продуктов на национальном и мировом рынках	19) Индекс конкурентоспособности предприятия на национальном и мировом рынках. 20) Рыночная доля продуктов предприятия на национальном и мировом рынках товаров (услуг)



Таблица 3

Совокупность базовых и результирующих параметров оценки уровня инновационной активности предприятий, использующих сторонние инновации

Параметр	Характеристика	Критерий оценки
Базовые параметры		
Характер поля инновационной активности	Виды используемых инноваций	1) Количество видов инновационной активности, 2) ее объемы по видам
Тип инновационной культуры	Восприимчивость менеджмента и персонала к инновациям	3) Удельный вес затрат на приобретение инноваций в общих объемах затрат за отчетный период
Характер активов	Соотношение стоимости нематериальных и материальных активов	4) Виды нематериальных активов. 5) Стоимость нематериальных активов. 6) Удельный вес нематериальных активов
Качество интеллектуального капитала	Уровень квалификации и компетенций менеджмента и персонала	7) Удельный вес менеджеров и персонала с учеными степенями и званиями
Степень мотивирования и стимулирования людей к использованию инноваций	Наличие системы морального и материального мотивирования и стимулирования людей к использованию инноваций	8) Объем затрат на поощрение людей за заслуги в освоении инноваций
Результирующие показатели		
Внедрение инноваций	Новые или усовершенствованные процессы, технологии и продукты	9) Количество внедренных инноваций по их видам, процессам и продуктам
Результативность использования инноваций	Степень выполнения поставленных целей	10) Прирост капитализации. 11) Объем доходов, полученных от использования инноваций
Эффективность инновационной активности	Соизмерение стоимости затрат на приобретение инноваций и их использование	12) Прирост чистой прибыли или ВДС за период (разность между доходами и затратами). 13) Доля чистой прибыли или ВДС на одного человека, занятого на предприятии
Производительность труда	Изменение производительности труда на предприятии	14) Численность работающих. 15) Выработка на одного работающего в натуральном и стоимостном выражении
Конкурентоспособность предприятия и его продуктов	Изменение позиционирования предприятия и его продуктов на национальном и мировом рынках	16) Индекс конкурентоспособности предприятия на национальном и мировом рынках. 17) Рыночная доля продуктов предприятия на национальном и мировом рынках товаров и услуг

Основанием для использования традиционного метода оценки уровня ИНА предприятий является возможность выражения большинства характеризующих ее показателей, приведенных в табл. 2 и 3, в стоимостной форме, что позволяет с достаточно высокой степенью точности использовать традиционный набор критериев, оценивающих эффективность ИНА. К таким критериям относятся чистая приведенная стоимость, внутренняя норма возврата инвестиций, срок окупаемости и другие, рекомендованные официальными организациями и широко используемые в практике.

Однако в тех случаях, когда часть показателей, определяющих уровень ИНА предприятий, невозможно выразить в стоимостной форме, целесообразно оценивать уровень ИНА по степени выполнения поставленных целей, например по степени повышения конкурентоспособности предприятия, производительности труда и т. д. Научный и методический аппарат такой оценки подробно представлен в отечественной литературе.

По нашему мнению, предложенная система базовых параметров и результирующих показателей позволяет оценивать не только потенциальную возможность промышленных предприятий производить или использовать инновации, но и экономическую эффективность потенциального или фактического использования последних. Отмеченные преимущества имеют важное значение как с точки зрения рационального использования инвестиций в произ-

водство или приобретение инноваций, так и для оценки рыночной стоимости создаваемых в процессе инновационной деятельности предприятий объектов интеллектуальной собственности [9].

Итак, в данной статье:

- предложено различать понятия «инновации», «нововведения» или «новшества». В отличие от последних понятие «инновация» характеризует использование нововведений на рынке в виде реального нового коммерческого продукта, приносящего конкретный целевой результат.
- введено в научный оборот понятие «поле инновационной деятельности» и дана классификация возможных видов инноваций, увеличивающих результативность инновационной деятельности промышленных предприятий.
- предложена совокупность базовых параметров оценки уровня инновационной активности предприятий, позволяющая определять инновационный потенциал и эффективность его использования в процессе инновационной деятельности.
- показано, что для оценки уровня инновационной активности промышленных предприятий целесообразно применять традиционный метод на основе соизмерения единовременных затрат на производство или приобретение инноваций и текущих издержек на их реализацию или многокритериальный метод на основе анализа степени выполнения поставленных целей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Глазьев, С. Закономерности долгосрочного технико-экономического развития [Текст] / С. Глазьев // Международная экономика. – 2007. – № 7. – С. 23–36.
2. Ровинская, Т. Информационное общество: теория и практика [Текст] / Т. Ровинская // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – № 9. – С. 81–90.
3. Бовин, А.А. Управления инновациями в организации [Текст] / А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович. – М.: Омега-Л, 2006. – 415 с.
4. Бендиков, М.А. Методологические методы исследования инновационного развития в современной экономике [Текст] / М.А. Бендиков, Е.Ю. Хрусталев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 2. – С. 3–14.
5. Шумпетер, Й.А. Теории экономического развития [Текст] / Й.А. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
6. Глухов, В.В. Экономика знаний [Текст] / В.В. Глухов, С.Б. Коробко, Т.В. Маринина. – СПб.: Питер, 2003. – 528 с.
7. Дафт, Р.Л. Уроки лидерства [Текст] / Р.Л. Дафт при участии П. Лейн; пер. с англ. А.В. Козлова, под ред. проф. И.В. Андреевой. – М.: Эксмо, 2008. – 480 с.
8. Шамина, Л.К. Система показателей оценки инновационного потенциала предприятия [Текст] / Л.К. Шамина // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2011. – № 1. – С. 128–132.
9. Окорочков, В.Р. Принципы и методы оценки рыночной стоимости объектов интеллектуальной собственности в инновационной экономике [Текст] / В.Р. Окорочков, А.А. Тимофеева // Инновации. – 2011. – № 3(149). – С. 25–29.



ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В СИСТЕМНЫЕ НОВОВВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Комплексный метод оценки эффективности инвестиций в новые технологии тесно связан с методами анализа рыночной перспективности инноваций и ресурсных возможностей их реализации на предприятии. Это единство проявляется в следующем. Метод оценки перспектив нового продукта позволяет определить ту долю рынка, которую планирует занять предприятие при выведении инновации на рынок. Оценка возможностей реализуемости направлена на то, чтобы определить экономические возможности предприятия в достижении намеченных целей на рынке. Оценка эффективности инвестиций, в свою очередь, показывает внутренние инвестиционные эффекты, которые можно ожидать от внедрения новой технологии или усовершенствованного продукта по основным функциональным направлениям хозяйствования, включая НИОКР, маркетинг, производство, финансы и персонал.

Следует также отметить, что используемые при оценке инвестиций методы базируются, как правило, на определении коммерческих показателей эффективности и не учитывают изменения внутрихозяйственных результатов функционирования предприятия при внедрении новых или улучшающих продуктов. Речь идет, прежде всего, об установлении взаимосвязи между размером инвестиций и тем экономическим эффектом, который принесут вложенные средства экономике предприятия, а не инвестору.

Вследствие этого для оценки эффективности инвестиций в новый или улучшающий продукт рекомендуется использовать расчет группы показателей, позволяющих определить эффективность инновации с позиции результативности вложенного в нее капитала. Использование рассмотренного метода на практике позволяет ответить на вопрос о том, какова будет эффективность вложенных средств по следующим основ-

ным функциональным направлениям хозяйственной деятельности.

Приращение интеллектуального капитала. Оценка инвестиционной результативности нового продукта начинается с определения его влияния на сферу НИОКР как основную функцию инновационной деятельности.

Приращение интеллектуального капитала в инновационной деятельности предприятия (ИДП) в отличие от инвестиционного имманентно включает этапы НИР и ОКР. Затраты, направленные на эти цели, в том числе на проведение лабораторных исследований, создание прототипа и подготовку его к нуждам промышленного производства, способствуют росту инновационной активности предприятия. Это выражается, прежде всего, в накоплении опыта разработки и внедрения новых технологий и усовершенствованных продуктов, который можно использовать в дальнейшем при реализации последующих инновационных продуктов (ИП). При этом целесообразно оценить тот размер доходности, который принесут вложенные в НИОКР средства. Эту величину можно выразить через определение той величины эффекта, который возникнет в результате ИДП, реализации новой технологии с последующим сопоставлением этих доходов с суммой инновационных затрат.

Под инновационными вложениями понимается вся сумма инвестиционных средств, которые необходимы на разработку нового или усовершенствованного продукта.

Увеличение выручки от продаж. При расчете инвестиционной результативности ИП важно оценить влияние внедряемой технологии на основные экономические показатели деятельности предприятия. При этом важно проанализировать и выявить именно ту долю дополнительной выручки от продаж новинки, которую

получит предприятие на вложенные в ИП средства.

Определяется путем сравнения выручки от продаж предприятия до и после реализации анализируемого проекта, годовой выручка от продаж предприятия до и после инвестиций в новую технологию или усовершенствуемый продукт за анализируемый период. При необходимости расчет можно дисконтировать.

При этом под инвестиционными издержками будем понимать полные расходы, связанные с реализацией ИП. В их числе приобретение оборудования, строительство или ремонт помещений, монтажные и пуско-наладочные работы, нормативная величина необходимого оборотного капитала и т. п.

Рентабельность инвестиций в ИДП. Рентабельность инвестиций можно рассчитать аналогичным образом и определить ту часть дополнительной прибыли от продаж новинки, которую получит предприятия на вложенные в ИП средства. При необходимости расчет можно дисконтировать.

Рост чистого денежного дохода. Рост чистого дохода и приобретение новых или дополнительных производственных линий приводят к увеличению стоимости основного капитала. При оценке инвестиционной результативности ИП целесообразно проанализировать величину изменения чистого дохода предприятия в виде суммы прибыли и амортизации (по вновь приобретенным объектам основных фондов и вновь созданным нематериальным активам) как будущего внутреннего источника инвестиционных средств.

Определяется путем сравнения годового размера прибыли и амортизации до и после реализации анализируемого проекта и годовой амортизации основных средств и нематериальных активов соответственно до и после инвестиций в новую технологию или усовершенствуемый продукт за анализируемый период (в руб.).

Повышение выработки на одного работника и мотивация. Повышение выработки на одного работника и внедрение новых или улучшенных технологий должно быть направлено не только на прирост чистого дохода, но и на повышение

среднегодовой выработки продукции одним работником. При этом важно оценить, насколько возрастет этот показатель после внедрения инновации. Данная оценка должна производиться с учетом типа ИП. Так, если инновация носит в основном технический характер и направлена на изменения в процессе производства продукции, то в данном случае целесообразно осуществлять расчет повышения выработки основных производственных рабочих. В том случае если предприятие планирует к внедрению продуктовую инновацию, за основу расчета следует брать выработку (объем продаж) коммерческо-сбытового персонала.

Определяется путем сравнения среднегодовой выработки продукции одним работником до и после реализации анализируемого проекта ИДП и среднегодовая выработка одним работником до и после инвестиций в новую технологию или усовершенствуемый продукт за анализируемый период.

Прирост действительной стоимости предприятия. Показатель эффективности инвестиций по приросту действительной стоимости предприятия (ДРС) определяется путем сравнения стоимости предприятия по окончании фискального года либо до и после реализации ИДП (в руб.).

Согласно классической методу оценки стоимости предприятия (V) может быть определена как сумма балансовой стоимости предприятия (V_0) и стоимости перспектив роста:

$$V = V_0 + K \cdot NOPAT \frac{ROCE - WACC}{WACC(WACC - g)}, \quad (1)$$

где K – коэффициент реинвестирования; $NOPAT$ – прибыль от основной деятельности после налога на прибыль; $ROCE$ – доходность инвестированного капитала; $WACC$ – средневзвешенные затраты на капитал; g – темпы роста предприятия.

Как видно из формулы, основные факторы стоимости предприятия следующие: рентабельность инвестированного капитала; цена инвестированного капитала; темпы роста предприятия, которые определяются факторами спроса и предложения.



Стоимостные факторы измеряются с помощью определенных показателей ИДП, которые в литературе называются ключевыми показателями эффективности. Их наличие обеспечивает связь стратегии организации с операционной деятельностью. Для реализации данных принципов требуется соблюдение следующих правил: факторы должны быть напрямую привязаны к созданию стоимости и с необходимой детализацией доведены до всех уровней предприятия; факторы стоимости необходимо устанавливать в качестве целевых индикаторов и измерять, используя как финансовые, так и операционные показатели; факторы стоимости должны отображать как достигнутый на данный момент уровень эффективности, так и долгосрочные перспективы роста.

В то же время стоимость характеризуется слабой операциональностью в отношении тактических решений и деятельности предприятия, что обусловлено высокой волатильностью показателя денежного потока во времени и несопоставимостью инвестиционных и операционных денежных потоков на оперативном горизонте управления. В этой связи сегодня в теории и практике управления концепции дисконтированного денежного потока для оценки показателя стоимости предлагается использовать альтернативную концепцию потока экономической прибыли (*EP*) или экономической добавленной стоимости (*EVA*).

Согласно экономической теории, экономической прибылью – *EVA* называется нетто-операционная прибыль предприятия после вычета процентов на весь авансированный (а не только на заемный) капитал по определенной процентной ставке. *EVA* характеризует стоимость предприятия, равную величине инвестированного капитала плюс надбавка, которая равна текущей приведенной стоимости, создаваемой в последующем периоде. Иначе, *EVA* характеризует дополнительную стоимость, создаваемую предприятием за любой период времени или приращение стоимости инвестированного на предприятии капитала к концу определенного периода.

Таким образом, *EVA* может быть рассчитана следующим образом:

$$EVA = NOPAT - WACC \cdot CE, \quad (2)$$

где *CE* – инвестированный капитал.

Понятно, что стоимость предприятия создается, когда показатель *EVA* является положительным. Как и бухгалтерский показатель прибыли, показатель *EVA* не моментальная картинка, а «потокная величина», охватывающая не конкретную дату, а некий период. Однако в отличие от традиционной прибыли как показателя выражения результата предприятия *EVA* базируется на совершенно иной трактовке самого результата деятельности за данный период. Для формирования результата с точки зрения инвестора необходимо не просто покрывать явные расходы, т. е. создавать прибыль в традиционном понимании, но и непременно покрывать «неявные», невидимые альтернативные затраты на капитал.

Индикатором благополучия для инвестора является лишь прибыль, которая остается после вычитания из бухгалтерской прибыли доходов, причитающихся инвесторам (акционерам и кредиторам) на основе их типичных ожиданий, даже если доходы акционерам фактически выплачены не будут.

Показатель экономической добавленной стоимости предприятия может быть определен в каждом периоде времени. Если показатель *EVA* рассматривать как неизменный на бесконечную перспективу, то его текущая (приведенная) стоимость (*PEVA*) будет равна:

$$PEVA = \frac{EVA}{WACC} = CE \left(\frac{ROCE}{WACC} - 1 \right). \quad (3)$$

В модели *EVA* стоимость предприятия равна величине инвестированного капитала плюс надбавка или скидка, равная приведенной стоимости прогнозируемой *EVA*:

$$V = CE + PEVA. \quad (4)$$

Если *EVA* предполагается неизменной на бесконечную перспективу, то стоимость предприятия может быть определена по следующей формуле:

$$\begin{aligned} V &= CE + \frac{EVA}{WACC} = CE + CE \left(\frac{ROCE}{WACC} - 1 \right) = \\ &= \frac{CE \cdot ROCE}{WACC} = \frac{NOPAT}{WACC}. \end{aligned} \quad (5)$$

Таким образом, текущие операционные показатели трансформируются в аналитический показатель *EVA* и далее – в показатель стоимости предприятия. Иными словами, стоимость предприятия может определяться через операционные показатели прибыли, которые отражают эффективность управления ИДП и демонстрирует принципиальную возможность управления стоимостью предприятия через показатели его текущей деятельности: увеличение рентабельности ранее инвестированного капитала; увеличение рентабельности новых инвестиций; увеличение темпов роста новых инвестиций (в первую очередь за счет увеличения доли реинвестируемой прибыли); сокращение затрат на привлечение источников финансирования инвестиций и т. д.

Все перечисленные меры приведут к увеличению операционных показателей, аналитического показателя *EVA* и, в конечном итоге, к увеличению стоимости предприятия.

Таким образом, факторная модель стоимости на основе модели *EVA* позволяет учесть наибольшее количество ключевых факторов стоимости предприятия и ИДП. Кроме того, как отмечалось, данная модель оценивает и стратегические и текущие управленческие решения.

После разработки факторной модели стоимости предприятия при реализации управляющего воздействия для каждого выявленного ключевого фактора необходимо сформулировать рекомендации по направлению и степени воздействия на него в случае отклонения фактических значений показателей от запланированных.

Расчет и анализ этих показателей позволяет ответить на вопросы о том, каким образом отразится внедрение новой технологии или усовершенствованного продукта на результатах хозяйственной деятельности предприятия. База исходных данных для проведения такого анализа включает в себя оценку и планирование следующих основных параметров за анализируемый период: необходимого размера инновационных затрат (*In*) и инвестиционных вложений (*I*); выручки и прибыли от продаж при внедрении нового или усовершенствуемого продукта (*B*, *П*); размера среднегодовой выра-

ботки (*P*); прироста действительной стоимости предприятия – ДРС на основе *NPV* или *EVA* подходов (*V*).

При этом закономерно, что темпы роста прибыли, выручки, основного и интеллектуального капитала и ДРС предприятия должны максимально стремиться к увеличению. Это может послужить критерием целесообразности при отборе альтернативных вариантов ИП по показателям эффективности на вложенный капитал. Такая оценка и отбор ИП возникает тогда, когда у предприятий имеется инновационный портфель или они занимаются разработкой параллельно возникающих инновационных идей. На определенном этапе развития инноваций, чаще всего на концептуальной стадии, когда разрабатываемый продукт «созревает» до готового товара и может вырабатываться в промышленных масштабах, перед предприятием встает группа вопросов, требующих экономических расчетов. Основные из этих вопросов следующие: продолжить ли разработку и довести ее до конца или прекратить работу с анализируемым продуктом? что даст предприятию внедрение нового продукта? почему следует инвестировать в разрабатываемый продукт? Рассмотренный подход во многом может помочь при ответе на них.

Метод оценки рентабельности инвестиций в новую технологию может найти применение при разработке инвестиционного плана по новому продукту. Для этого отделу производства и маркетинга следует поручить проведение оценки увеличения выручки и повышения выработки на предприятии при внедрении нового продукта или новой технологии. Планово-экономическому отделу и бухгалтерии, в свою очередь, важно оценить размеры роста чистого дохода при внедрении новинки в производство. Высшим менеджерам предприятия совместно с подразделением НИОКР, а также финансовым отделом важно оценить рентабельности инвестиций и примерные объемы приращения интеллектуального капитала на основе внедрения новой технологии в хозяйственную деятельность. Расчет этих показателей позволит принять более обоснованное решение о продолжении или отказе от реализации планируемого ИП.



Предложенный метод оценки эффективности разработки новых продуктов направлен в основном на анализ внутренних экономических результатов внедрения инноваций на предприятии. Однако при анализе эффективности вовлечения инноваций в хозяйственный оборот и выборе наиболее эффективной из рассматриваемых альтернатив следует учитывать не только непосредственную, но и косвенную связь между данными функциональными показателями. В этой связи существует мнение, что с внедрением новых технологий увеличиваются издержки, а значит, и себестоимость продукции.

Вместе с тем при этом растет производительность труда, что способствует экономии заработной платы и снижению себестоимости продукции. Если темпы роста производительности труда будут больше, чем темпы роста издержек на содержание и эксплуатацию новой технологии, то себестоимость будет снижаться, и наоборот. Следовательно, чтобы принимать экономически грамотные и научно обоснованные решения по выбору той или иной технологии для внедрения, недостаточно ограничиться анализом эффективности инвестиций по основным экономическим параметрам. Необходимо оценить также динамику изменений показателей с учетом их взаимосвязей. Для этого можно применить метод оценки влияния новых технологий на развитие экономики предприятия. Данный подход позволит установить причинно-следственные и косвенные связи, а также выявить внутренние положительные и отрицательные противоречия хозяйственного и инновационного процессов и дать им количественную оценку. Более подробно рассмотрим это далее.

Алгоритм использования методов экономической эффективности ИП и анализ их влияния на развитие экономики предприятия. Основу системы параметров оценки причинно-следственного влияния ИП на экономические результаты хозяйственной деятельности предприятия составляет группа показателей, которая определяет экономический рост по основным функциональным направлениям деятельности предприятия и включает в себя анализ нематериальных и основных активов, прибыли, выручки и про-

изводительности труда. Затем между этими показателями прироста, отражающими влияние инновации на экономику предприятия после реализации ИП, устанавливаются соответствующие взаимосвязи.

Результаты, полученные на основе расчета этих показателей, могут быть как оптимистическими, так и пессимистическими. Для того чтобы осуществить выбор оптимального варианта направления инновационного развития и принять окончательное решение о привлекательности новых продуктов, следует руководствоваться эффективной динамикой этих показателей. В литературе, в частности, приводится следующее соотношение:

$$T_{\Pi} > T_{\text{В}} > T_{\text{А}} > 100 \%, \quad (6)$$

где T_{Π} – темп роста прибыли, %; $T_{\text{В}}$ – темп роста выручки от реализации продукции, %; $T_{\text{А}}$ – темп роста активов (имущества) предприятия, %.

Приведенное соотношение получило название «золотого правила экономики предприятия»: прибыль должна возрастать более высокими темпами, чем объемы реализации и имущество предприятия. Это означает следующее: издержки производства и обращения должны снижаться, а ресурсы предприятия использоваться более эффективно.

С учетом предлагаемых коэффициентов эффективности можно продолжить цепочку соотношений:

$$T_{\Pi} > T_{\text{В}} > T_{\text{на}} > T_{\text{А}} > T_{\text{Т}} > T_{\text{В}} > 100 \%, \quad (7)$$

где $T_{\text{на}}$ – темп роста структуры нематериальных активов предприятия за анализируемый период, %; $T_{\text{Т}}$ – темп роста производительности труда работников предприятия за анализируемый период, %; $T_{\text{В}}$ – темп роста ДРС предприятия, %.

Итак, представленный подход при его использовании в совокупности с другими методами позволяет оценить те изменения, которые произойдут на предприятии после внедрения нововведения, причем в соответствии с теми условиями, которые определены на этапе установления исходных параметров ИП. К числу исходных параметров отнесены, прежде всего, потенциал продукта и охват сегментов рынка. В зависимости от этих величин складываются

главные затраты на реализацию проекта – масштабы расходов, связанных с выбором формы защиты прав на интеллектуальную собственность, определением мощностей основных производственных фондов, организацией системы сбыта и продвижения инновационной продук-

ции. Возможные перспективные изменения на хозяйственную деятельность предприятия по выбранному инновационному плану анализируются на основе оценки эффективности инвестиций в новую технологию и ее влияния на экономику предприятия в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Гаджиев, М.М.** Управление инновационным процессом на предприятии в условиях рыночной экономики [Текст] / М.М. Гаджиев, Э.А. Козловская, В.А. Козловский. – СПб.: РАН ДНЦ ИСЭИ, 1992. – 168 с.

2. **Козловская, Э.А.** Экономика и управление инновациями [Текст] : учебник по классическому университетскому образованию / Э.А. Козловская, Д.С. Демиденко, Е.А. Яковлева, М.М. Гаджиев. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. – 304 с.

3. **Козловская, Э.А.** Стоимостной подход

к управлению инновационным процессом на предприятии [Текст] : учебник по классическому университетскому образованию / Э.А. Козловская, Д.С. Демиденко, Е.А. Яковлева, М.М. Гаджиев. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. – 180 с.

4. **Бабкин, А.В.** Инновационная система предприятия: состояние и перспективы развития [Текст] / А.В. Бабкин, А.О. Новиков // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Серия: Экономические науки. – 2008. – № 4 (61). – С. 208–219.

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ОТЧЕТНОСТИ В СИСТЕМЕ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ

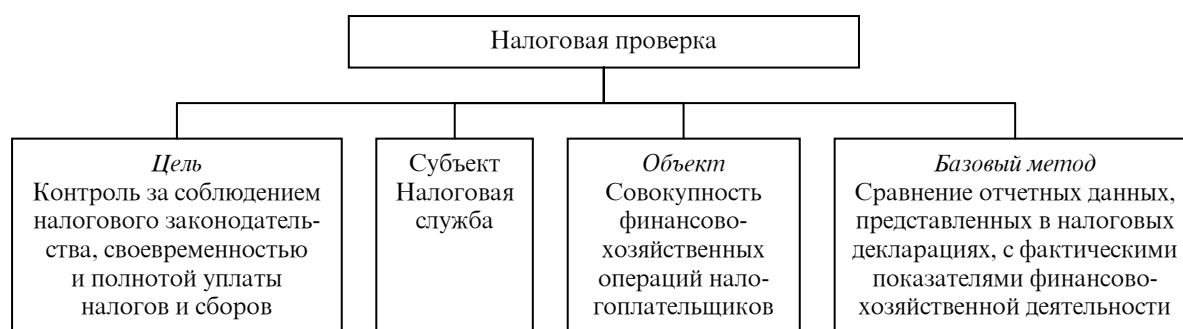
Налоги являются неотъемлемой составляющей экономического механизма любого общества. История взимания податей, оброков, даней насчитывает столько же лет, как и история первых племен. Налогами и способами их взимания интересуются не только экономисты, но и люди других профессий. На протяжении тысячелетий налогообложение трансформировалось, перерождалось, дополнялось, пока не достигло формы современной налоговой системы. Постепенно работы экономистов, философов и социологов о налогах, их природе, возможностях использования, взаимосвязи со стадиями производства, обращения, распределения и потребления стали приобретать стройный, систематизированный вид.

В «Современном экономическом словаре» дается следующее определение *налоговой системы*: это совокупность взаимосвязанных налогов, взимаемых в стране, форм и методов налогообложения, сбора и использования налогов, а также налоговых органов. Выделяются следующие *функции налоговой системы*: фискальная, распределительная, контрольная, стимулирующая, регулирующая, социальная. Контрольная функция является своего рода защитной – она обеспечивает воспроизводство налоговых отношений государства и предприятий, реализацию и действенность силы государственной власти. Без контрольной функции другие функции налогов неосуществимы или их реализация подрывается в своей основе. Реализация контрольной функции осуществляется посредством налогового контроля.

Налоговый контроль представляет собой систему, составляющие элементы которой взаимодействуют между собой подобно единому организму. Устойчивое функционирование этой системы и решение поставленных задач обеспечивают следующие основные элементы: нормативно-правовая база, органы (субъекты), осуществляющие налоговый контроль, формы и методы его организации. В соответствии со ст. 82 НК РФ *налоговым контролем* признается деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов законодательства о налогах и сборах в порядке, установленном НК РФ.

В работе О.В. Пантюшова отмечено, что в сфере налоговых отношений контроль используется в качестве механизма, посредством которого проверяется соответствие деятельности проверяемых лиц предписаниям налогового законодательства. Налоговый контроль – это цель, а мероприятия налогового контроля – средства достижения данной цели. Налоговый контроль может быть предварительным, текущим (оперативным) и последующим. Мероприятия налогового контроля – это определенные фактические действия налогового органа, осуществляемые в целях реализации налогового контроля [4].

Самостоятельной формой налогового контроля является *налоговая проверка*. Основные элементы документальной налоговой проверки можно представить в виде схемы (см. рисунок).



Сущность документальной налоговой проверки [4]

Исходя из схемы, объектом налоговой проверки являются финансово-хозяйственные операции налогоплательщика. Результат и ход осуществления данных операций фиксируются в налоговой отчетности, которая, в свою очередь, является информационной основой для работы налогового инспектора. Базовый метод, выделенный на рисунке, также неразрывно связан с налоговой отчетностью.

Налоговая отчетность как категория в терминологии учетных наук России применяется сравнительно недавно, однако уже в настоящий момент занимает существенную нишу в системе отчетности. Формирование налогового учета как отдельного направления обусловлено его выделением из бухгалтерского учета. Данной теме посвящено множество работ, в которых высказываются довольно противоречивые мнения. Одни авторы считают, что налоговый учет не имеет теоретической основы и не может быть выделен в качестве отдельного направления. Другие, напротив, более радикальны и утверждают, что современное экономическое устройство уже не нуждается в бухгалтерском учете – его полностью заменяет налоговый. Практикующие бухгалтеры в процессе своей работы придерживаются позиции, что налоговый учет не существует как стабильная самостоятельная система учета. Они стремятся организовать учетную деятельность таким образом, чтобы налоговый учет тем или иным образом соединялся с системой бухгалтерского учета, вплоть до полного совпадения. В данной работе мы не ставим перед собой задачу установить правоту одной из сторон. Однако очевидно, что, изучая

проблемы налоговой отчетности, совсем не затрагивать вопросы налогового учета будет просто.

Как утверждалось ранее, налоговая отчетность является базовым методом налогового контроля. Но прежде чем налоговая отчетность попадает в руки налогового работника, она проходит длительный и кропотливый путь формирования, и формирует ее бухгалтер хозяйствующего субъекта.

Таким образом, путь нашего исследования находится на своеобразной «развилке»: с одной стороны, еще не полностью сложившиеся и часто противоречивые положения налогового учета, а с другой – несовершенные процедуры налогового контроля. При этом бухгалтеру организации важно решение проблем как одного направления, так и другого. Рассмотрим проблемы формирования налоговой отчетности.

Сложившиеся в мире юридические традиции и развитие налогообложения обусловили возникновение двух моделей учета, характеризующихся противоположными взглядами на порядок исчисления налогов и связь с размером налоговой базы.

При формировании системы налогового учета возможны три направления постановки учета:

1. Параллельное существование систем бухгалтерского и налогового учета как двух самостоятельных учетных процессов. В данном случае существенно возрастает трудоемкость деятельности учетных работников.

2. Существование только бухгалтерской системы учета, в рамках которой собирается, груп-



пируется и обобщается информация, необходимая для расчета налоговых обязательств.

3. Замена бухгалтерской системы учета налоговой. Можно констатировать, что данный процесс уже полностью определен и завершен на предприятиях, применяющих специальные режимы налогообложения.

Наша принципиальная позиция заключается в том, что нельзя допустить поглощения налогового учета бухгалтерским и тем более бухгалтерского – налоговым. Необходимо найти такой компромисс в методологии и методике данных видов учета, который позволит синхронно трансформировать данные виды учета с целью решения вышеуказанных конфликтов.

Безусловно, процесс сближения налогового и бухгалтерского учета не должен происходить односторонне, в нем должны участвовать представители ФНС, Минфина РФ, ТПП России, научных и общественных профессиональных организаций. Одна из основных проблем бухгалтеров организаций при формировании отчетности – конфликт положений налогового и бухгалтерского законодательства. Как было отмечено на IV Всероссийском налоговом форуме ТПП России, «мультипликативный эффект от сложности налогового законодательства, обособленности методов налогового и бухгалтерского учета, отсутствие единой системы регистрации и обработки информации, согласованной с задачами исчисления налоговой базы, приводит к повышению трудозатрат в целом по налоговой проверке при одновременном увеличении сомнений в достоверности ее итогов».

Необходимо учитывать, что система бухгалтерской отчетности и так проходит процесс реформирования (сближение с Международными стандартами финансовой отчетности), и в отдельных случаях это обстоятельство еще больше усложняет работу в выбранном нами направлении.

Налоговая отчетность – это отчетность, которая представляется в органы налоговой службы и внебюджетные фонды и характеризует состояние обязательств предприятия, связанных с исчислением и уплатой налогов и других обязательных платежей. В состав налоговой отчетности включаются декларации и расчеты по на-

логам, по которым организация или физическое лицо является плательщиком. В целом, проведение процедур налогового контроля неосуществимо без данных налоговой отчетности.

По мнению А.А. Сапелкиной, под налоговой отчетностью следует понимать единую систему данных об элементах налоговых обязательств, а также сведений, обосновывающих и/или подтверждающих значения показателей отдельных элементов налоговых обязательств налогоплательщиков, составляемую на основе данных бухгалтерского и налогового учета по установленным формам и представляемую в установленном порядке в налоговые органы. Таким образом, в широком смысле налоговой отчетностью являются не только налоговые декларации, но и специальные расчеты, справки, пояснения к расчету, расшифровки показателей, связанных с исчислением налога, а также документы, представляемые в качестве обоснования значения этих показателей, например заявленных льгот [6].

Основываясь на приведенных выше положениях, можно предположить, что налоговая отчетность – это основополагающий метод одной из форм проведения налогового контроля, призванный выполнять контрольную функцию налоговой системы. Однако данное утверждение справедливо не для всех видов налоговых проверок, рассмотрим этот вопрос более подробно.

Полноправными, самостоятельными видами налоговых проверок, закрепленными в налоговом законодательстве как РФ (ст. 87 НК РФ), так и других стран, описанными учеными и практиками в литературе, являются камеральная и выездная налоговые проверки. Проведем их сравнительный анализ.

Камеральная проверка финансово-хозяйственной деятельности организации осуществляется за определенный период, выездная проверка – за совокупность периодов (в России действует ограничение три года), т. е. трудоемкость последней выше в три раза. Камеральная проверка проводится налоговыми служащими в рабочем режиме, в то время как выездная проверка требует решения руководства налоговой службы. На согласование данного решения требуется время, что увеличивает про-

должительность проведения налогового контроля. Выездная проверка проводится по месту осуществления хозяйственной деятельности предприятия. При этом деятельность проверяемого предприятия может быть нарушена (приостановлены отдельные процессы хозяйствования, парализована работа бухгалтерии и т. п.).

Налоговая служба может также столкнуться с некоторыми сложностями. Возможны ситуации, когда затраты на проведение налоговой проверки будут значительно выше суммы, которая будет доначислена в бюджет. Величина суммы доначисленных налогов и начисленных налоговых санкций в расчете на одного работника налогового органа будет не очень высокой, а иногда даже отрицательной. Интересен опыт Германии, где применяется система балльной оценки налоговых работников. В России существуют теоретические разработки балльной оценки работы налоговых инспекторов, однако в практической деятельности они применяются не всегда. Между тем оценивать влияние налоговой политики как на доходы бюджетной системы, так и на экономический потенциал налогоплательщиков, принципиально важно.

С нашей точки зрения, ключевое отличие камеральной проверки от налоговой состоит в том, что первая проводится главным образом на основе налоговой отчетности, тогда как вторая требует более глубоких сведений о ведении бухгалтерского учета. Таким образом, выездная проверка является процессом трудоемким, продолжительным и вызывает дополнительные расходы (можно прямо сказать – убытки) у обоих участников. Поэтому необходимы такие методы (рычаги, инструменты), которые позволят эффективно проводить камеральную проверку и отбирать предприятия, требующие более пристального внимания фискальных органов.

Подобное мнение высказывает и группа отечественных специалистов: «...наличие эффективной процедуры отбора налогоплательщиков для проведения налоговых проверок является абсолютно необходимым для рациональной организации системы налогового контроля. Только применение данной процедуры может обеспечить в условиях значительной нагрузки на специалистов налоговых органов макси-

мальную результативность проверок как с точки зрения произведенных по их результатам доначислений в бюджет, так и с точки зрения их профилактического воздействия на налогоплательщиков» [5].

И.М. Майорова считает, что «камеральные проверки как основная форма налогового контроля по охвату налогоплательщиков и видов налогов заслуживает особенного внимания в части поиска новых подходов и методик, особенно в целях всесторонней аналитической информации о налогоплательщиках и налоговых ресурсах» [1].

Для увеличения эффективности налогового контроля необходимо стремиться к тому, чтобы взаимоотношения налогоплательщика и соответствующего органа были партнерскими. В работе В.Н. Незамайкина справедливо отмечено: «...у метода партнерства есть важные преимущества, реализация которых позволит существенным образом повысить эффективность как налоговой системы, так и налогового администрирования. Это преимущество проистекает из того, что изначально метод партнерства ставит налогоплательщика в условия соучастника государства по формированию собственных налоговых отношений. Обязательным условием успешной реализации такого соучастия является понимание налогоплательщиком экономической сути как мероприятий налоговой политики, так и собственных действий по формированию налоговых отношений» [3].

В данном случае, возможно, существует необходимость пересмотра целей налогового контроля в РФ. В соответствии со ст. 87 НК РФ целью налоговых проверок является контроль за соблюдением налогоплательщиком, плательщиком сборов или налоговым агентом законодательства о налогах и сборах. Если обратиться к международному опыту, то, к примеру, в Германии целью проверок является «установление и оценка обстоятельств дела, имеющих существенное значение для налогообложения, а не для изыскания дополнительных налогов», в Канаде – «анализ проблемы уклонения от уплаты налогов, выработка рекомендаций по противодействию незаконной деятельности в сфере налогообложения».



Одна из проблем действующей налоговой системы состоит в том, что существующие формы деклараций перегружены отдельными показателями, расчетами, приложениями. Налоговая декларация должна быть предельно простой и понятной, а для небольших компаний ее объем не должен превышать одну страницу – такую задачу поставил Д.А. Медведев, будучи первым заместителем Председателя Правительства РФ.

Контролирующие органы тщательно следят и за правильностью, и за полнотой составления налоговой отчетности, и за своевременным ее представлением. Если юридическое лицо представляет неполную и неправильную налоговую отчетность, нарушает сроки ее подачи, то оно обязательно столкнется с рядом проблем, с которыми, впрочем, могут столкнуться и добросовестные налогоплательщики.

Перечень приведенных выше проблем далеко не исчерпывающий и может быть продолжен. Однако больший интерес представляет поиск путей выхода из сложившейся ситуации. С нашей точки зрения, часть проблемных вопросов можно решить посредством полноценного использования такого метода, как отчетность. Как отмечалось ранее, данный метод в большей степени присущ камеральной проверке, и направления его развития необходимо рассматривать именно в рамках этого вида налоговой проверки.

Налоговая отчетность организации является результатом кропотливой работы бухгалтера в течение отчетного периода, а затем не менее кропотливой работы налогового инспектора и требует максимальной сосредоточенности. Для подготовки налоговой отчетности разработаны различные программные продукты и другие автоматические средства обработки информации, но в любом случае необходима работа профессионалов в течение длительного времени, для того чтобы избежать проблем при сдаче отчетности в налоговые органы. На протяжении последних лет составление налоговой отчетности лишь усложняется, дополняясь новыми формами налоговой отчетности и требованиями налоговых органов. Причем происходит это настолько часто и неожиданно, что уследить за всеми изменениями и поправками участникам налоговых отношений становится очень сложно, а порой и практически невозможно.

Подводя итог исследованию, хотелось бы подчеркнуть, что налоговая отчетность выступает своеобразным лейтмотивом всех процедур налогового контроля и является основополагающим методом одной из форм проведения налогового контроля, призванным выполнять контрольную функцию налоговой системы. Развитие реформы налоговой системы государства невозможно без модернизации метода налоговой отчетности, который, с нашей точки зрения, еще не исчерпал все возможные пути совершенствования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Майорова, И.М.** Камеральные налоговые проверки как объект статистического исследования [Текст] / И.М. Майорова // Дайджест-Финансы. – 2007. – № 3(147)
2. **Налоги и налогообложение** [Текст] : учеб. пособие / под ред. Е.Б. Шуваловой. – М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. – 216 с.
3. **Незамайкин, В.Н.** Налоговая политика: состояние и перспективы [Текст] / В.Н. Незамайкин, И.Л. Юрзинова // Финансы. – 2009. – № 12.
4. **Пантюшов, О.В.** Мероприятия налогового контроля [Текст] / О.В. Пантюшов // Право и экономика. – 2009. – № 1.
5. **Попова, Л.В.** Налоговые системы зарубежных стран [Текст] : учеб. пособие / Л.В. Попова, И.А. Маслова, Ю.Д. Земляков и др. – М.: Финансы и кредит, 2007.
6. **Сапелкина, А.А.** Налоговая отчетность как инструмент налогового контроля : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10. – М., 2004. – 204 с. – 61 04-8/4052.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ АККРЕДИТАЦИИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ РОССИЙСКИМИ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ

Стабильность и динамичное развитие экономики любой страны во многом зависит от состояния банковского и страхового сегментов финансового рынка. Банки и страховые организации – финансовые институты с ярко выраженной социально-экономической ролью – осуществляют взаимодействие с большим количеством юридических и физических лиц, чье благосостояние во многом определяется успешной деятельностью этих структур.

Основу сотрудничества банков и страховых компаний составляет *банковское страхование*, представляющее собой страхование рисков, связанных с деятельностью банка, и обеспечивающее защиту его имущественных и финансовых интересов. Банк может выступать как страхователем, так и выгодоприобретателем по страховым продуктам.

Развитию системы аккредитации банками страховых компаний способствовало появление в 2004 г. Положения ЦБ РФ № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности», которое стимулирует оценку банком финансового положения страховой компании с целью определения возможности снижения резервов по кредитным операциям [1].

Аккредитация представляет собой механизм выбора компаний для сотрудничества. Ее основной целью является исключение финансово ненадежных и не подходящих под требования банка страховых компаний.

Страховщику аккредитация в банке дает возможность получить дополнительную площадку для продажи страхового продукта новому клиенту [2]. Клиенту страхование в надежной компании позволяет избежать расходов по возврату денежных средств банку при условии наступления страхового случая по кредитному договору.

Вопросы аккредитации банками страховых компаний в последние годы приобрели большую актуальность. Ситуация, когда банк может отказать заемщику, располагающему полисом крупной и надежной компании, имеющей соответствующую лицензию, но не имеющей аккредитации, привела к противоречиям между финансовыми институтами и их клиентами.

Рассмотрим существующие формы сотрудничества банка со страховыми компаниями:

1. *Эксклюзивная* форма означает, что банк сотрудничает с одной страховой организацией, требует страхования рисков только в этой страховой компании и не предоставляет заемщику права выбора. Заключение эксклюзивного договора является нарушением законодательства в сфере свободы конкуренции. Пользуясь эксклюзивным положением, компании предлагают заемщику чаще всего продукт с нерыночными условиями либо по стоимости, либо по качеству [1].

2. *Ограниченная* форма сотрудничества подразумевает, что банк сотрудничает с несколькими страховыми компаниями, предлагает заемщику перечень этих страховщиков и дает возможность выбрать компанию из предложенного перечня самостоятельно.

При ограниченной форме существует два варианта перечней страховых организаций – закрытый и открытый. Закрытый перечень означает, что заемщик может выбрать страховую организацию только из предложенного перечня, при этом иные страховые организации, даже удовлетворяющие требованиям банка, не могут быть в него включены [3]. Открытый перечень предполагает, что в случае, если заемщик изъявит желание застраховать свои риски в иной страховой организации, не входящей в предложенный перечень, банк может удовлетворить просьбу заемщика, если выбранная им компания будет соответствовать требованиям банка.



3. При третьей форме сотрудничества – *открытой* – банк не предъявляет к страховым организациям никаких требований и предоставляет заемщику возможность самостоятельно выбрать любую страховую организацию, которая будет страховать необходимые риски в соответствии с программой кредитования.

С точки зрения обеспечения конкуренции на страховом рынке оптимальной формой сотрудничества является открытая. В данной ситуации заемщик имеет возможность самостоятельно выбрать страховую компанию исходя из соотношения цена–качество. С другой стороны, страховые организации имеют возможность побороться за конкретного заемщика, предложив ему свои условия.

Однако на практике банки сотрудничают только с несколькими страховыми компаниями. Если клиент пожелает застраховаться в другой страховой компании, существует вероятность отказа в предоставлении кредита. Аналогичная ситуация складывается и при продлении договора страхования: если клиент решит сменить аккредитованного страховщика на неаккредитованного, то это автоматически будет вести к нарушению кредитного договора и может повлечь за собой требование банка о досрочном погашении всей суммы кредита или обращение о взыскании залога.

Банки объясняют необходимость ограничения числа страховых компаний, с которыми они работают, низкой надежностью многих страховщиков. Путем аккредитации страховых компаний банки пытаются минимизировать потенциальные финансовые риски. Процедура аккредитации позволяет удостовериться в реальности финансовых и прочих показателей деятельности страховой компании, избежать сотрудничества с сомнительными организациями.

В европейских странах страхование и кредитование имеют многовековую непрерывную историю, и практика предложения клиенту действительно рыночных условий там уже сложилась. На устоявшемся рынке вопрос надежности страховой компании не актуален ввиду серьезного пруденциального надзора за участниками финансового рынка. Поэтому банк понимает, что любая страховая компания,

десятилетия работающая на рынке, вернет ему деньги при наступлении страхового случая.

В России страховой рынок находится еще на стадии становления, поэтому вопрос надежности страховых компаний стоит достаточно остро. При наступлении страхового случая обязанность по выплате кредита переходит к страховой компании. Если она оказывается неплатежеспособной или недобросовестной, банк берет на себя риск неплатежеспособности страховщика.

Недостаточно качественная страховая составляющая кредитного продукта снижает общий уровень предоставляемой услуги и наносит ущерб репутации банка. Важен и уровень качества обслуживания в страховой компании – он не должен уступать уровню банка.

Клиенту также удобно получать все услуги в пределах банковского офиса или по рекомендации банка, без потерь времени на поиск надежного страховщика и выбор подходящей программы страхования. Имея достаточный опыт работы со страховыми компаниями, банк становится экспертом на этом рынке, к мнению которого прислушиваются клиенты.

Однако в поисках надежного партнера, с одной стороны, и с целью продвижения страховых услуг – с другой, финансовые учреждения забывают о конечном потребителе, для которого ограничивают выбор. Банк может предъявлять требования к выбору страховщика, который ради увеличения продаж своих продуктов согласен удовлетворить все «пожелания» банка, даже если они ухудшают условия для клиента. Наиболее уязвимую позицию в вопросе аккредитации страховых компаний имеет именно клиент.

Аккредитовывая узкий круг наиболее крупных страховых компаний, согласных на условия, выдвигаемые банком, кредитные организации оттесняют остальных игроков страхового рынка от выгодного и прибыльного бизнеса по страхованию кредитных сделок, что вызывает негативную реакцию и со стороны страховщиков [4].

Преимущества и недостатки системы аккредитации представлены в таблице.

Преимущества и недостатки системы аккредитации

Субъект отношений	Преимущества	Недостатки
Банк	Исключение финансово ненадежных компаний от страхования кредитных сделок; привлечение ресурсов за счет включения в условия аккредитации обязательного размещения депозитов страховой компанией или поддержания остатков на счетах; получение комиссионных доходов за счет осуществления банком агентских функций; возможность «подгонки» условий страхования под требования банка	Трудозатраты по сбору и анализу информации для аккредитации страховой компании (дальнейший систематический анализ)
Страховая компания	Увеличение продаж страховых продуктов за счет получения доступа к банковскому каналу распространения; возможность снижения общей убыточности страхования при работе с низкоубыточными видами банковского страхования (ипотечное, страхование жизни, имущества юридических лиц)	Отсутствие свободного доступа к страхованию кредитных операций банков; необходимость выплаты комиссионного вознаграждения банкам (комиссия банков обычно превышает размер комиссии, выплачиваемой частным агентам или брокерам), что приводит к дополнительным расходам; вмешательство банков в страховую деятельность, например в части требования об изменении стандартных условий страхования
Клиент	Возможность получения банковских и страховых продуктов в одном месте либо рекомендаций банков о надежных страховых компаниях; отсутствие необходимости проведения анализа финансового состояния страховой компании (за клиента это уже сделал банк)	Ограничение возможности самостоятельного выбора страховой компании; удорожание страхового продукта по сравнению с предложениями независимых страховщиков; потеря скидок, имеющихся в других страховых компаниях

Анализ практического опыта сотрудничества банков и страховых компаний позволил выделить возможные формы выбора банками страховых компаний в целях страхования кредитных операций:

1. Банк предлагает клиентам застраховать риски в любой страховой компании. В этом случае страховщики будут использовать два способа борьбы за клиента: раскручивание бренда или занижение страховых тарифов. Причем если первый способ будет доступен только компаниям, обладающим значительными свободными средствами для рекламы, то демпинг как наиболее простой метод конкурентной борьбы могут использовать любые страховые компании, в том числе не обладающие высокой платежеспособностью.

2. Разработка и принятие в виде законодательного нормативного акта критериев, по ко-

торым банки будут аккредитовать страховщиков, что позволит сделать механизм аккредитации более прозрачным и понятным.

3. Аккредитация банками страховых компаний по собственным критериям.

4. Организация банками открытых конкурсов, в которых могут участвовать любые страховые компании.

5. Использование рейтингов специализированных агентств. Опираясь на данные рейтингов, банки не допускают к работе с банками страховщиков с низкой надежностью. При этом любая страховая компания, которая сможет соответствовать требованиям, получает потенциальную возможность аккредитации. Рейтинговые оценки могут выступать также в качестве составляющей части конкурсной системы аккредитации.

Отсутствие законодательного регулирования процесса аккредитации банками страховых



компаний довольно часто приводит к нарушению действующих законов в сфере конкуренции. В этом случае Федеральная антимонопольная служба вынуждена воздействовать на участников рынка путем наложения различных санкций.

В России основным инструментом допуска страховщиков к страхованию банковских сделок является аккредитация по разработанным банками критериям, реже используются рейтинговые оценки специализированных агентств.

Требования к аккредитации могут отличаться в зависимости от вида кредитного продукта, который будет обслуживать страховщик. Например, при выдаче ипотечных кредитов банки предъявляют повышенные требования к компаниям-партнерам, что связано с высокими рисками данного продукта.

Для оценки финансового состояния страховых компаний и сопровождения совместных операций целесообразно создание в банках специальных отделов по работе со страховыми компаниями.

Важная роль отводится службе безопасности банка, которая выявляет негативные случаи в работе страховщика с клиентами. Юридическое подразделение привлекается на стадии анализа юридических документов страховой компании, при согласовании типовых форм договоров страхования, договоров о сотрудничестве, агентских договоров.

После подготовки всех необходимых заключений в соответствии с утвержденными внутренними требованиями банка решение об аккредитации компании или отказе в сотрудничестве направляется на утверждение руководителю курирующего подразделения либо руководителю банка.

Для регулирования объема рисков по страхованию кредитных сделок рекомендуется на каждого партнера-страховщика устанавливать лимиты.

Схема аккредитации страховой компании банком представлена на рисунке.

Взаимоотношения между банком и страховой компанией регулируются на основе заключаемого между ними договора (соглашения)

о сотрудничестве или агентского соглашения, которые в течение 14 рабочих дней с момента подписания обеими сторонами должны быть представлены в антимонопольные органы для оценки возможных нарушений в сфере свободы конкуренции.

Необходимо отметить, что банки отдают приоритет компаниям, которые давно представлены на рынке, имеют широкую сеть подразделений и положительную репутацию. Страховые компании могут обеспечить себе дополнительные преимущества за счет предложения о создании совместных интегрированных продуктов, обмене клиентскими базами, совместном обслуживании клиентов, льготном страховании банковских рисков и т. д.

Менее трудоемкая форма выбора банком компаний-партнеров – использование рейтинга экспертных агентств. В этом случае банк существенно сокращает трудозатраты благодаря отсутствию необходимости анализа деятельности страховой компании – за банк это делает рейтинговое агентство. Соблюдается и принцип конкуренции – любой страховщик может обратиться за получением рейтинга. Среди рейтинговых агентств, представленных на рынке, можно выделить иностранные (например, S&P, Moody's, Fitch) и российские (например, «Эксперт РА», «Национальное рейтинговое агентство», «Рус-Рейтинг»).

Сдерживающим фактором данной формы выбора страховщиков является то, что не все потенциально надежные страховые компании проходят процедуру рейтингования. Более активное использование банками рейтинговых оценок будет стимулировать страховые компании к получению рейтинга.

Для создания конкурентных условий и, соответственно, снижения тарифных ставок по страхованию кредитных сделок, а также предоставления клиентам более широкой возможности выбора считаем необходимым увеличение числа страховых компаний-партнеров банков до 40–50. Увеличение количества уполномоченных компаний в треугольнике банк–клиент–страховая компания сформирует систему взаимодействия, которая будет выгодна всем трем сторонам.

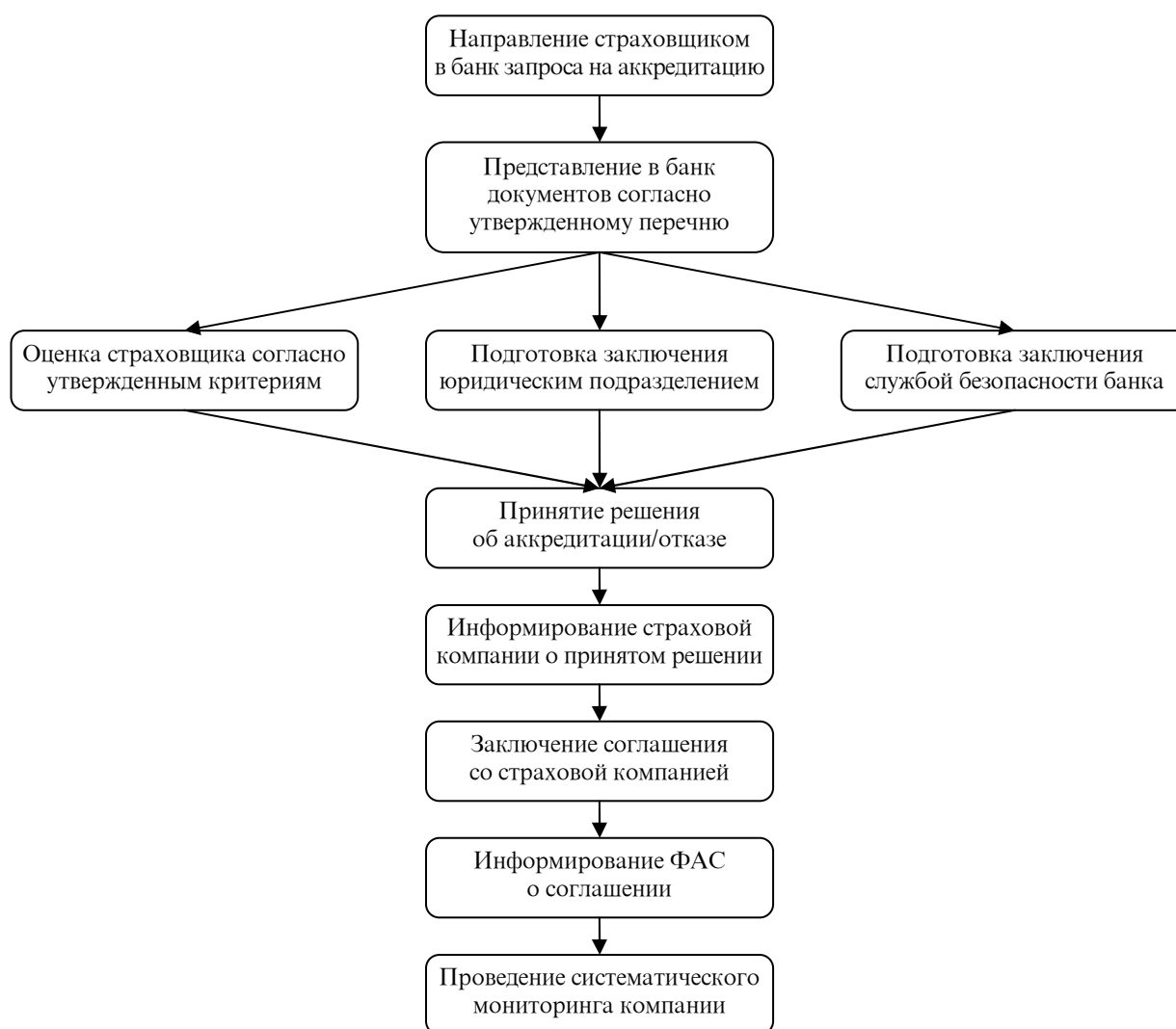


Схема аккредитации банком страховой компании

Банк, с одной стороны, формирует список наиболее надежных страховых компаний и работает с ними, не опасаясь за сохранность залога. С другой стороны, сокращается вероятность того, что ранее застрахованное имущество, которое предлагает клиент в качестве залога, будет иметь полис неаккредитованной при банке страховой компании. Это обстоятельство не менее важно и для клиента, которого банк не вынуждает тратить деньги и время на заключение нового договора страхования.

Кроме того, если закладываемое имущество страхуется впервые, цена такого страхования для клиента будет скорректирована конкуренцией,

возникающей внутри довольно широкого круга аккредитованных страховых компаний, среди которых появление ценового сговора маловероятно.

Страховая компания получает новый канал сбыта своих продуктов и новый сегмент их потребителей. Она участвует в ценовой конкуренции только внутри своей стратегической группы по конкретному каналу сбыта, избегая тарифной гонки, которая навязывается ненадежными страховыми компаниями.

В целом, процедура аккредитации оказывает положительное воздействие на всех участников, вовлеченных в данный процесс. Несмотря на сложности ее прохождения, она является допол-



нительной гарантией высокого качества услуг страховой компании. При этом отказ от практики аккредитации страховых компаний может увеличить риски и стоимость кредитных продуктов для клиентов.

Сложившаяся в России ситуация показывает, что требования банков к страховым компаниям зачастую формальны и не учитывают интересов клиента. Это приводит к обратному результату – ограничению конкуренции, завыше-

нию стоимости страховых услуг и снижению их качества [1].

Процесс аккредитации должен осуществляться в рамках правового поля, соблюдению которого должны способствовать уполномоченные государственные органы, а также регуляторы банков и страховых компаний. В этом случае система аккредитации будет открытой, понятной и взаимовыгодной как для финансовых институтов, так и для их клиентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Бондарева, Ю.Э.** Принцип «добровольности» (ФАС интересуется банками и страховщиками) [Электронный ресурс] / Ю.Э. Бондарева. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/comments/443/>

2. **Дорошенко, О.** Аккредитация страховых компаний банками. Что к чему [Электронный ресурс] / О. Дорошенко, Е. Артюхов. – Режим доступа: <http://tristar.com.ua/>

3. Конкурентные аспекты взаимодействия банков

и страховщиков [Электронный ресурс] : [справка к совместному заседанию Экспертных советов ФАС России и Росстрахнадзора] / Федеральная антимонопольная служба. – Режим доступа: http://www.fas.gov.ru/clarifications/clarifications_18224.html/

4. **Чернышева, М.** ФАС уполномочена заявить [Электронная версия] / М. Чернышева // Эксперт. – 2006. – № 22. – Режим доступа: <http://www.credits.ru/articles/3476/>

УДК 336

И.А. Зангиева

КРЕДИТНЫЕ ДЕРИВАТИВЫ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ РИСКОМ

Интернационализация мировых финансовых рынков, изменения в их структуре, сопровождаемые масштабными кризисными явлениями в экономике ряда государств, способствуют поиску новых, нетрадиционных механизмов и способов защиты от кредитного риска с помощью производных финансовых инструментов, получивших название кредитных деривативов [1].

С момента своего появления кредитные деривативы не торговались на организованных торговых площадках, а являлись частью внебиржевого рынка деривативов. И хотя вплоть до настоящего времени доля рынка кредитных деривативов относительно невелика, дина-

мика его роста значительно опережает рост рынка производных финансовых инструментов в целом.

Попытаемся разобраться с понятием «кредитные деривативы». Согласно определению Федерального комитета по банковской деятельности Германии (BAKred), приведенному в положении № 10/99, кредитные деривативы «представляют собой инструменты..., целью которых является передача кредитного риска, присутствующего в кредитах, облигациях или других рискованных активах или рыночных позициях, третьей стороне, действующей как продавец защиты. Отношения заемщика и кредитора или так называемого покупателя защиты (передаю-

шая кредитный риск сторона) данной сделкой никак не меняются».

С правовой точки зрения кредитный дериватив представляет собой двустороннее контрактное соглашение. Двусторонний характер сделки проявляется в том, что ее участниками являются только продавец и покупатель защиты, в общем случае именуемые контрагентами сделки с кредитным деривативом. Сторона, которая передает риски, именуется покупателем защиты (protection buyer), а сторона, которая предоставляет защиту от этих рисков, – продавцом защиты (protection seller).

В процессе осуществления сделки с кредитным деривативом объектом передачи является кредитный риск, присущий базисному активу. В качестве базисного актива в данном случае выступают исключительно различные виды кредитных активов, т. е. облигации, кредиты, дебиторская задолженность, финансовый лизинг и иные обязательства. Часто базисным активом является не отдельный кредит или ценная бумага, а портфель, включающий множество различных типов обязательств.

Важная особенность кредитных деривативов – механизм передачи риска: в отличие от традиционных инструментов передача кредитного риска при помощи кредитного дериватива происходит в форме «опосредованного хеджирования», т. е. не в форме страховой защиты от наступления определенных неблагоприятных событий, а в форме срочного договора купли – продажи кредитного актива [2]. Срочность «основана на протяженности (сдвиге) во времени заключения и исполнения сделки и расчетов по ней» [3].

Первым официально признанным маркет-мейкером рынка кредитных деривативов стал банк Bankers Trust, заключивший сделку с кредитными дефолтными свопами (credit default swap, CDS) в 1992 г. Однако понятие рынка стало правомерным применять после того, как в 1993 г. Bankers Trust и Credit Swiss Financial Products (CSFP) приступили в Японии к продажам нот, стоимость которых при погашении зависела от конкретных событий, связанных с возможным дефолтом. Продажа дефолтных

нот была методом страхования от кредитного риска для обеих организаций. Bankers Trust выплачивал по выпущенным им нотам спрэд к LIBOR в размере 0,8–1 %. С 1992 г. такие продукты – свопы полной доходности и кредитно-дефолтные свопы – стали использоваться и другими крупными американскими банками.

К собственно кредитным деривативам следует отнести форварды, свопы, опционы, индексные инструменты.

Значительный рост кредитных деривативов наметился за последние 8–10 лет. Так, по различным оценкам объем рынка кредитных деривативов в 1998 г. составлял примерно 350 млрд долл., а в 2000 г. – уже около 1 трлн долл., перед кризисом в 2006 г. более 50 трлн долл. приходилось только на CDS.

Быстрый темп роста рынка кредитных деривативов связан с тем, что их использование для страхования кредитных рисков имеет ряд преимуществ:

- это инструменты расчетов, т. е. при наступлении кредитного или рискованного события продавец защиты осуществляет немедленный платеж покупателю защиты в размере, определенном при заключении сделки;
- они позволяют диверсифицировать риски по активам, регионам, отраслям, срокам, рынкам;
- хеджируют риски в течение всего периода действия базового актива (в отличие, например, от договора страхования, заключаемого на фиксированный срок);
- компания, выступающая в роли заемщика, не участвует в заключении договора, а банк и сторона, покупающая риск, не обязаны уведомлять ее о заключении сделки;
- в применении деривативов заинтересована и компания-заемщик, так как при возникновении у нее трудностей и задержек платежей банк, получивший платеж по деривативному контракту, с большей вероятностью пойдет на переговоры о реструктуризации долга, чем при инициируемом банкротстве компании;
- являясь для банка забалансовыми финансовыми инструментами, кредитные деривативы позволяют перенести риски на другую сторону



без перехода права собственности на подверженный риску актив;

– документация, необходимая для проведения операций с кредитными деривативами, унифицирована Международной ассоциацией дилеров по свопам и деривативам (ISDA) [4].

Однако несмотря на множество плюсов, динамичное развитие рынка кредитных деривативов сегодня вызывает все большие опасения у мирового экономического сообщества: резкое увеличение операций на макро- и на микроуровне совместно с позитивным влиянием несет множество угроз.

Последние события, произошедшие на мировом финансовом рынке, – банкротство крупнейших инвестиционных банков США Bear Stearns и Lehman Brothers, продажа Merrill Lynch банковскому холдингу Bank of America, едва не состоявшееся банкротство страхового гиганта American International Group (AIG) – только подтверждают данный факт [2].

Рост торговли кредитными деривативами, которые призваны переносить кредитный риск по банковским портфелям и долговым ценным бумагам, способствует переходу части кредитного риска с банков на другие институты, в основном на страховые компании. Такое развитие имеет как позитивные, так и негативные последствия. С одной стороны, как отмечалось, использование кредитных деривативов для диверсификации кредитных портфелей банков позволяет снизить уязвимость банков в отношении системных рисков. Более того, возможность передачи кредитного риска третьему лицу позволяет банкам страховать кредитный портфель и избегать риска невозврата кредита. По мнению ряда специалистов кредитные деривативы способствуют преобразованию мирового кредитного рынка, изменению механизмов установления цен, методов купли-продажи, управления и структуры этого рынка, существенно повышают ликвидность и прозрачность кредитных операций.

С другой стороны, использование этих инструментов усложняет ведение банком мониторинга состояния кредитной задолженности и возможности ее реструктуризации. Страховые компании, приобретающие кредитные риски, не обладают достаточным капиталом, что-

бы противостоять системным кризисам на кредитном рынке. Сторонники этой позиции вполне обоснованно заявляют, что на микроуровне деривативы еще можно рассматривать как инструменты, стабилизирующие экономику, способствующие развитию торговли и сокращению риска для индивидуальных участников. Однако на макроуровне ситуация опасна. Большие размеры риска, в основном кредитного, концентрируются в руках нескольких дилеров, которые торгуют между собой (26 % внебиржевых деривативов приходится на пять коммерческих банков США, а лидер рынка J.P. Morgan Chase при капитале в 133 млрд долл. держал 90,4 трлн долл. деривативных контрактов, т. е. свыше 10 % от общего мирового количества). Таким образом, проблема возникает быстро и распространяется по принципу «домино» [5].

К лету 2008 г. совокупная масса финансовых контрактов (она же мировая финансовая система) оценивалась в сумму около квадриллиона (миллион миллиардов) долларов, или 15–17 мировых ВВП. Система состояла из двух неравных частей – первичных инструментов и деривативов. На первичные инструменты (облигации, банковские ссуды, акции, паи и т. д.) приходилось 150–200 трлн долл., на производные от них деривативы (без учета производных от валюты, драгметаллов и биржевого сырья) – 750 трлн долл. по номиналу. Объем производных, вторичных контрактов превышал объем первичных не менее чем в четыре раза, составляя около 80 % от общего объема, и в свою очередь состоял из 77 трлн долл., торгуемых на бирже, и 684 трлн долл. внебиржевых.

Причина острейшего кризиса финансовой системы состоит в том, что ее размер стал запредельным. Необходимо предотвратить возможность нового бесконтрольного роста деривативной массы. Это достижимо, если каждый выпускаемый инструмент и контракт будет, во-первых, где-то зарегистрирован и, во-вторых, резервирован. Нормативы резервирования должны прогрессивно повышаться, с тем чтобы производные, начиная с третьей, четвертой и других степеней, были дороги держателю. Речь идет о том, что на той ступени, когда про-

цесс разрастания деривативов становится системно опасным, цена владения должна обесмыслить желание ими владеть [6].

Одной из главнейших задач регуляторов должно быть возвращение финансовой системе разумного и оптимального размера. Финансовая система поглотила всю предоставленную правительствами ликвидность, эти деньги вылились на рынки активов, но до реальной экономики почти нигде в мире не дошли [7].

Весьма своевременны как в текущем периоде, так и долговременном плане, меры, направленные на увеличение прозрачности. Требуется более полное раскрытие информации о рынке деривативов, повышение требований к надежности базисных активов, лежащих в их основе.

Не случайно участники саммита G-20, состоявшегося 16–17 ноября 2008 г. в Вашингтоне, призвали повысить прозрачность рынка сложных финансовых инструментов, включая свопы CDS, ужесточить требования к раскрытию информации о них, создать торговые платформы или специальные центральные клиринговые структуры, деятельность которых будет регулироваться и контролироваться, поскольку такие финансовые инструменты торгуются на внебиржевом рынке [8].

Единый клиринговый центр позволит регулировать объемы и цены контрактов, а также снижать риски между участниками торговли. Американские трейдеры уже с марта 2009 г. начали осуществлять централизованный клиринг кредитных свопов. В апреле более 2000 банков – хедж-фондов и управляющих подписали так называемый протокол «Большого взрыва», нацеленный на упрощение и создание более прозрачной процедуры взаимозачета, а также уменьшение количества контрактов с производными инструментами на рынке [9]. Ожидается, что эти меры помогут снизить риски контрагентов.

Несмотря на все ужасные последствия, принесенные кредитными деривативами на мировой финансовый рынок, остановить их дальнейшее развитие невозможно. Большинство опрошенных экспертов настроены умеренно оптимистично на продвижение кредитных деривативов на российском рынке.

В условиях необходимости кредитования реального сектора экономики с ростом кредитных рисков потребность в использовании инструментов срочного рынка все более увеличивается. Инструмент действительно востребован и удобен.

В конце ноября 2008 г. президиум Кабинета министров РФ одобрил проект стратегии развития финансового рынка России до 2020 г., а 5 февраля 2009 г. Правительство РФ в целом одобрило концепцию создания Международного финансового центра (МФЦ) в России. В этих документах предусмотрено: во-первых, увеличение емкости финансового рынка Российской Федерации за счет эмиссии новых ценных бумаг и снижения административных барьеров при выпуске акций и облигаций; во-вторых, использование комплекса мер развития инфраструктуры фондового рынка, в том числе формирование прозрачных и высококапитализируемых торговых площадок; в-третьих, формирование в России по-настоящему массового класса розничных инвесторов путем создания в том числе компенсационных схем, способных обеспечивать защиту интересов граждан при недобросовестном поведении участников рынка. Все эти меры позволят, по мнению членов Кабинета министров РФ, заложить основу для создания на территории России мирового финансового центра как стратегического ресурса для поступательного социально-экономического развития [10].

Итак, для того чтобы кредитные деривативы стали реальными инструментами страхования кредитных рисков в России и отечественные банки могли использовать накопленный мировой опыт применения этих инструментов, необходимо определить, на наш взгляд, следующие основные шаги направления развития российского рынка кредитных деривативов:

1. Необходимо адаптировать определения Международной ассоциации по свопам и дериватам (ISDA) к российскому законодательству на уровне подзаконных актов Федеральной службы по финансовым рынкам.

2. Следует изменить стратегию работы хедж-фондов, в том числе на российском рынке. Например, принятый в июле 2010 г. в США закон



о финансовой реформе требует от хедж-фондов с активами свыше 150 млн долл. регистрироваться в Комиссии по ценным бумагам и биржам, нанять или выделить в своей структуре работника для проверки выполнения требований регулятора и документировать данные об открытых позициях и привлеченных заемных средствах [11]. Предложения о регулировании деятельности хедж-фондов в ЕС также направлены на усиление надзора и установление лимитов по привлеченным средствам.

3. Необходимо разработать в рамках новых стандартов Базельского комитета по банков-

скому надзору (Базель III) нормативных документов, ограничивающих возможность использования кредитных деривативов с целью уклонения от требований к уровню достаточности капитала.

4. Ускорить образование центрального контрагента на российском рынке ценных бумаг или хотя бы предусмотреть создание централизованной специализированной информационной системы, охватывающей все субъекты сделок с кредитными деривативами, с целью точной оценки объемов данного рынка и его эффективного мониторинга.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Управление банковским кредитным риском [Текст] : учеб. пособие / С.Н. Кубушкин. – 4-е изд. – Минск: Новое знание, 2007. – С. 299, 300.
2. Дубовник, В.В. Понятие и классификация кредитных деривативов [Текст] / В.В. Дубовник // Финансы и кредит. – 2009 – № 1 (337) – С. 40–43.
3. Рынок кредитных деривативов [Текст] / А.В. Кавкин. – М.: Экзамен, 2001. – С. 23.
4. Часовская, А.С. Кредитные деривативы как инновационный инструмент управления кредитным риском [Текст] / А.С. Часовская // Банковское дело. – 2010. – № 2. – С. 74, 75.
5. Милокова, Г.А. Кредитные деривативы как способ регулирования кредитного риска [Текст] / Г.А. Милокова // Бизнес и банки. – 2004. – № 12. – С. 4, 5.
6. Шербаков, М. Сумма кризисов [Текст] / М. Шербаков // Россия в глобальной политике. – 2009. – № 6. – С. 100–105.
7. Тулайков, Н. «Опасные» деривативы: проблемы, решения [Текст] / Н. Тулайков // Финансы и кредит. – 2009. – № 26. – С. 39, 40.
8. Ермолаев, К.Н. О роли деривативов в формировании предпосылок современного кризиса [Текст] / К.Н. Ермолаев // Экономика и управление. – 2009. – № 3. – С. 76, 77.
9. Глобальный финансовый кризис и регулярная среда банковской деятельности [Текст] // Финансовая аналитика. – 2010. – № 3(27). – С. 18.
10. Татарник, А.И. Мировой финансовый кризис и возможности реального сектора российской экономики [Текст] / А.И. Татарник // ЭСНР. – 2010. – № 1(48). – С. 70.
11. Суэтин, А. Структурный расцвет финансовых рынков [Текст] / А. Суэтин // Вопросы экономики. – 2010. – № 12. – С. 68.

ПОТЕНЦИАЛ ДЕВЕЛОПЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Для муниципального образования, относящегося к районам Крайнего Севера, развитие своей территории в форме девелопмента связано с некоторыми особыми затруднениями, такими, как климатические особенности, административные барьеры, отсутствие капитальных вложений в развитие инфраструктуры и т. п. Обычно это проявляется в снижении интереса к приобретению земельных участков как объектов наращивания капитала собственника. В девелопменте наращивание капитала обусловливается многими факторами, в том числе и инвестиционным потенциалом собственника земельного участка или потенциалом развития территории. Девелоперская деятельность, на наш взгляд, предполагает наличие определенного потенциала территории (в виде возможностей эффективного использования) и девелоперской активности реализации этих возможностей.

Девелоперская деятельность как вид предпринимательской деятельности характеризует территориальный аспект реализации капитальных вложений. Такой бизнес реагирует на изменения в технологии, экономике, архитектуре, законодательстве, социальной сфере и зависит от складывающейся на данной территории социально-экономической ситуации в демографии (прожиточный уровень населения, миграция, отсутствие профессионально подготовленных кадров и др.). Инвестиционное развитие территорий Дальнего Востока, например, в значительной степени зависит от привлекаемого капитала. При этом привлекательность территории экспертное агентство для капитала представляет рейтинговым показателем «инве-

стиционный потенциал» [1]. Это понятие согласуется с энциклопедическим понятием «источник». Инвестиционный потенциал рассматривают как источник социально-экономического развития территории. Обычно понятие «инвестиционная привлекательность» хозяйственной системы большинство авторов публикаций рассматривают как обобщенную характеристику совокупности социальных, экономических, организационных, правовых, политических, социально-культурных предпосылок, вызывающих интерес к ее инвестированию. При этом инвестиционная привлекательность представляется в виде инвестиционного потенциала и инвестиционного риска [2]. «Инвестиционный потенциал» и «социально-экономический потенциал» в таких публикациях интегрально представляют, как правило, одинаковой совокупностью одних и тех же характеристик определенной территории. Поэтому при оценке инвестиционной привлекательности данные понятия, как правило, по своей сути почти не различают. Сама инвестиционная привлекательность территории отличается от социально-экономического потенциала лишь добавлением к ней риска потери капитала. Синонимом социально – экономического потенциала можно считать понятие «ресурсы муниципального образования», представляющие «совокупность материальных и нематериальных возможностей территории муниципального образования, реализация которых отнесена к муниципальной компетентности законом» [3].

Значительная часть потребностей и нужд территории удовлетворяется при использовании



капитальных вложений, т. е. реальных инвестиций, роль которых трудно переоценить. Но в целом инвестиционный потенциал, на наш взгляд, не может подменять социально-экономический. Подмена понятий размывает методологическую значимость и затрудняет применимость теоретико-методологических предпосылок, формирующих парадигму «инвестиционный потенциал муниципального образования». При такой трактовке понятий можно отметить повышенный интерес работников муниципального образования к инвестициям «со стороны» и инертность или нежелание к выявлению собственных инвестиционных возможностей.

Выяснение сущности инвестиционного потенциала зависит от многих обстоятельств и в частности от мотивации участников инвестиционного процесса. Инвестиционный потенциал (I_n) с позиций инвестора можно представлять как совокупность возможностей в наращении имеющегося капитала. Инвестор может рассматривать инвестиционный потенциал как величину собственных или заемных средств, которая мобилизуется для реальных инвестиций, т. е. капитальных вложений, обеспечивающих наращение собственного капитала. Здесь просматривается маркетинговый аспект потенциальных возможностей выгодно вложить денежные средства, инвестируя их в развитие территории.

Целевой характер инвестиций для муниципального образования значительно расширяется. Ставится не только проблема наращения капитала за счет прибыли, но и в первую очередь проблема удовлетворения потребностей населения. Дело в том, что рынок в отдельных случаях оказывается неспособным обеспечить производство определенных товаров – так называемых общественных товаров, особенно таких, где предельные издержки на их производство не зависят от количества потребителей. В соответствии с Федеральным законом «О местном самоуправлении» муниципальному образованию вменяется в обязанность забота об инвестиционном развитии и содержании таких объектов. Например, п. 5 ст. 16 гласит, что к вопросам местного значения относится «содержание и строительство автомобильных дорог общего пользования, мостов и иных транспортных инженерных сооружений в границах городского

округа, за исключением автомобильных дорог общего пользования, мостов и иных транспортных инженерных сооружений федерального и регионального значения» [4].

С позиций территории муниципального образования как развивающейся социально-экономической системы инвестиции – это финансовый инструмент потенциальных возможностей, во-первых, наращения, привлечения и, во-вторых, использования капитала для развития производства и повышения комфортности проживания населения. Первое повышает занятость и благосостояние население, второе – формирует привлекательную жилищную сферу развития поселения. Такие возможности в основном определяются совокупностью инвестиционных ресурсов данной территории (P_n), наличием рабочих кадров (K_p), способных их использовать, а также активностью инициативных творческих усилий предпринимателей – (P_x), связанных с вовлечением инвестиционных ресурсов в капитальное строительство, что концептуально, в аспекте производственной функции, можно представить как $P_x P_n = y^{ef}$.

Перечисленные компоненты можно также рассматривать как частные потенциалы, в совокупности представляющие несколько расширенный инвестиционный потенциал территории, который нам представляется как потенциал инвестиционно-строительного комплекса.

При оценке творческого потенциала персонала предприятий, а также наиболее активной части населения – предпринимателей важен не только общий инновационный уровень развития науки и внедрения достижений научно-технического прогресса на данной территории, но и предприимчивость в их использовании для развития конкретного вида основных фондов, обеспечивающих жизнеспособность данной территории.

Обозначенные здесь ориентиры указывают на необходимость учета при оценке реального потенциала освоения инвестиций муниципального образования прежде всего производственных возможностей инвестиционно-строительного комплекса и влияние фактора повышения эффективности средств производства с течением времени. Для муниципального образования значение потенциала инвестиционно-строительного комплекса определяется возможностями территории

ального развития. Его наличие необходимо для функционирования поселения, для обновления основных фондов, стабильности и роста доходов населения, а также для поддержания комфортности жилищной сферы, не вызывающей оттока проживающих на данной территории людей. Потенциал инвестиционно-строительного комплекса можно рассматривать как главный индикатор «здоровья муниципального образования». Это потенциал, в какой-то степени показывающий, как необходимо поддерживать непрерывную циркуляцию финансовых средств при обновлении и развитии основных фондов, финансирующих капитальные вложения.

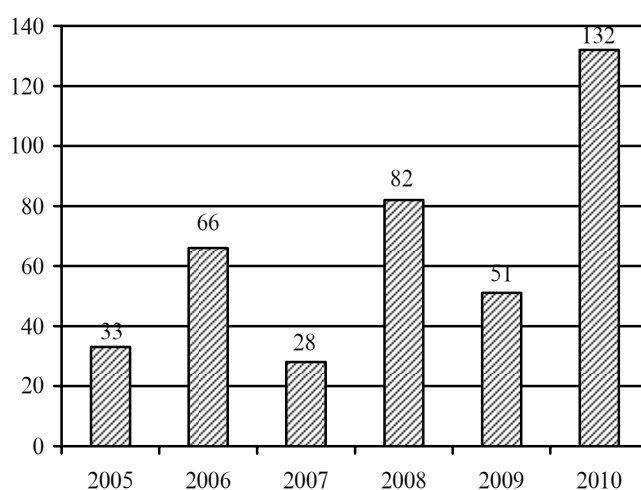
При диагностике потенциала отдельная проблема – распознавание мотивации инвесторов. И здесь необходимо конкретно рассматривать и выявлять с маркетинговых позиций и с использованием маркетинговых исследований индикатор доверия инвестора к данной территории. Нельзя также упускать из виду и модель мотивации населения муниципального образования, в частности мотивационное стремление людей вкладывать собственные сбережения в инвестиционное развитие территории.

Из представленной нам администрацией города Комсомольска-на-Амуре официальной информации о предоставлении земельных участков для индивидуального жилищного строительства с 2005 по 2010 гг. мы видим значительное увеличение спроса на земельные участки для

дальнейшей застройки под индивидуальное жилье. Так, количество выделенных участков под индивидуальное жилищное строительство: 2005 г. – 33, 2006 г. – 66, 2007 г. – 28, 2008 г. – 82, 2009 г. – 51, 2010 г. – 132 (см. также график).

Снижение спроса на участки под индивидуальное строительство в 2009 г. объясняется кризисом предыдущего года.

Эффективному использованию потенциала девелоперской деятельности способствуют рыночные возможности потребителей, которые увязаны с производственными способностями предприятий по удовлетворению их потребностей. Таким образом, генерируется возникновение производственных и рыночных отношений в системе *производитель – потребитель*. При этом возникает интегрированная технологическая система баланса экономических интересов с взаимоувязанным роторным движением оборотного капитала нескольких предприятий, где технологическая интеграция, обусловленная партнерскими отношениями, возникает в связи с реализацией договорной продукции, а также в части выгодных ее поставок. В жилищном строительстве, например, важное значение приобретает определение особенностей и динамической характеристики экономических интересов интегрированных предприятий, обуславливающих наиболее полное использование и развитие производственного потенциала девелоперской деятельности [5].



Выделенные под индивидуальное строительство участки (2005–2010 гг.)



Известно, что динамика характеризует ход развития, изменения какого-то нового явления общественного развития. Экономические интересы, с одной стороны, оказывают влияние на динамику интегрированного взаимодействия предприятий, с другой – формируются под ее влиянием. Побудительные мотивы, инициируемые экономическими интересами, реализуются через динамику производственных возможностей интегральной системы для достижения поставленной конечной цели.

Итак, девелопмент, или девелоперская деятельность, означает целенаправленное освоение территории, что предполагает оформление предложения участков на рынке земли под комплексное развитие жилья. В Европе, где рынок

земли существует давно, в роли девелопера обычно выступает коммерческая структура. В России функцию первичного девелопера в некоторых регионах должно взять на себя государство, например заселение территорий Хабаровского края и Дальнего Востока в целом. При этом государство обладает эффективными механизмами в этой сфере (административный ресурс, прокладка коммуникаций, изменение статуса территории). Использование государственных ресурсов и инструментов позволит значительно быстрее использовать потенциал девелоперской деятельности. К тому же участие государства в девелопменте территорий позволит значительно снизить стоимость вновь возводимого жилья для потенциальных покупателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Эксперт Юг [Текст]. – 2011. – № 1-4 (143).
2. **Корчагин, Ю.А.** Региональная финансовая политика и экономика [Текст] / Ю.А. Корчагин. – Ростов н/Д.: Феникс, 2006. – 284 с. – (высшее образование).
3. **Зотов, В.Б.** Муниципальное управление [Текст] : учеб. для вузов / В.Б. Зотов, З.М. Макашева. – М.: Юнити-Дана, 2003. – 279 с.
4. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации (Закон о МСУ) [Текст] : федер. закон РФ № 131-ФЗ от 06.10.2003 г. // СЗ РФ. – 2003. – № 40. – Ст. 3822.
5. **Баженова, В.В.** Повышение производительной силы труда при инновационных преобразованиях экономического потенциала предприятий (диагностический подход) [Текст] : моногр. / В.В. Баженова; под общ. ред. д-ра экон. наук, профессора В.П. Баженова. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2010. – 350 с.

УДК 330.101

Д.П. Русинов

МОНОПОЛЬНАЯ ВЛАСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В УСЛОВИЯХ ЛОКАЛЬНОГО РЫНКА

Усиливающаяся конкуренция вследствие увеличения плотности рынка за счет роста числа фирм заставляет предпринимателей выстраивать свою деятельность с учетом динамично меняющихся условий. Важными факторами, определяющими их жизнеспособность, являются скорость реакции, а также способность приспособливаться к новым рыночным реалиям.

Конкурентная борьба за выживание, близость и зависимость от покупателей и поставщиков, необходимость непрерывно думать о снижении расходов не дают возможности замедлить свое развитие.

В соответствии с задачей предпринимательства использование имеющихся ограниченных экономических ресурсов с наибольшей эффек-

тивностью (в условиях большой подвижности рынков под воздействием нестабильности в мировой экономике, при снижении совокупного уровня расходов, в отсутствии предпосылок для реализации дарвиновской идеи борьбы каждого против всех) – это фактор не только выживания, но и стабильного развития фирмы.

Экономическое поведение индивида определяется как внешними по отношению к нему условиями, так и той средой, в которой он существует. Чем больше будет сужаться его поле деятельности, тем больше шансов оказаться в окружении материальной жизни. В соответствии с этим в процессе изучения поведения предпринимателя в экономическом аспекте необходимо определить, какими экономическими критериями он руководствуется в выборе места размещения своего бизнеса, ищет ли он рынок, проникает ли на него или пользуется уже сложившимся рынком, так как тот соответствует его представлениям о месте, где можно получить максимальную прибыль. А поскольку стремление бизнеса к монопольной власти очевидно, то необходимо также выяснить, каким образом соотносится уровень конкретного предпринимательства с типом монополизируемого рынка.

На локальном рынке, который существует везде как место и как механизм взаимодействия продавцов и покупателей, предприниматель или лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность от чьего-либо имени, находится ближе к клиенту, представляя деятельность компании на внешнем для нее рынке и придавая динамику ее деятельности. Наличие непосредственной обратной связи с потребителями товаров и услуг позволяет незамедлительно принимать корректирующие текущую деятельность решения, так как мобильность принятия решений является важнейшим фактором успешной работы.

Для правильной постановки дела необходимо наличие всеобъемлющей информации о потребностях потенциальных покупателей, что позволяет компании максимизировать свою прибыль, которая, в свою очередь, выступает в роли гарантии безопасности бизнеса, особенно на его первоначальном этапе, когда он наиболее уязвим. И ориентиром для организации

нового дела служит цена как наиболее объективный фактор, характеризующий заинтересованность покупателей в товаре.

В соответствии с этим, предпринимателем подбирается место, где возможно получение максимальной цены за предлагаемый продукт. Если для предпринимателя эта цена максимальна в данной местности, то для рынка она может быть средней, потому как с учетом информации, к которой имеют доступ все участники обмена, существует тенденция к установлению единой цены на примерно одинаковые товары во всех сделках, совершаемых на обширных территориях [15, с. 215]. Но при этом в каждом конкретном случае цены разнятся [13, с. 177], и то место, где цена на предлагаемый предпринимателем товар выше, является для него «точкой прибыли».

Задача предпринимателя, как уже отмечалось, заключается в использовании факторов производства с наибольшей выгодой, т. е. размещение их в таких точках производства, где они обладают наивысшей ценностью: по возможности там, где нет потенциальных конкурентов и где потребность в продукте столь велика, что спрос на нее абсолютно не эластичен. Наилучшим вариантом для предпринимателя будет работа в области цен, где эластичность спроса меньше единицы. В том случае, когда эластичность спроса больше, прибыль убывает при увеличении цены.

Бизнесмены опытным путем ищут и находят ту цену, которая обеспечивает им наибольшую сумму чистой прибыли, сравнивая чистую прибыль при изменении цены и устанавливая ее на уровне, наиболее отвечающем их стремлениям к наибольшей выгоде [4, с. 195]. Поэтому на начальном этапе устанавливается максимально возможная цена. В дальнейшем для привлечения потребителей предприниматель может и снизить цену, но на начальном этапе формирования рынка именно высокая цена служит для него побуждающим мотивом. В данном случае бизнесмен лишь осваивает, но не создает рынок. Для того чтобы разместить бизнес именно в этой точке прибыли, предприниматель должен обладать необходимой достаточной информацией обо всех рынках в регионе.



Предприниматель выступает как ценоискатель, который собирает информацию и размещает свой бизнес в том месте, где цена на его товар* находится в своем максимуме. Вероятность выживания фирмы при реализации продукции по низкой цене является лишь редким исключением, а не общим правилом успеха по причине того, что емкость рынка ограничена и не всегда возможно получение максимального дохода при минимальных затратах [3, с. 105].

Рынок ценоискателя, как правило, относится к той части экономики, которую М. Алле определил как недифференцируемый сектор, где наилучшая технология производства соответствует единственной фирме-монополисту, поскольку для большего количества представителей бизнеса у данного рынка емкость недостаточна [2, с. 89]. Для успешного поступательного движения фирмы вперед предпринимателю необходимо отыскать свободный от потенциальных конкурентов рынок и, по возможности, его монополизировать. Представители бизнеса всячески стремятся избавиться от конкуренции друг с другом, если только находят для этого эффективный способ, поскольку бизнес-сообществу присуще жесткое соперничество [15, с. 105].

Перспектива монопольных доходов создает могучие стимулы для непрерывной и неограниченной экспансии [6, с. 139], так как в условиях конкуренции удача и случай, когда изменяется положение компаний рынке, сводя на нет преимущество старых лидеров и отдавая первенство новым фирмам [12, с. 146], оказываются порой не менее важными в судьбе предпринимателя, чем его личные качества, такие, как мастерство или дар предвидения [14, с. 48]. Что особенно характерно, это происходит в периоды кризисов, когда реальный результат во многом зависит от случая, от финансовой ситуации, от рыночной конъюнктуры.

Необходимо отметить также, что ни один продавец не является монополистом в самом строгом смысле слова, так как не существует

* В данном случае необходимо исходить из того, что товар предпринимателя представляет собой дифференцированные продукты, имеющие заменители на рынке.

такого явления, как абсолютно неэластичный спрос. И ни один покупатель не зависит целиком от милости продавца [15, с. 241]. Более высокая денежная цена побуждает людей к поиску и использованию заменителей, и чем выше цена, тем больше будет стремление к этому [15, с. 65].

В процессе ценообразования крайне важно, чтобы предприниматель, определяя цену товара и исходя из издержек, отношения с потребителем строил с учетом также и ценности этого товара для него, потому как рациональный потребитель всегда знает ценность приобретаемого блага [11, с. 85]. Поэтому стремление бизнесмена получить максимальную выгоду при совершении акта обмена побуждает его разделять общую выгоду с другими участниками сделки, чтобы, в свою очередь, побудить их к заключению новых сделок, обеспечивающих новые выгоды [2, с. 105].

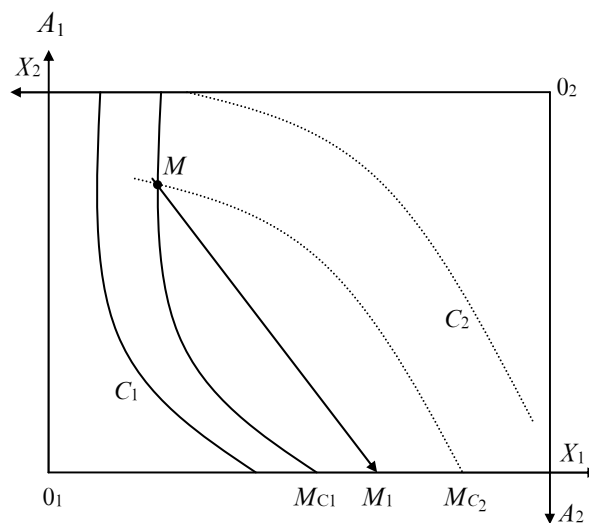


Рис. 1. Распределение общего излишка между операторами (участниками сделки)

При совмещении графиков кривых безразличия (коробка Эджуорта) пересечение кривых безразличия участников сделки в т. М свидетельствует о возможности обмена между ними (рис. 1). Если кривая безразличия C_1 продавца, значит минимальная цена, по которой он готов продать товар, соответствует C_1 . Следовательно

но, максимальная цена, по которой готов приобрести товар покупатель, соответствует C_2 . Перемещение MM_1 соответствует высвобождению излишка $M_{C_1}M_{C_2}$, который включает общие издержки продавца и покупателя при совершении акта обмена на других рынках, будь то транспортные расходы, издержки на рекламу, средства на выкуренные сигареты и выпитые прохладительные напитки при стоянии в очереди и т.д. Выгода продавца составит MM_{C_1} , а выгода покупателя – MM_{C_2} . В зависимости от возможностей каждой из сторон для проведения акта обмена на других рынках доля в общей выгоде каждого участника сделки будет уменьшаться или увеличиваться, но, как правило, она делится поровну. Это можно представить простым линейным уравнением:

$$\begin{cases} v - p > 0 - \text{выгода покупателя;} \\ p - c > 0 - \text{выгода продавца,} \end{cases}$$

где p – договорная цена, v – ценность товара для покупателя, c – издержки производителя

Более высокие цены по сравнению с другими рынками привлекут конкурентов. И в этом случае предприниматель, с одной стороны, занимается извлечением краткосрочной оперативной сверхприбыли, а с другой – долговременными инвестициями в свой рынок. Создается ситуация, которую можно охарактеризовать как ситуативная монополия.

Ситуативная монополия – временное доминирование предпринимателя на локальном рынке с наивысшей ценой по сравнению с другими рынками за счет первенства входа на него. Используя свое монопольное положение, предприниматель выступает как диктатор, навязывая свой вкус рынку, поставляя товары, в реализации которых он заинтересован в большей мере. Это скоропортящиеся товары, а также выходящие из моды, спрос на которые неэластичен и которые население при отсутствии других торговых точек, сравнивая транспортные и временные расходы, приобретает здесь, а не на рынках где действует конкуренция. Монополия – это возможность наращивать цену по собственному произволу, а в чистом виде монополия – всегда эксплуатация потребителя.

При этом чем выше цена на локальном рынке, тем короче срок пребывания предпринимателя в качестве монополиста. Понимая, что высокая цена сегодня повлечет за собой сокращение спроса в будущем, предприниматель оказывается перед выбором между высокой прибылью сегодня и меньшей прибылью в будущем. Но в силу особенностей локальных рынков, когда объем продаж ограничен, монополия юридически не защищена, а высокий спрос на продукцию невозможно поддерживать с помощью снижения предложения, он выбирает высокую прибыль сегодня. Следовательно, он заинтересован в продаже как можно большего объема своей продукции по данной цене, потому как если одна фирма смогла проникнуть в такую сферу бизнеса, которая гарантирует выручку большую, чем соответствующие издержки, туда может устремиться столько людей, что конкуренция между ними сведет разницу между выручкой и издержками к нулю. Конкуренция смирит деспотизм монополии и, воздействуя на цены, приведет рынок в равновесие.

Зачастую предприниматели видят, что некоторые сферы бизнеса прибыльны, но не знают, каким образом они сами могут здесь участвовать. В мире, где информация является редким благом, многие могут даже не подозревать о существовании той или иной прибыльной сферы [13, с. 27]. То есть прибыль в условиях ситуативной монополии – это показатель более точного, по сравнению с предсказаниями большинства людей, предсказания будущего [15, с. 320].

Стремление предпринимателя к монополистической организации само по себе не способно стать решающим фактором в данном процессе. Частная монополия почти никогда не бывает полной и не является вечной или гарантированной от потенциальной конкуренции, в отличие от государственной монополии, которая всегда защищена и от потенциальной конкуренции и от критики [14, с. 130]. Поэтому указанная выше часть монополистической прибыли – это уже не прибыль монополиста, а ее противоположность – эквивалент платы за риск, предпринимчивость и знания [9, с. 421]. Эти знания осо-

бого рода, со значительной долей инновационной составляющей, они придают дополнительный импульс развитию предприятия, становясь фактором успеха в конкурентной борьбе. Результатом успешного применения таких инноваций является положительный экономический эффект.

К. Маркс отмечал, что в случае в удешевления товара путем повышения производительности труда открывается перспектива завоевания рынка путем снижения цены, так как действительной стоимостью товара является не его индивидуальная, а его общественная стоимость. Для производителя действительная стоимость товара обошлась количеством рабочего времени общественно необходимого, а не фактически необходимого для его производства [8, с. 328]. Применяя улучшенный способ производства, предприниматель присваивает в виде прибавочного труда большую часть рабочего дня, чем остальные производители в той же самой отрасли. И это справедливо, потому как всякое нововведение представляет собой эксперимент, который может потерпеть неудачу, а удачные эксперименты окупают затраты и на самих себя и на неудачные эксперименты [10, с. 362]. Бездарность здесь ведет к конкуренции, а талант – к созданию монополии [5, с. 18].

Имея такое конкурентное преимущество, как низкие издержки на производство, предприниматель в целях завоевания рынка может инициировать обострение конкурентной борьбы путем снижения цен [7, с. 28, 87]. Разграничение сфер влияния каждой из сторон невозможно ввиду малой емкости локального рынка. Длительность этого противостояния зависит от решимости участников противостояния идти до конца в борьбе за рынок. Победителем же выйдет тот предприниматель, который в состоянии дольше терпеть убытки. Право извлечения монопольной прибыли для него достигается путем изгнания конкурентов.

Установление цены предпринимателем-новатором ниже уровня предельных издержек (MC_1) и ниже средних переменных издержек (AVC_1) самой эффективной по издержкам фирмы (см. рис. 2), и когда общий доход самой эффективной фирмы-конкурента становится меньше ее переменных издержек (т. V), а спрос из эластичного (D_1) становится неэластичным (D), потому как ниже предложенного им уровня цены опустить уже невозможно, – такое поведение фирмы характеризуется как «грабительское ценообразование», т. е. установление цены ниже средних издержек производства [1, с. 106]. За счет усовершенствования технологии предприниматель снижает собственные средние (AC)

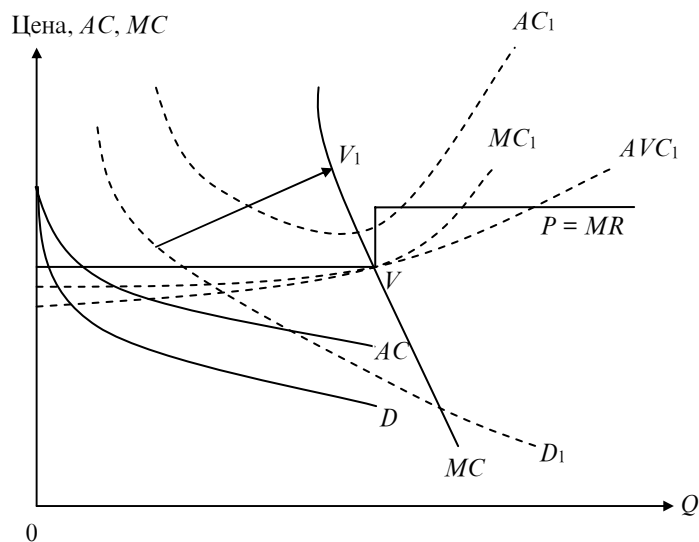


Рис. 2. Монополизация локального рынка с помощью ценового фактора

и предельные издержки (MC) и становится монополистом на рынке. После изгнания конкурентов цена возрастает до уровня ($t. V_1$), который обеспечивает монополисту максимальный уровень дохода, но не создает стимулов для экспансии со стороны возможных конкурентов, потому как уровень данной цены соответствует наименьшим предельным издержкам возможного конкурента.

Для того чтобы возместить расходы по монополизации рынка, цена может быть и выше, что в итоге приведет к сокращению времени нахождения предпринимателя в роли монополиста. В таком случае предприниматель передислоцирует бизнес в новую точку прибыли, когда согласно закону рынков Ж.Б. Сэя в случае перепроизводства товары перетекают на дефицитные рынки. Локальный рынок может географически меняться, всегда имеет «правильное», с точки зрения ведения бизнеса, географическое положение, т. е. он транспортабелен, что является его отличительной особенностью.

Максимизацию прибыли в краткосрочном периоде, без учета возможности появления конкурентов, называют самоубийственной [1, с. 97]. При этом цена (P) равна предельной выручке (MR), потому как монополист на локальном рынке отличается от других монополистов: он заинтересован, прежде всего, в продаже максимального количества товара по наивысшей для него цене.

Монополия открыта, когда одна фирма (предприниматель) является ее единственным поставщиком, но не имеет специальной юридической защиты от конкуренции. И эта добавочная прибавочная стоимость исчезает, как только новый способ производства приобретает всеобщее распространение [8, с. 329]. Когда же товар определен достаточно узко, любой продавец оказывается монополистом, поскольку никогда два продавца не будут предлагать абсолютно одинаковые продукты.

В соответствии с проведенными исследованиями локального рынка, при попытке бизнеса взять его под монопольный контроль, получены следующие результаты.

Во-первых, уточнено и обосновано понятие «локальный рынок» как транспортируемый предпринимателем, когда, наблюдая движение

сравнительно небольшого количества цен, предприниматель имеет возможность получать необходимую информацию о спросе потребителей на тот или иной товар. Для бизнеса наиболее приемлемо размещение рынка в той точке, где спрос на его продукцию является наибольшим и соответственно цена максимальной. Издержки при этом в итоге определяют ту массу прибыли, которая будет получена.

Во-вторых, введены и даны определения таких экономических категорий как «ситуативная монополия» – временное доминирование предпринимателя на рынке с максимальной ценой, которая присутствует в точке прибыли – том месте, где наиболее высок спрос на продукт предпринимателя по наивысшей для него цене.

В-третьих, выявлено, что результатом монополизации локального рынка является устранение излишних транзакционных издержек обмена.

И, в-четвертых, из всего вышесказанного вытекает, что локальный рынок соответствует уровню монополизирующей рынок компании, когда емкость рынка одновременно выступает и в качестве ограничителя для роста компании и показателем его привлекательности для представителей предложения.

Несмотря на обилие и разнообразие научных трудов, взглядов на рынок, рассмотрение нижнего уровня рыночной системы, к которому относится локальный рынок, а также некоторых его особенностей осталось вне поля зрения как отечественных, так и зарубежных экономистов.

Необходимо также отметить, что при росте внутренних расходов фирмы и достижении их размеров, равных размерам издержек обмена на локальном рынке, вновь возникают условия для конкуренции. Соответственно компания как единственный продавец заинтересована в сохранении своего монопольного положения, а наиболее адекватный способ достижения этого – улучшение рынка посредством повышения качества обслуживания покупателей, развития инфраструктуры и при этом, одномоментно, удержания цены на приемлемом для потребителя уровне. Итак, монополия на локальном рынке является фактором, развивающим рынок и стабилизирующим цены, что в полной мере соответствует потребностям потребителей.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Авдашева, С.Б.** Теория организации отраслевых рынков [Текст] : учебник / С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова. – М.: Магистр, 1998. – С. 106.
2. **Алле, М.** Условия эффективности в экономике [Текст] : пер. с фр. / М. Алле. – М.: НИЦ «Наука для общества», 1998. – 304 с.
3. **Гейтс, Б.** Бизнес со скоростью мысли [Текст] / Б. Гейтс. – Изд. 2-е. – М.: Эксмо, 2005. – 480 с.
4. **Дмитриев, В.К.** Экономические очерки [Текст] / В.К. Дмитриев. – М.: ГУ ВШЭ, 2001. – 580 с.
5. **Колерова, В.** Начальник экспедиции [Текст] / В. Колерова // Бизнес. – 2008. – № 9. – С. 18.
6. **Коуз, Р.** Фирма, рынок и право [Текст] / Р. Коуз. – М.: Дело ЛТД, 1993. – 192 с.
7. **Леш, А.** Географическое размещение хозяйства [Текст] / А. Леш. – М.: Изд-во иностр. лит., 1959. – 456 с.
8. **Маркс, К.** Капитал. Критика политической экономики [Текст] / К. Маркс. – Т. 1, кн. 1. – Процесс производства капитала. – М.: Политиздат, 1988. – 891 с.
9. **Маркс, К.** Сочинения [Текст] / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Изд. 2-е. – Т. 25, ч. 1. – М.: Политиздат, 1969. – 649 с.
10. **Маршалл, А.** Принципы экономической науки [Текст] : пер. с англ. / А. Маршалл. – М.: Изд. группа «Прогресс», 1993. – Т. 1. – 416 с.
11. **Маршалл, А.** Принципы экономической науки [Текст] : пер. с англ. / А. Маршалл. – М.: Изд. группа «Прогресс», 1993. – Т. 2. – С. 85.
12. **Портер, М.** Международная конкуренция [Текст] : пер. с англ. / М. Портер; под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – С. 146.
13. **Тяжов, А.И.** Индивидуальный трудовой потенциал и политико-экономическая концепция человеческих способностей [Текст] : А.И. Тяжов. – Кострома: Изд-во КГУ, 1999. – 320 с.
14. **Хайек, Ф.А.** Дорога к рабству [Текст] : пер. с англ. / Ф.А. Хайек. – М.: Экономика, 1992. – С. 48–176.
15. **Хейне, П.** Экономический образ мышления [Текст] : пер. с англ. / П. Хейне. – М.: Катаксия, 1997. – 704 с.

УДК 06.71.05

Р.Н. Гусев

**ЭТАПЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
СФЕРЫ УСЛУГ СТРОИТЕЛЬНОГО ДИЗАЙНА**

Конкурентная среда отраслевых рынков услуг постоянно усложняется, изменения в ней происходят достаточно быстро. В условиях динамично меняющейся внешней конкурентной среды анализ конкурентоспособности предприятий сферы услуг должен проводиться регулярно в целях обеспечения возможности быстрого реагирования на произошедшие изменения и выработки соответствующих корректирующих мероприятий адаптационного характера. Все это требует замены эпизодически проводимой аналитической работы посредством системы конкурентного мониторинга, включающей мониторинг ближайшего конкурентного окружения предприятия. Ведущую роль в этой сис-

теме занимает процедура оценки уровня конкурентоспособности предприятия (КП). Данная статья посвящена этапам оценки конкурентоспособности предприятий сферы услуг и их реализации на примере услуг строительного дизайна.

Для целей мониторинга конкурентоспособности предприятий сферы услуг строительного дизайна требуется создание методики оценки уровня КП, адаптированной к условиям мониторинга. Такая методика, на наш взгляд, должна опираться на принципы интегрального метода оценки уровня КП, предусматривающего определение интегрального показателя КП, который позволяет в целом оценить этот уро-

вень по совокупности рассматриваемых параметров. Одним показателем легче оперировать при отслеживании динамики уровня конкурентоспособности анализируемого предприятия, а также относительной его позиции в конкурентной борьбе по сравнению с основными конкурентами.

Построение методики оценки уровня КП сферы услуг строительного дизайна включает шесть этапов. Рассмотрим содержание каждого этапа.

1. Определение единичных показателей уровня КП и установление относительных весов их важности. При выявлении данных показателей в сфере услуг строительного дизайна использован метод экспертных оценок, в частности процедура ранжирования показателей оценки. На основе ранжирования произведен отсев незначимых параметров и определены относительные веса важности ключевых показателей оценки КП. Процедура экспертизы выполнена в рамках трех групп параметров оценки КП: организационно-производственных, маркетинговых, конкурентоспособности персонала. В качестве экспертов выступили ведущие специалисты и руководители дизайнерских компаний Ростовской области. Показатели оценки согласованности мнений экспертов представлены в табл. 1.

Данные табл. 1 показывают, что коэффициент конкордации превышает 0,7, что свидетельствует о хорошей согласованности мнений экспертов. Поскольку табличные значения критерия χ^2 меньше расчетных значений, имеем существенную (значимую) согласованность ранговых оценок экспертов.

Показатели конкурентоспособности по группе параметров финансового положения предприятия заимствованы из методики оценки КП [1, 2], предусматривающей не только выделение показателей конкурентоспособности, но и установление коэффициентов весомости показателей.

2. Выбор базы сравнения для оценки уровня конкурентоспособности предприятий-конкурентов, участвующих в мониторинге. В условиях мониторинга КП наиболее рационально, на наш взгляд, использовать гипотетическую базу сравнения. Данная база сравнения формируется как совокупность лучших значений каждого единичного показателя конкурентоспособности из всех анализируемых по результатам мониторинга конкурентоспособности предприятий-конкурентов.

Данный выбор позволяет оценивать конкурентоспособность всех анализируемых предприятий-конкурентов относительно одной и той же базы сравнения – гипотетической, а не по отношению друг другу. Таким образом, можно сразу видеть уровень конкурентоспособности всех предприятий, участвующих в мониторинге. Кроме того, поскольку гипотетическая база сравнения включает лучшие значения единичных показателей конкурентоспособности по всей совокупности предприятий, интегральный показатель конкурентоспособности каждого из анализируемых предприятий легко может быть переведен в процентное выражение.

3. Определение порядка перевода значений единичных показателей уровня КП к нормированному виду. Показателей оценки КП достаточно много, действие их разнонаправлено, все они выражены в своих единицах измерения,

Таблица 1

Показатели оценки согласованности мнений экспертов при проведении процедуры ранжирования

Группа параметров конкурентоспособности предприятия	Коэффициент конкордации	Расчетное значение критерия χ^2	Табличное значение критерия χ^2 для 5 %-го уровня значимости
Организационно-производственные	0,803	289,0	21,03
Маркетинговые	0,799	479,2	31,41
Конкурентоспособности персонала	0,797	334,8	23,68



что не позволяет сразу использовать процедуру агрегирования единичных показателей конкурентоспособности в комплексные, а затем в интегральный уровень КП. Требуется осуществление перевода показателей конкурентоспособности в относительные величины, т. е. процедура нормирования показателей. В качестве такого перевода показателей нами предлагается использование 10-балльной шкалы при сравнении единичных показателей оценки конкурентоспособности анализируемых предприятий с гипотетической базой сравнения. При этом каждый единичный показатель конкурентоспособности гипотетической базы сравнения имеет оценку 10 баллов. В результате применения процедуры нормирования каждый единичный показатель КП будет приведен к нормированному виду.

4. Выбор способа агрегирования единичных показателей конкурентоспособности в комплексные по каждой группе параметров оценки уровня КП. Комплексные показатели КП нами предлагается рассчитывать по формуле средневзвешенной арифметической с использованием относительных весов важности единичных показателей конкурентоспособности:

$$K_i = \sum_{j=1}^{n_i} P_{ij} \cdot \alpha_{ij},$$

где K_i – комплексный показатель КП по i -й группе параметров оценки; P_{ij} – нормированное значение j -го единичного показателя конкурентоспособности по i -й группе параметров оценки, баллы (оценивается по 10-балльной шкале относительно гипотетической базы сравнения); α_{ij} – относительный вес важности j -го единичного показателя конкурентоспособности по i -й группе параметров оценки, доли единицы $\left(\sum_{j=1}^{n_i} \alpha_{ij} = 1 \right)$; n_i – число единичных показателей конкурентоспособности по i -й группе параметров оценки.

Кроме показателей, характеризующих различные стороны деятельности предприятия сферы услуг строительного дизайна, в оценке уровня КП необходимо также учитывать конкурентоспособность самих услуг. Поскольку дизайн-предприятие оказывает, как правило, несколько видов услуг, в оценке КП учитывает-

ся совокупная конкурентоспособность по всем их видам.

Комплексный показатель конкурентоспособности услуг предприятия предлагается рассчитывать по следующей формуле:

$$K_y = \sum_{f=1}^m K_{y_f} \cdot U_f,$$

где K_{y_f} – нормированное значение показателя конкурентоспособности f -го вида услуг предприятия (оценивается по 10-балльной шкале относительно гипотетической базы сравнения, т. е. максимального уровня конкурентоспособности данного вида услуг по совокупности рассматриваемых предприятий-конкурентов, в том числе и анализируемого предприятия); U_f – доля f -го вида услуг в объеме продаж предприятия, доли единицы $\left(\sum_{f=1}^n U_f = 1 \right)$.

5. Установление относительных весов важности комплексных показателей КП. Они установлены нами с использованием метода экспертных оценок. Состав экспертной группы тот же, что и при выявлении ключевых единичных показателей конкурентоспособности предприятий сферы услуг строительного дизайна.

Относительные веса важности комплексных показателей КП составили по группам параметров:

- организационно-производственных – 0,1513;
- финансового положения предприятия – 0,0983;
- маркетинговых – 0,2017;
- конкурентоспособности персонала предприятия – 0,2677;
- конкурентоспособности услуг предприятия – 0,2810.

О степени согласованности мнений экспертов по выставленным коэффициентам весомости комплексных показателей КП судили по значениям коэффициентов вариации. Коэффициенты вариации не превысили 21 %. Все коэффициенты вариации попали в интервал [10 %; 25 %], что свидетельствует об умеренной колеблемости рассматриваемых показателей и приемлемой согласованности мнений экспертов.

В табл. 2 представлены сводные данные по показателям конкурентоспособности предприятия и относительным весам их значимости.

Т а б л и ц а 2

Комплексные показатели конкурентоспособности предприятия и относительные веса их важности

Группа параметров комплексных показателей	Коэффициенты весомости показателей	
	единичных	комплексных
1. Группа организационно-производственных параметров	–	0,1513
рентабельность реализации услуг, %	0,1654	–
адаптивность оргструктуры, баллы	0,1452	–
опыт работы предприятия в сфере услуг строительного дизайна, лет	0,1587	–
качество и информативность Web-сайта предприятия, баллы	0,1141	–
инвестиционная активность, % (процент инвестиций в выручке)	0,1068	–
уровень прогрессивности используемых дизайн-технологий, баллы	0,1493	–
уровень технической оснащенности, тыс. руб./чел.	0,1605	–
2. Группа параметров финансового положения предприятия	–	0,0983
коэффициент автономии	0,2900	–
коэффициент платежеспособности	0,2000	–
коэффициент абсолютной ликвидности	0,3600	–
коэффициент оборачиваемости оборотных средств	0,1500	–
3. Группа маркетинговых параметров	–	0,2017
имидж (деловая репутация) предприятия, баллы	0,1064	–
объем продаж и услуг, тыс. руб.	0,1046	–
широта номенклатуры услуг	0,1009	–
доля затрат на комплекс маркетинговых коммуникаций в выручке, %	0,0828	–
глубина номенклатуры услуг	0,0925	–
темп роста объема продаж, %	0,0749	–
гибкость ценовой политики, баллы	0,0592	–
доля затрат на маркетинговые исследования в выручке, %	0,0673	–
средняя стоимость одного заказа, тыс. руб.	0,0996	–
наличие сопутствующих услуг	0,0775	–
уровень авторского надзора дизайн-проектов, %	0,0677	–
уровень ответственности за выполненные услуги перед клиентами и гарантийных обязательств, баллы	0,0666	–
4. Группа параметров конкурентоспособности персонала предприятия	–	0,2677
производительность труда, тыс. руб./чел.	0,1038	–
доля специалистов экономической службы в общей численности сотрудников, %	0,0937	–
уровень профессиональной подготовки, % (процент дизайнеров, имеющих высшее образование в сфере дизайна и (или) архитектуры)	0,1360	–



Окончание табл. 2

Группа параметров комплексных показателей	Коэффициенты весомости показателей	
	единичных	комплексных
креативность мышления, баллы	0,1390	–
членство в Союзе дизайнеров России, % (процент дизайнеров – членов Союза дизайнеров России)	0,0933	–
опыт работы дизайнеров в сфере строительного дизайна, лет	0,0886	–
умение работать в различных стилевых направлениях, баллы	0,1195	–
уровень владения компьютерными технологиями дизайн-проектирования среды, %	0,1275	–
уровень взаимодействия с заказчиком в процессе оказания услуги, баллы	0,0986	–
5. Группа конкурентоспособности услуг предприятия	–	0,2810

6. Определение порядка расчета интегрального показателя уровня КП. Данный показатель нами предлагается определять по формуле средневзвешенной арифметической:

$$K_{\text{пр}} = 0,1513 \cdot K_{\text{о-п}} + 0,0983 \cdot K_{\text{ф}} + 0,2017 \cdot K_{\text{м}} + \\ + 0,2677 \cdot K_{\text{п}} + 0,2810 \cdot K_{\text{у}},$$

где $K_{\text{о-п}}$, $K_{\text{ф}}$, $K_{\text{м}}$, $K_{\text{п}}$, $K_{\text{у}}$ – комплексные показатели конкурентоспособности соответственно по группам параметров – организационно-производственных, финансовых, маркетинговых, конкурентоспособности персонала, услуг предприятия.

Искомый показатель находится в пределах от нуля до десяти, поскольку в качестве базы сравнения рассматривается гипотетическое предприятие с лучшими значениями показателей конкурентоспособности из всей совокупности анализируемых предприятий-конкурентов, а для процедуры нормирования показателей выбрана 10-балльная шкала.

Предлагаемая методика удобна для применения в процессе анализа конкурентоспособности предприятия, в частности для постоянного отслеживания уровня конкурентоспособности конкурирующих предприятий в ходе мониторинга.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Агеева, Н.Г.** Справочник по конкуренции и конкурентоспособности [Текст] / Н.Г. Агеева. – Курган: Изд-во Курган. гос. ун-та, 2002. – 120 с.
2. **Бабкин, А.В.** Основные направления повышения

конкурентоспособности предприятий автомобильного транспорта [Текст] / А.В. Бабкин, П.Х. Азимов // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Серия: Экономические науки. – 2008. – № 5 (64). – С. 280–284.

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС И ЕГО ВИДЫ

Логистический сервис как область научных исследований – достаточно новое направление. Исследования показывают, что в современных условиях развития вопросы организации логистического сервиса рассматриваются довольно ограниченно или не рассматриваются вовсе. Причиной главным образом является отсутствие полноценных теоретических и методических наработок в области организации логистического обслуживания, способных побудить руководство предприятия к активным действиям в этом направлении, тем более что необходимость такой организации в условиях ориентации на клиента уже осознается.

В научной литературе также недостаточно подробно рассматривается понятие «логистический сервис», связанные с ним вопросы остаются нерешенными, не имеют однозначного толкования и требуют обоснования. Между тем данное понятие является ключевым в системе продвижения товара на рынок, эффективности его продаж, и непосредственно от уровня логистического сервиса зависит конкурентоспособность предприятия в целом.

Покупатель, оплачивая поставляемый ему товар, вправе рассчитывать на широкий спектр необходимых дополнительных услуг, оказываемых ему в процессе поставки, которые объединяются общим понятием «сервис».

Данное понятие имеет достаточно широкое толкование. В целом, можно выделить несколько трактовок термина «сервис». В частности, он употребляется как обозначение части услуг, оказание которых требует непосредственного контакта исполнителей с потребителями (узкий смысл), или отдельной составляющей сферы услуг, нацеленной на обслуживание индивидуаль-

ных потребителей (широкий смысл), т. е. сервис можно рассматривать как сектор индивидуальных услуг. Вторая трактовка понятия «сервис» позволяет употреблять словосочетания «сервисная услуга» и «сервисное обслуживание», но в действительности это выглядит как тавтология. Также следует отметить, что в английском языке слова «сервис» и «услуга» синонимичны (англ. service – сервис, услуга). Но в русском языке услуга – это процесс или результат. Хотя, говоря о процессе, корректнее употреблять термин «обслуживание».

Р.В. Шеховцов предлагает общее толкование сервиса как «совокупности услуг, имеющих единую производственную, институциональную или социальную природу, оказываемых в процессе обслуживания покупателей (потребителей) в целях наиболее полного удовлетворения их потребностей» [8, с. 110].

Понятие «логистический сервис» в научной литературе рассматривается многими учеными, но единой трактовки не существует. Так, А.М. Гаджинский пишет, что логистический сервис «неразрывно связан с процессом распределения и представляет собой комплекс услуг, оказываемых в процессе поставки товаров» [3, с. 216]. А.И. Дрожжин придерживается аналогичного мнения, уточняя, что этот комплекс услуг оказывается не только в процессе поставки, но и в процессе заказа, покупки и дальнейшего обслуживания продукции [4, с. 56]. Авторы учебного пособия «Логистика коммерции» определяют логистический сервис как «совокупность нематериальных логистических операций, обеспечивающих максимальное удовлетворение спроса потребителей в процессе управления материальными и информацион-



ными потоками, наиболее оптимальным, с точки зрения затрат, способом» [1, с. 235]. Т.Н. Скоробогатова уточняет это определение тем, что «логистический сервис представляет собой управление потоками услуг» [6, с. 86]. В.И. Сергеев утверждает, что логистический сервис есть «результат деятельности логистической системы, отражающий ее эффективность с точки зрения полезности времени и места каждого продукта» [5, с. 270].

Мы предлагаем понимать *логистический сервис* как совокупность логистических операций, обеспечивающих связь между предприятием и потребителем в процессе материального, финансового и информационного потока по показателям качества, количества, цены, места и времени поставляемой продукции в соответствии с требованиями рынка.

Классификация видов логистического сервиса имеет прикладное значение для его организации. Существуют различные подходы к классификации логистического сервиса. Авторы [2, 4, 7] придерживаются единого мнения и выделяют следующие виды логистического сервиса (не раскрывая принципов классификации):

1. *Сервис удовлетворения потребительского спроса* – определение политики фирмы в сфере оказания и планирования услуг. Представляет собой комплексную характеристику уровня обслуживания потребителей (сроки поставки, готовность и частота поставок, безотказность и своевременность, комплексность, качество, объем, погрузка и разгрузка, способ заказа).

2. *Сервис оказания услуг производственного назначения* – охватывает совокупность предлагаемых видов сервисного обслуживания выпускаемой продукции, т. е. набор услуг, предоставляемых потребителю с момента заключения договора на покупку до момента поставки продукции (доработка и модификация, монтаж и наладка, шеф-надзор, испытания, устранения ошибок, обучение персонала, организация эксплуатации).

3. *Сервис послепродажного обслуживания* – совокупность предоставляемых услуг, необходимых для обеспечения эффективного функционирования продукции в существующих экономических условиях в течение всего жизненного цикла продукции (гарантийные работы, прове-

дение ремонтных работ, подготовка ремонтного персонала, обмен).

4. *Сервис информационного обслуживания* – предоставление потребителю информации о продукции и ее обслуживании с использованием современных технических средств обработки и передачи информации (рекламная деятельность, каталоги и прейскуранты, техническая документация, правила приемки и гарантии).

5. *Сервис финансово-кредитного обслуживания* – совокупность всевозможных вариантов оплаты, в том числе оплата по факту получения товаров, в рассрочку, фьючерсные формы оплаты по цене, зафиксированной на момент сделки, различные скидки и льготы, предоставляемые покупателям, а также различные формы кредитования.

Т.Н. Скоробогатова [6, с. 88] предлагает следующую классификацию:

1. *По временному параметру* логистический сервис делится на три вида:

а) *предпродажный* – определение политики фирмы в сфере оказания услуг, а также планирование объема реализации услуг;

б) *работы по оказанию логистических услуг* – подбор ассортимента, упаковка, формирование грузовых единиц, предоставление информации о прохождении грузов и т. д.;

в) *послепродажный* – гарантийное обслуживание, обязательства по рассмотрению претензий покупателей, обмен и т. д.

К предпродажному сервису относятся следующие услуги: доставка к месту продажи, устранение дефектов, возникших в процессе погрузочно-разгрузочных и транспортировочных операций, монтаж, а также консультации потребителя относительно особенностей транспортировки, хранения, использования продукции и т. д. Сервис в процессе продажи зависит от условий договорных обязательств контрагентов коммерческой сделки. Услуги в послепродажный период по сути обеспечивают непрерывность процесса продажи, увеличивая взаимозависимость участников торгово-логистических операций.

2. *По форме оплаты* логистический сервис делится на платный и бесплатный. *Бесплатный* (временный) сервис – это комплекс услуг, учтенных при калькуляции издержек обращения, т. е.

включенных в цену поставки. Обычно к ним относят гарантийные услуги послепродажного обслуживания. П л а т н ы й логистический сервис – это совокупность услуг, которые потребитель оплачивает по отдельно выставленному счету.

3. *По содержанию работ* логистический сервис можно классифицировать на материальный и нематериальный. М а т е р и а л ь н ы е услуги направлены непосредственно на потоки товарно-материальных ценностей. Н е м а т е р и а л ь н ы е услуги связаны с диспетчеризацией потоков, оказанием консультаций. В последнее время их доля резко увеличивается.

4. *По направленности* выделяют прямой и косвенный логистический сервис. П р я м о й сервис обеспечивается договором. К о с в е н н ы й сервис направлен на создание условий для сотрудничества.

5. *По степени адаптивности к потребностям* сервис разделяют на стандартизированный и индивидуальный. С т а н д а р т и з и р о в а н н ы й сервис включает в себя пакет услуг, потребность в которых клиенты испытывают наиболее часто. Его преимущество – относительно низкие издержки организации. Индивидуальное обслуживание требует, с одной стороны, глубоких знаний клиента и его проблем, с другой – оптимальных способов удовлетворения потребностей, что предполагает наличие гибких технологий обслуживания, соответствующего оборудования и персонала.

6. *По форме организации* логистический сервис классифицируется на д е ц е н т р а л и з о в а н н ы й (реализуется собственными силами) и с а м о о б с л у ж и в а н и е (потребитель организует сервис от своего имени и за свой счет).

7. *По масштабу* логистический сервис делится на локальный и региональный, национальный и международный. Классификация обусловлена спецификой внутреннего и международного рынка логистических услуг, законодательной базой, регламентирующей порядок организации и реализации предпринимательской деятельности.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что виды логистического сервиса характеризуются достаточно большим кругом показателей, которые можно объединить в группы по различным критериям, например: номенклатура, предоставляемая при обслуживании, информация, количество, качество, время, цена, надежность сервиса.

Логистический сервис как деятельность в сфере услуг создает новые свойства традиционных товаров, например полезность места, времени, доступности, формы и т. д. Он позволяет повысить продуктивность использования ресурсных потоков и увеличить уровень удовлетворенности потребителей фактически за счет нового свойства, высокого качества товаров или повышения уровня обслуживания.

В целом, развитие логистического сервиса требует соответствующего теоретического и терминологического обеспечения. Вместе с тем ошибочно считать, что данная проблема абсолютно не исследована и экономическая наука не знает попыток ее решения. Большой вклад в решение данной проблемы внесли российские ученые, занимающиеся экономикой и организацией материально-технического снабжения: А.У. Альбеков, В.И. Гиссин, Л.Б. Миротин, В.И. Сергеев, В.Н. Стаханов, В.К. Фокин, Р.В. Шеховцов и др.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Альбеков, А.У.** Логистика коммерции [Текст] / А.У. Альбеков, В. П. Федько, О. А. Митько. – Ростов н/Д: Феникс, 2001. – 511 с.
2. **Аникин, Б.А.** Логистика [Текст] : учебник / Б.А. Аникин. – М.: Инфра-М, 2005. – 368 с.
3. **Гаджинский, А.М.** Логистика [Текст] : учебник для высших и средних специальных учебных заведений / А.М. Гаджинский. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 484 с.
4. **Дрожин, А.И.** Логистика [Текст] : учеб. курс (учебно-методический комплекс) / А.И. Дрожин. – М.: Маркетинг, 2008. – 256 с.

5. **Сергеев, В.И.** Управление качеством логистического сервиса [Текст] / В.И. Сергеев // Логистика сегодня. – 2008. – № 5. – С. 270.
6. **Скоробогатова, Т.Н.** Логистика [Текст] : учеб. пособие / Т. Н. Скоробогатова. – Симферополь: ДиАйПи, 2005. – 116 с.
7. **Чудаков, А.Д.** Логистика [Текст] : учебник / А.Д. Чудаков. – М.: Изд-во РДЛ, 2001. – 480 с.
8. **Шеховцов, Р.В.** Сервисная логистика [Текст] / Р.В. Шеховцов. – Ростов н/Д: АПСН СКНЦ ВШ, 2003. – 240 с.

РОССИЙСКИЙ ТЕРРОРИЗМ КАК КРАЙНЕЕ ВЫРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ВОПРОСА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СПОСОБ ЕГО УСТРАНЕНИЯ

Новая террористическая операция, повлекшая за собой смерть ни в чем не повинных 36 человек в аэропорту Домодедово 25 января 2011 г., и последующая оперативная реакция, которая по содержанию ничем не отличалась от всех предыдущих действий после совершения предыдущих террористических актов, а также не прекращающиеся террористические акции на Кавказе говорят о наличии определенных трудностей в обеспечении национальной безопасности РФ.

Практика показала, что проведение оперативно-розыскных мероприятий по поиску террористов, применяемые силовые методы вплоть до физического их уничтожения могут в лучшем случае лишь частично снизить количество террористических актов, но никак не могут в принципе устранить терроризм, а значит и гибель людей. Если вспомнить третий закон Ньютона, который гласит: «Силы, с которыми два тела действуют друг на друга, равны по величине и противоположны по направлению», и приложить его к силовым структурам и террористам, то становится понятным, что всякое силовое взаимодействие, по сути, перспективы не имеет, поскольку результатом такого их противодействия становится гибель как ни в чем не повинных людей, стоимость жизни каждого из которых ныне оценена в три миллиона рублей, так и самих участников боевых действий. Прокларируемый руководством РФ отказ от переговоров с террористами, который, как считают на Западе, приводит к росту террористических ак-

тов, может оставить их количество в лучшем случае на прежнем уровне, хотя, как известно, переговоры премьера В.С. Черномырдина с террористом Ш. Басаевым в свое время спасли немало жизней при нападении террористов на г. Буденновск. Наконец, можно заметить также, что действия, связанные с устрашением террористов, перспективы, как показывает опыт, также не имеют, поскольку террористы осознанно отдают свои жизни при проведении террористических актов. Отсюда следует вывод, что проводимые акции, включая выплаты из бюджета пострадавшим от террористического акта, которые связаны, по сути, с воздействием на следствие, а не на причины терроризма, обречены на неудачу.

Поскольку российский терроризм можно считать крайним выражением не разрешенного до сих пор национального вопроса в России, то имеет смысл, прежде всего, очень кратко остановиться на генезисе этих понятий.

Как известно, при капиталистическом способе производства еще в эпоху II Интернационала, а затем при становлении социализма у нас в стране национальный вопрос обычно связывали только с понятием нация, под которой понимали «народ, племя, колено; однородцев, говорящих одним общим языком...» [1, с. 410]. При этом в рамках одной нации классовый подход, исходил, прежде всего, из связи способа производства со степенью эксплуатации и был направлен на освобождение угнетенного народа в государстве от ига капи-

тализма. Ориентация при этом на стабильную направленность социально-экономической сферы позволяла рассматривать национальный вопрос на примере лишь узкого круга «культурных национальностей» (ирландцев, венгров, поляков, финнов, сербов и некоторых других национальностей Европы), которые добивались самоопределения, сужающегося до «права нации на автономию», а также «культурную автономию», определяющую «право угнетенных наций иметь свои культурные учреждения, оставляя всю политическую власть в руках господствующей нации» [2, с. 57].

С точки зрения социалистического способа производства взгляды на национальный вопрос при той же ориентации на стабильность социально-экономической сферы направлены уже на освобождение угнетенных народов зависимых стран и колоний от ига империализма и ориентированы на уничтожение «национального гнета в самой грубой и жестокой форме» десятков и сотен миллионов азиатских и африканских народов. Понятие самоопределения здесь истолковывается только как «право угнетенных народов зависимых стран и колоний на полное отделение, как право наций на самостоятельное государственное существование», т. е. на свободу и независимость [2, с. 57, 60].

Из приведенных примеров ясно видно, что сложившиеся представления о классовой позиции максимально связывали борьбу за свободу и независимость с освобождением угнетенных народов зависимых стран и колоний от ига эксплуататоров, а минимально в зависимости от ситуации сводили эту борьбу к самоопределению, сужающемуся до «права нации на автоно-

мию» и к «культурной автономии», определяющей «право угнетенных наций иметь свои культурные учреждения. В то же время коренной вопрос общественных отношений – вопрос о собственности на объекты собственности, включающие, прежде всего, средства производства, считался либо само собой разумеющимся, поскольку собственность в пределе должна была бы иметь обязательно социалистический характер, либо решение этого вопроса относили на будущее, когда победа угнетенной нации будет достигнута.

Такой основанный на классовой позиции подход имел глубокие исторические корни и был связан со спецификой понимания собственности как экономической и правовой категории.

Как экономическая категория собственность появилась вместе с человеческим обществом, и ее развитие прошло длительный исторический путь, который завершился:

- экономическим, по Г. В. Ф. Гегелю, представлением о собственности, в соответствии с которым на морфологическом уровне она рассматривалась как объекты собственности: земля, являющаяся, правда, средой обитания всех людей, ее природные ресурсы, вещь, имущество (вещи), материальные блага, не подлежащие отторжению [3, с. 100] (рис. 1);

- экономико-политическим, по К. Марксу, представлением, в рамках которого собственность рассматривалась как отношение собственников к объектам собственности как к своим, как к принадлежащим им (первая часть) и, соответственно, отношение всех несобственников к указанным объектам собственности как к чужим, не принадлежащим им (вторая часть) [4, с. 479] (рис. 2).

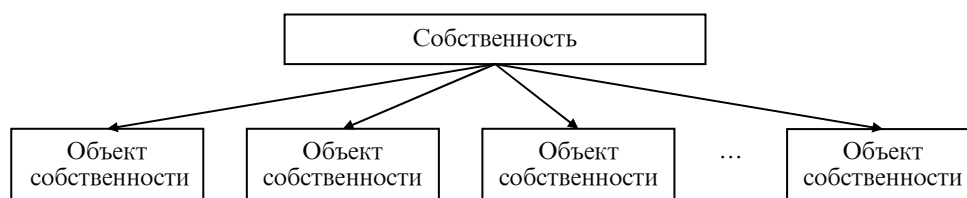


Рис. 1. Морфологическое представление понятия «собственность»
(по Г. В. Ф. Гегелю)

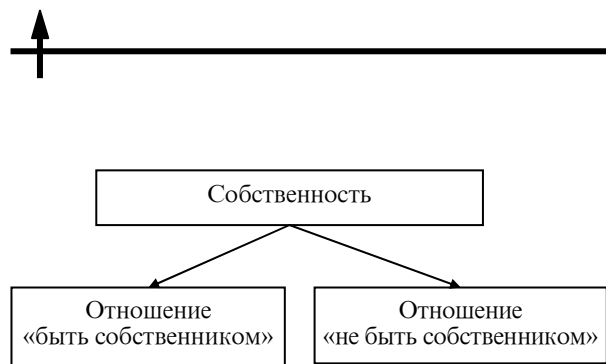


Рис. 2. Морфологическое представление понятия «собственность» (по К. Марксу)

Как юридическая категория «собственность» до настоящего времени полностью определяется лишь экономическим, по Г. В. Ф. Гегелю, представлением, которое в определенной степени сходно только с первой частью экономико-политического, по К. Марксу, представления собственности и закрепляется соответствующим правом о собственности при этом вторая часть экономико-политического представления не нашла своего юридического закрепления, что и определило дефицитарность экономического, экономико-политического и правового представления о собственности [5]. Это полностью подтверждается мнением профессора Ю. К. Толстого, который считает, что поскольку «собственность – это отношение собственника к принадлежащей ему вещи как к своей», то оно выражается только «во владении, пользовании и распоряжении ею» [6, с. 16–17] с соответствующим их специфическим смысловым наполнением [7, с. 416], означая:

«а) владеть, т. е. реально обладать;

б) пользоваться, т. е. извлекать выгоду, для которой имущество предназначено;

в) распоряжаться, т. е. *определять его юридическую судьбу*: продавать, дарить, сдавать в аренду, отдавать в залог и т. п.».

Именно такое экономико-юридическое понимание собственности принято К. Марксом и использовано его последователями для обоснования освобождения угнетенных народов зависимых стран и колоний от ига эксплуататоров.

Поскольку еще Г. В. Ф. Гегель рассматривал человека как личность в неразрывной связи с принадлежащими ему от рождения или приобретенными в ходе жизни объектами собственности, не подлежащими отторжению, то наличие

у любого человека таких объектов собственности является предпосылкой его свободы, развития способностей и непосредственно формирует феномен личности: «лишь в собственности лицо выступает как разум» [3, с. 100]. Применительно к мануфактурному производству эту мысль подтверждает и Э. Берк, полагающий, что главным предназначением свободы остается «создание, сохранение и защита частной или семейной собственности, а также необходимых для жизни духовных основ: убеждений, привычек, культурных традиций и принципов, верований» [8]. Отсюда однозначно следует, что причина борьбы любой угнетенной нации – «народа, племени, колена; однородцев, говорящих одним общим языком» [1, с. 410] за свою свободу и независимость кроется именно в их борьбе за объекты собственности.

Истоки борьбы за объекты собственности в России имеют свои особенности. Так, в соответствии со ст. 1 Конституции РФ «Российская Федерация есть демократическое федеративное правовое государство ...» и в настоящее время состоит из ряда государств, национально-государственных и политико-территориальных образований, каждое из которых пользуется определенной самостоятельностью за исключением тех прав, которые принадлежат федерации в целом. Сложившееся представление о стремлении каждой нации обладать национальным суверенитетом, которое рассматривается как верховное, неотчуждаемое право нации на самоопределение, самостоятельное избрание той или иной формы своего национально-государственного устройства, решение вопросов политического, экономического, социально-культурного, национального и иного характера с учетом объективных исторических условий, прав и интересов наций и народностей, а также мнения других субъектов федерации, прежде всего, затрагивает тему их свободы, а, значит, оказывается неразрывно связано с объектами собственности и с отношением к ним. Если каждое из понятий «народ, племя, колено; однородцы, говорящие одним общим языком» [1, с. 410] говорит о свободе, самоопределении, претендует на самостоятельность, то оно включает в себе стремление, прежде всего, быть собственником своих национальных объ-

ектов собственности. Поэтому ориентированная на стабильную направленность развития экономики российская территориальная правовая конструкция собственности, выраженная только в праве владеть, пользоваться и распоряжаться с соответствующим специфическим указанным выше смысловым их наполнением, в рамках единого многонационального государства фактически умалчивает об отношении других наций к этим объектам собственности как к чужим, а значит, создает весьма благодатную почву для межнациональных конфликтов и терроризма в России.

Сориентировав в условиях постоянных изменений социально-экономической сферы российскую экономику по принятой в мире схеме на ее стабильность и введя дополнительно по социалистической схеме формы собственности, российские реформаторы исключили возможность мирного решения национального вопроса и создали «парниковые» условия в обществе для террористических действий. Сегодня одним из наиболее опасных проявлений терроризма, как отмечалось, является связанный с национальными объектами собственности терроризм на Кавказе, который в условиях глобализации, как верно отмечает руководство страны, выступает как часть международного терроризма, направляющего свои усилия на передел в России объектов собственности.

Поскольку право собственности, позволяющее с древних времен обеспечивать существование людей за счет извлечения прибыли из общества его предприимчивой частью и стабилизации такой ситуации, базируется на объектах собственности, то наиболее экстремальным способом их отчуждения и присвоения всегда были войны, а в настоящее время им стал терроризм.

Изменения взглядов в мировом сообществе на подходы к структуре существующих «специальных организованностей» [9, с. 19–25] общества, безусловно, заставляют терроризм постоянно развиваться и совершенствоваться, ставить перед собой и решать с учетом меняющейся хозяйственной среды новые задачи.

Так, на первых этапах своего возникновения стремление терроризма изменить в государстве сложившееся распределение объектов

собственности, связанных с принятой в обществе «специальной организованностью», достигалось посягательством на жизнь или иной формой насилия над государственными или общественными деятелями, совершаемыми с политическими целями. Считалось, что физическое уничтожение таких лиц может привести к кардинальным изменениям в стране и широко приветствовалось и разделялось в тоталитарных государствах. Именами террористов, покушавшимися на государей царской России, например, в советское время, назывались улицы в городах, а сами террористы воспринимались как герои, отдавшие свою жизнь за свободу народа...

Следующим качественным этапом стал выход терроризма на мировую арену: в рамках мирового сообщества международное право стало связывать международный терроризм с убийством или иными посягательствами на глав государств, глав правительств, членов дипломатических представительств в целях оказания влияния на политику той или иной страны, похищением иностранных дипломатов, угоном самолетов с применением оружия и т. п., что полностью соответствовало в тот период сложившемуся мнению теоретиков терроризма, которые также полагали, что террористическое воздействие на политиков, выражающих интересы господствующего класса собственников разных стран, могло привести к смене их политического курса, поскольку политика воспринималась как способ завоевания, удержания и использования власти.

Исторический опыт конкретных стран и весь международный опыт показал террористам, что убийство отдельных политических деятелей в принципе не может решить проблемы передела объектов собственности, поскольку у государственной власти в рамках существующей в стране «специальной организованности» или надгосударственной «специальной организованности» всегда оставался прежний господствующий класс собственников, а в рамках одной общественно-экономической формации на смену одних политиков приходили точно такие же, отражающие интересы того же находящегося у власти господствующего клас-



са. По этой причине изменение взглядов на терроризм оказалось связано с идеей получения национальной свободы по «созданию, сохранению и защите национальной, частной или семейной собственности, а также необходимых для жизни духовных основ: убеждений, привычек, культурных традиций и принципов, верований» [8]. Этот вывод в условиях проводимых руководством различных стран реформирования и глобализации заставил теоретиков терроризма в корне изменить на него свои взгляды, которые применительно к России нашли свое выражение:

1) в смене объектов терроризма: насилию, убийствам сегодня при решении связанного с объектами собственности национального вопроса стали подвергаться не государственные деятели, не политики, а ни в чем не повинные мирные люди, поскольку именно они сами выбирали для себя достойную их власть, а потому, по мнению террористов, должны были сами же и принимать действенные меры по ее смене, ибо, по мнению террористов, только уstraшенный народ может заставить свою власть разрешить национальный вопрос по справедливости;

2) в изменении стратегии терроризма, которая учла сочетание интересов нового господствующего класса и старого господствующего класса, которые продолжали использовать для своего обогащения кроме введенной частной собственности также еще и формы собственности, представленные сегодня в виде противоречивого трехслойного пирога из форм собственности;

3) в изменении тактики, противопоставившей мощи «специальной организованности» общества волю, силу и жизнь не согласных с произведенным разделом объектов собственности народов и отдельных людей.

Трансформация взглядов теоретиков терроризма привела в России к уникальным ответным действиям руководства страны, которые, например, в период правления Б.Н. Ельцина выразились в «закачке» в Чечню колоссальных бюджетных денежных средств, которые, как отмечал сам первый Президент РФ, «куда-то пропадали».

Другой подход был озвучен вторым Президентом РФ В.В. Путиным, который дал российскому народу обещание «мочить террористов в сортире до полного умиротворения» [10], однако понеся в очередной раз значительные потери в Чечне в живой силе и технике, российская власть тут же изменила свое мнение, поскольку поняла, что решающий свой национальный вопрос народ победить нельзя вообще, и В.В. Путин вынужден был заявить, что «мораль (чеченского народа) плюс родовая спайка оказались страшной силой»: сегодня за свою национальную свободу, за свою национальную собственность отдают жизни и мужчины, и молодые женщины Чечни, так называемые шахиды [10].

Наконец, третий подход вылился сегодня в запоздалое признание нынешним руководством страны и отсутствия в стране эффективной «системы государственной власти и управления», и наличия объявленной России терроризмом войны, и необходимости укрепления ее государственных границ, и недостаточном привлечении лишнего собственности российского общества к активной борьбе с терроризмом.

Нетрудно понять, что при всей остроте и важности национального вопроса в России, российского терроризма как его крайнего выражения сам по себе извечный русский вопрос «что делать?», возникающий после каждого террористического акта, перспективы не имеет, как не имеет перспективы снятие с должностей отдельных «стрелочников». По факту такие действия выглядят весьма запоздалым признанием властью своего бездействия, ненадлежащего исполнения своих обязанностей должностными лицами и т. п., а оперативно намеченные и озвученные тут же после совершения террористического акта по телевидению мероприятия никак не решают национального вопроса и никак не устраняют основной причины возникновения терроризма.

С учетом изложенного без сомнения необходимо сделать акцент именно на выявление сущностных, глубинных причин возникновения терроризма в России, без устранения которых решить национальный вопрос и полностью по-

бедить терроризм в принципе нельзя. В основу этого нового сущностного подхода можно положить историческую аналогию, которая связана с именем Императора Александра II, по велению которого произошло заселение нынешней Чечни терскими и кубанскими казаками. Тесное соседство казачьих станиц и чеченских селений, проживающих на одной земле, ведущих бок о бок хозяйство и участвующих в обмене объектами собственности, полностью исключило вражду между ними. Именно после этого акта Имам Шамиль отметил бесперспективность войны, длившейся на Кавказе более 30 лет...

Указанная историческая аналогия показывает, что в основу решения национального вопроса и устранения терроризма как крайнего, кровавого способа передела собственности следует положить не только интересы собственников как таковых, но и интересы несобственников, которые объективно существуют рядом с собственни-

ками, но интересы которых законодательно, однако, не зафиксированы [5]. Если вспомнить, что структура определяется как совокупность некоторых элементов, групп элементов и отношений (связей) между ними, то становится ясно, что В.Г.Ф. Гегель говорил применительно к структуре собственности только об ее элементах (объектах собственности), а К. Маркс – только об отношениях к элементам (объектам собственности). Изложенное позволяет установить их ошибки в определении структуры собственности и рассматривать ее в совершенно ином морфологическом представлении, которое комплексирует [11] в качестве независимых элементов, с одной стороны, ее представление по Г. В. Ф. Гегелю в виде объектов собственности, а с другой – ее представление по К. Марксу в виде отношений собственника и несобственника к объектам собственности при отсутствии волеизъявления собственника и при наличии волеизъявления собственника и согласия несобственника (рис. 3).

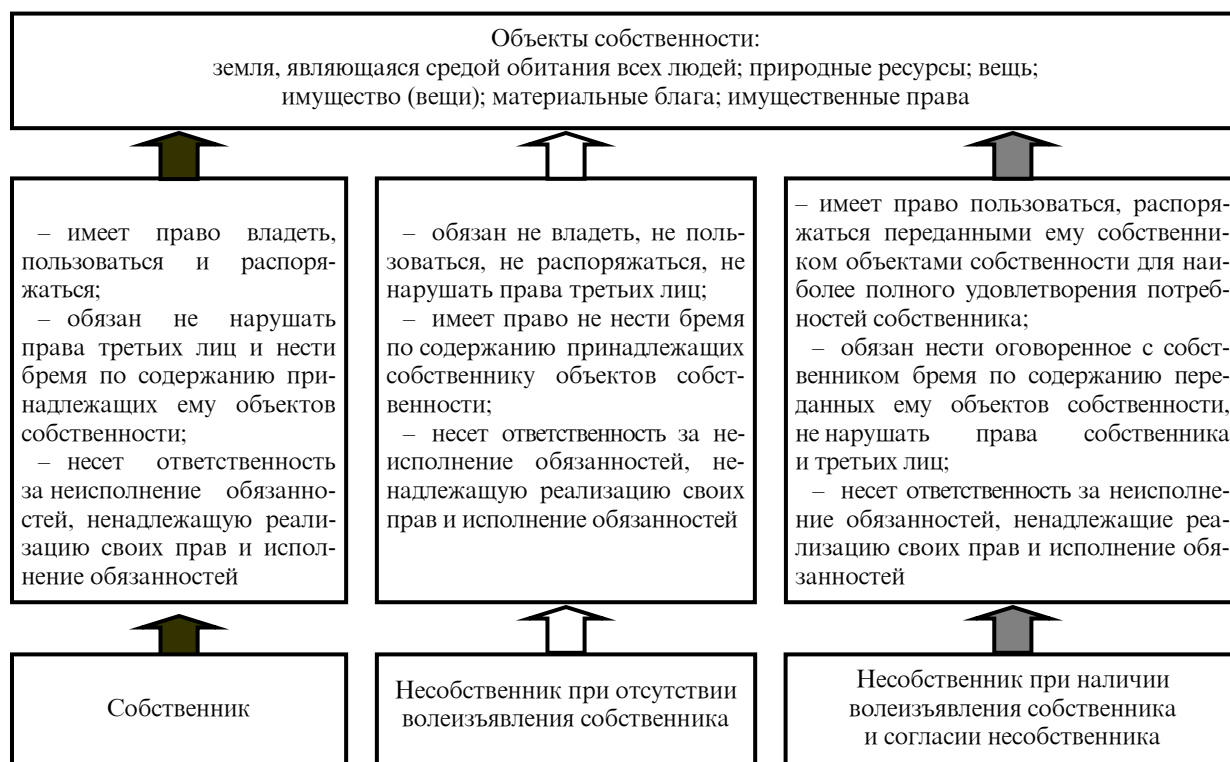


Рис. 3. Морфологическое представление понятия «собственность» (по В.В. Домакову)

Полученное новое структурное представление собственности определяет возможность взаимодействия субъектов (собственников и несобственников) и объектов собственности, что придает им эмерджентные свойства, которыми отдельно объекты собственности и субъекты собственности ранее не обладали.

Если теперь выйти на уровень общества, то можно заметить, что взаимодействие собственников и несобственников в различных государствах исторически конструировалась по-разному.

Так, например, в древнеримском (квиритском) государстве указанное взаимодействие определялась как собственность, прежде всего, римского народа, а затем уже как частная собственность римских граждан, при этом, защищая свою частную собственность, каждый защищал и то, что принадлежало всему народу (рис. 4); однако при всей своей привлекательности такой подход не исключал в древнеримском государстве борьбы за объекты собственности как таковой.

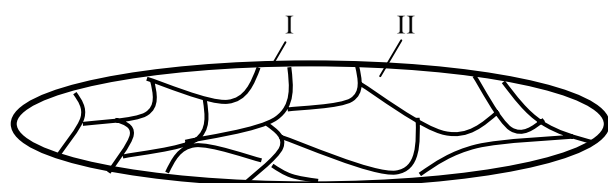


Рис. 4. Представление о собственности в Древнеримском государстве:

I — собственность всего римского народа;
II — частная собственность римского гражданина

Впоследствии по мере развития частнособственнических представлений народ стал отторгаться от принадлежащих ему, по сути, объектов собственности и собственником от его имени стало в той или иной степени выступать само государство, которое обеспечивало в полном объеме интересы предприимчивой части общества по ее обогащению за счет общества, а существование народов, составляющих население государства, поддерживалось ею с учетом менталитета этих народов только на уровне, достаточном для извлечения из них прибыли. С этой целью в настоящее время, например, в России в рамках постсоциалистической стабильной модели общественно-экономической формации законодателем наряду с частной собственностью и был введен вместо форм социалистической собственности так называемый трехслойный пирог из форм собственности (рис. 5), появление и активное использование которого привело к новому витку проблем в решении национального вопроса и его крайнему проявлению – терроризму.

Принятые сегодня в России законодателем за основу понятия «федеральная собственность», «собственность субъектов федерации» и «муниципальная собственность», связанные с населением, проживающим на конкретной территории, интересам которого и которому по замыслу объекты собственности должны и обязаны служить, фактически не учитывают интересы самих наций, а наоборот, противопоставляют их друг другу. Действительно, исходной, определяющей мерой для установления

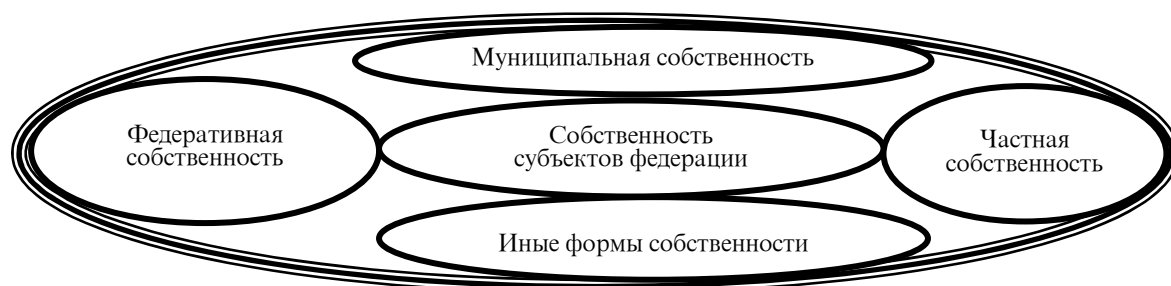


Рис. 5. Взаимодействие собственников и несобственников в России в стабильной постсоциалистической модели общественно-экономической формации

(==) – государственная защита неприкосновенности вида и форм собственности

применимости форм собственности следует считать соответствие экономического и экономико-политического представления их правовому представлению [5]. В этом плане существующее правовое представление указанных форм собственности позволяет соответственно государству, субъектам федерации и муниципальным образованиям владеть, пользоваться и распоряжаться объектами собственности как своими, но одновременно должны исключить возможность для всех других лиц владеть, пользоваться и распоряжаться ими, поскольку для них они являются чужими, не принадлежащими им. Становится ясно, что такие формы собственности и экономические интересы таких собственников, направленные по действующему законодательству на «обеспечение интересов большого количества людей, проживающих на конкретной территории» [7, с. 420], оказываются противопоставленными интересам этих людей. Кроме того, указанный трехслойный пирог из введенных форм собственности, создавая видимость трехкратного возникновения права собственности у отдельных групп населения, проживающих на конкретной территории, на самом деле прикрывает факт скрытого присвоения социальными институтами различного уровня фактических прав собственника, создавая на уровне государства благодатную почву для терроризма.

В то же время введенное в настоящее время законодателем (ч. 1 ст. 244 Гражданского кодекса РФ) наряду с понятием «частная собственность» понятие «общая собственность», круг участников которой законом не ограничен, может быть распространено и на все общество. Кроме того, предоставленная законом возможность самим участникам общей собственности выбирать ее форму подтверждают и с этой стороны принципиальную возможность перехода от коллизийного трехслойного пирога из форм собственности, обеспечивающих, по сути, интересы только предпринимчивой части общества, к публичной собственности, обеспечивающей интересы и общества, и его предпринимчивой части.

Поскольку и частная собственность с ее социальным фактором, и публичная собственность должны обладать равными правами при

обеспечении наполнения бюджета страны, который используется в интересах всего общества, его граждан и их организаций, а только общее или только частное являются крайними, вырожденными случаями, то в условиях меняющейся среды хозяйствования возникает острая необходимость в определении правовыми средствами оптимальных границ ведения хозяйственной деятельности и установления их оптимального качественно-количественного соотношения между публичной и частной собственностью

В качестве критерия эффективности могут служить отчисления в бюджет налогов с находящихся в частной и публичной собственности объектов собственности, которые могут показать, насколько эффективно при данном сочетании объектов частной и публичной собственности функционирует общество в целом и свободное частное общество как совокупность граждан и их организаций, подчиняющих свое поведение собственному усмотрению и собственному интересу.

Введение вместо форм собственности публичной собственности с ярко выраженной социальной направленностью и включение ее в эффективный хозяйственный оборот в интересах всего российского общества и его предпринимчивой части, на мой взгляд, с полным основанием позволяет говорить о ее более высокой конкурентоспособности по отношению к частной собственности, возможности более эффективного создания материальных благ для всего общества и каждого его члена, в том числе и для частных собственников. Изложенное с полным основанием позволяет сделать вывод о том, что публичную собственность можно рассматривать как частную, участвующую в хозяйственном обороте и имеющую максимальную социальную составляющую, где все граждане выступают в роли сособственников.

Особое значение при этом в меняющихся условиях хозяйствования приобретает связанный с личностью такой объект частной собственности, как материальные блага. Если теперь воспользоваться классификационным признаком, делящим в общем случае материальные блага граждан по назначению и цели использования, то существование человека можно связать с та-



кой формой частной собственности, как личная собственность, оставив за частной собственностью лишь право участвовать в извлечении прибыли [12, 13]. Наличие личной собственности дает возможность каждому гражданину обеспечить свое достойное существование, что вполне соответствует мнению Г.В.Ф. Гегеля, который считал, что «лишь в собственности лицо выступает как разум» [3].

Отказ от трехслойного пирога из форм собственности и переход к публичной собственности полностью разрешает национальный вопрос и ликвидирует российский терроризм как его крайнее выражение. Каждый гражданин РФ как член российского общества независимо от его национальной принадлежности становится без выделения его доли сособственником всех богатств, которые находятся на территории РФ на праве межнациональной публичной совместной собственности (публичной собственности) граждан (рис. 6).

Поскольку публичная собственность вместе с социальным фактором частной собственности направлена на обеспечение жизнедеятельности граждан РФ, то при таком подходе исчезает материальная основа возникновения национального вопроса, а значит и материальная основа терроризма, поскольку не выделенная в публичной собственности доля обеспечивает каждому гражданину РФ его рождение, детство, образование, лечение, жилье, питание, старость и т. п., т. е. то, что оказывается в полной мере связано с обеспечением жизни любого человека.

Введение публичной собственности в РФ с ее ярко выраженной наднациональной, чисто граж-

данской социальной направленностью позволяет включить ее в эффективный экономический оборот для наполнения бюджета в интересах всех народов российского общества и сделать ее конкурентоспособной по отношению к частной собственности с ее элементом социальной направленности. Действительно, не только через основанное сегодня на частной собственности предпринимательство, но и сообща члены общества вполне способны получить достойные материальные блага для своей жизни, при этом в рамках социальной составляющей оптимальное соотношение публичной и частной собственности, обеспечивающее максимальное наполнение бюджета страны, оказывается в целевом плане более гибким и эффективным, чем только частная или только публичная собственность.

В условиях такого оптимального сочетания частной и публичной собственности, обеспечивающего максимальное наполнение бюджета, государство и его социальные институты перестают быть собственниками народного достояния и приобретают права, обязанности и ответственность лишь по пользованию и распоряжению в интересах общества и его предпринимчивой части переданными им собственником – обществом объектов собственности без права владения ими. В этом плане при ориентации на меняющуюся среду хозяйствования понятие «распоряжаться» приобретает принципиально иное значение, нежели при направленности на стабильность социально-экономической сферы, и является синонимом понятия «управлять» и связано лишь с созданием условий, обеспечивающих возможность извлечения из объекта

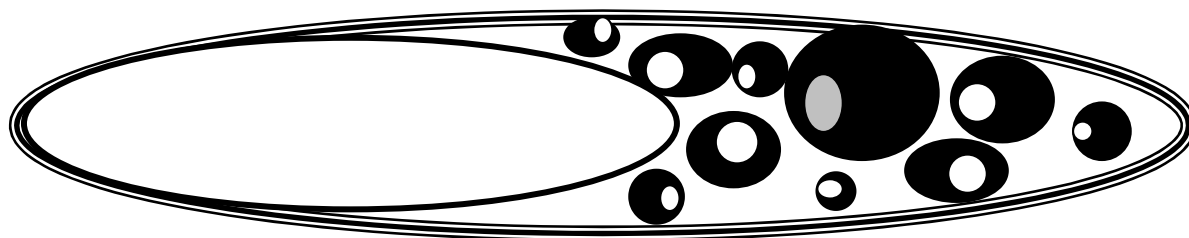


Рис. 6. Оптимальное сочетание публичной и частной собственности по критерию максимизации наполнения бюджета

○ – публичная собственность; ● – частная собственность; ● – социально-значимый характер частной собственности;
══ – государственная защита неприкосновенности форм собственности

собственности максимально полезных свойств, а потому никоим образом не может быть связано с изменением юридической судьбы объекта собственности. С учетом этого отношения между собственниками и несобственниками по отношению к объектам собственности будут выразаться:

- для собственников – *в сочетании на основе права владеть*, т. е. иметь в своей собственности, называть объекты собственности по праву своими и непосредственно определять их юридическую судьбу, *права пользоваться*, т. е. получать пользу, выгоду, прибыль, барыш, наживу, и *права распоряжаться* для наиболее полного удовлетворения потребностей собственника, т. е. править, управлять, принимать меры, отдавать приказания, заведовать, надзирать за объектами собственности, в том числе сдавать их в аренду, передавать в залог и т. п. без права определять их юридическую судьбу, принадлежащими ему объектами собственности, *в обязанности* нести бремя по содержанию принадлежащих ему объектов собственности и не нарушать права третьих лиц и *в ответственности* за неисполнение и ненадлежащее исполнение своих прав и обязанностей;

- для несобственников при отсутствии волеизъявления собственника – *в сочетании обязанностей* не владеть, не пользоваться, не распоряжаться и не нарушать права третьих, *в праве* не нести бремя по содержанию не принадлежащих ему объектов собственности и *в ответственности* за неисполнение и ненадлежащее исполнение своих прав и обязанностей;

- для несобственников при волеизъявлении собственника и согласии несобственников – *в сочетании прав несобственников* пользоваться, распоряжаться объектами собственности для наиболее полного удовлетворения потребностей собственника, *в обязанности* нести оговоренное с собственником бремя по содержанию переданных ему объектов собственности, не нарушать права собственника и третьих лиц и *в ответственности* перед собственником за неисполнение и ненадлежащее исполнение своих прав и обязанностей.

Оптимальный уровень жизнедеятельности общества и его предприимчивой части, обеспе-

чивающий решение национального вопроса и исключение материальной основы терроризма, будет определяться следующими сочетаниями прав, обязанностей и ответственности:

- для собственников – *в праве* владеть, владеть и пользоваться, владеть и распоряжаться, владеть, пользоваться и распоряжаться; *в обязанности* нести бремя по содержанию принадлежащих ему объектов собственности, не нарушать права третьих лиц, а также нести бремя по содержанию принадлежащих ему объектов собственности и не нарушать права третьих лиц; *в ответственности* за неисполнение своих прав и неосуществление обязанностей, за ненадлежащее исполнение своих прав и осуществление обязанностей, а также за неисполнение и ненадлежащее исполнение своих прав и осуществление обязанностей;

- для несобственников при отсутствии волеизъявления собственника – *в обязанности* не владеть, не владеть и не пользоваться, не владеть и не распоряжаться, не владеть, не пользоваться и не распоряжаться, не нарушать права третьих лиц и сочетанием последней с выше указанными обязанностями; *в праве* не нести бремя по содержанию принадлежащих собственнику объектов собственности; *в ответственности* за неисполнение своих прав и неосуществление обязанностей, за ненадлежащее исполнение своих прав и осуществление обязанностей, за неисполнение и ненадлежащее исполнение своих прав и осуществление обязанностей;

- для несобственников при наличии волеизъявления собственника и согласии такого несобственника – *в праве* пользоваться, распоряжаться, а также пользоваться и распоряжаться переданными ему собственником объектами собственности; *в обязанности* нести оговоренное с собственником бремя по содержанию переданных ему объектов собственности, не нарушать права собственника и третьих лиц, а также нести оговоренное с собственником бремя по содержанию переданных ему объектов собственности и не нарушать права третьих лиц; *в ответственности* за неисполнение своих прав и неосуществление обязанностей, за ненадлежа-



щее исполнение своих прав и осуществление обязанностей, а также за неисполнение и ненадлежащее исполнение своих прав и осуществление обязанностей.

В этих условиях, с одной стороны, граждане РФ выступают как сособственники народного достояния – публичной собственности, а потому в этом плане у них исчезает материальная основа для терроризма, а с другой – частные собственники выступают здесь же равноправными с обществом участниками наполнения бюджета, используемого также и в их интересах.

Таким образом, введение наряду с частной собственностью вместо форм собственности публичной собственности, в рамках которой граждане различных национальностей на равных основаниях становятся сособственниками на праве общей совместной собственности, полностью решает так называемый национальный вопрос, в принципе исключает материальную основу терроризма как такового, лишает его экономической основы и политического смысла и открывает перспективу для воссоединения на основе публичной собственности братских народов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Даль, В.И.** Толковый словарь живого великорусского языка [Текст] / В.И. Даль. – В 4 т. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2003. – Т. 2. – 672 с.
2. **Сталин, И.** Вопросы ленинизма [Текст] / И. Сталин. – М.; Л.: Гос. изд-во, 1930. – 720 с.
3. **Гегель, Г.В.Ф.** Философия права [Текст] : пер. с нем. / Г.В.Ф. Гегель; ред. и сост. Д.А. Керимов и В.С. Нерсисянц; авт. вступ. ст. и примеч. В.С. Нерсисянц. – М.: Мысль, 1990. – 524 с.
4. **Маркс, К.** Сочинения [Текст] / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Изд. 2-е. – М.: Госполитиздат, 1968. – Т. 46, ч. 1. – 559 с.
5. **Домаков, В.В.** Закономерность изменения эффективности жизнедеятельности общества в условиях вариации среды хозяйствования [Текст] : диплом № 33-S на открытие / В.В. Домаков, В.П. Чернолес. – (23.11.2007 г., г. Москва. Регистр. № 445).
6. **Толстой, Ю.К.** К учению о праве собственности. [Текст] / Ю.К. Толстой // Правоведение. – 1992. – № 1.
7. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части первой (постатейный) [Текст] / руководитель авт. коллектива и отв. редактор д-р юрид. наук, проф. О. Н. Садилов. – М.: Юрид. фирма Контракт; Инфра-М, 1997. – XXII. – 778 с.
8. **Берк, Э.** Размышления о революции во Франции и заседаниях некоторых обществ в Лондоне, относящихся к этому событию [Текст] / Э. Берк. – М.: Рудомино, 1993. – 143 с.
9. **Домаков, В.В.** Онтология истории методов государственного управления в России [Текст] / В.В. Домаков. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2008. – 267 с.
10. **Эрлихман, В.** Выступление Владимира Путина по Чечне [Электронный ресурс] / В. Эрлихман // Ежедельник Собеседник. – 2003. – 10 июля. – Режим доступа: <http://www.sobesednik.ru/weekly/152/always/4194.phtml>
11. **Домаков, В.В.** Теория комплексирования в маркетинге медицинских товаров и услуг [Текст] / В.В. Домаков. – СПб.: Изд-во РНИИ «Электронстандарт», 1996. – 313 с.
12. **Домаков, В.В.** Теория права собственности в условиях реформирования [Текст] / В.В. Домаков. – СПб.: НТЦ КСБО ИВТОБ СПбГПУ, 2005. – Т. I. – 266 с.
13. **Домаков, В.В.** Теория права собственности в условиях реформирования [Текст] / В.В. Домаков. – СПб.: НТЦ КСБО ИВТОБ СПбГПУ, 2005. – Т. II. – 165 с.

УДК 33(075.8)

Ж.А. Мингалева, А.В. Наумов

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ТЕРРИТОРИИ»

Мировой финансовый кризис породил череду сложных и противоречивых процессов и явлений, поставивших экономику Российской Федерации на грань выживания. В первую очередь это выразилось в появлении большого числа угроз национальной экономической безопасности, многие из которых достигли своего критического уровня.

Понятие «экономическая безопасность» прочно вошло в научный оборот отечественных ученых и практиков, работающих в области управления экономикой, с начала 90-х гг. прошлого века. Интерес к данной проблематике был во многом обусловлен переходом к рыночной системе хозяйствования, в процессе которого возникли и серьезно обострились такие негативные явления, как спад производства, резкий скачок в дифференциации доходов населения, рост уровня безработицы, криминализация экономики и др. Примечательно, что категория «экономическая безопасность» впервые была введена в употребление в США в период Великой депрессии, когда Т. Рузвельт в президентском послании к нации использовал словосочетание *national economic security* (национальная экономическая безопасность).

Сегодня существует широкий спектр подходов к определению содержания понятия «экономическая безопасность» применительно к территориальным образованиям различного иерархического уровня. Однако до настоящего времени так и не удалось выработать единое толкование.

По мнению канадских специалистов, «экономическая безопасность – это совокупность условий, необходимых для долгосрочного устойчивого повышения производительности труда и капитала в целях достижения справедливости, безопасности и динамичности развития деловой среды, инновационной активности, при-

тока внешних и внутренних инвестиций, а также обеспечения постоянно растущего уровня жизни граждан страны» [1]. В. Busan считает, что экономическая безопасность характеризует такое состояние экономики, когда экономическое благополучие общественных отношений и стабильность внутреннего рынка страны хотя и зависят от действия внешних угроз, но негативное влияние последних нейтрализуется имеющимися резервами, позволяющими сохранить стабильность [2, с. 432–433]. С точки зрения С. Murdoch, угроза экономической безопасности государства возникает в том случае, когда происходят негативные изменения в объеме и распределении доходов и богатства, уровне занятости, инфляции, доступе на рынок, снабжении сырьем, экономическом суверенитете, т. е. в возможности контролировать широкий круг инструментов политики и ресурсов [3, с. 68]. Обобщая взгляды большинства зарубежных специалистов на содержание понятия «экономическая безопасность», следует отметить, что, по их мнению, основной характеристикой национальной экономической безопасности является экономическая независимость.

Анализ определений экономической безопасности, используемых в отечественной науке, позволяет, по мнению С.А. Афонцева, классифицировать их по четырем основным критериям [4, с. 48]:

- 1) интересы (общественные, государственные, личностные и т. д.);
- 2) устойчивость (социально-экономических систем и т. д.);
- 3) независимость (экономики от внешних рынков и т. д.);
- 4) различные комбинации указанных подходов.

Первый подход пользуется наибольшей популярностью. По мнению В.К. Сенчагова, «эко-



номическая безопасность – это состояние экономики и институтов власти, при котором обеспечиваются гарантированная защита национальных интересов, социальная направленность политики, достаточный оборонный потенциал, даже при неблагоприятных условиях развития внутренних и внешних процессов» [5, с. 99]. Однако такая трактовка вызывает ряд вопросов. Например, согласно Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г. национальные интересы представляют «совокупность внутренних и внешних потребностей государства в обеспечении защищенности и устойчивого развития личности, общества и государства» [6]. Из данной формулировки следует, что национальные интересы отражают в первую очередь потребность государства в защищенности и устойчивом развитии, при этом конкретные нужды общества и личности остаются в тени. Подобное толкование целесообразно в сложной экономической и социальной ситуации, но необходимо помнить, что именно разногласия в интересах общества и государства ведут к политической, социальной и экономической нестабильности.

Определение экономической безопасности через «устойчивость» акцентирует внимание на поддержании определенных характеристик функционирования экономики перед лицом негативных факторов. Так, С.Ю. Глазьев трактует понятие «экономическая безопасность» как «состояние национальной экономики, характеризующееся устойчивостью, «иммунитетом» к воздействию внутренних и внешних факторов, нарушающих нормальное функционирование общественного воспроизводства, подрывающих достигнутый уровень жизни населения и тем самым вызывающих повышенную социальную напряженность в обществе, а также угрозу самому существованию государства» [7, с. 4].

Третий подход к определению экономической безопасности (через «независимость») во многом схож с четвертым, в чистом виде практически не используется, а входит в состав определений, использующих понятия «интересы» и «устойчивость». Согласно данному подходу Л.И. Абалкин определяет экономическую безопасность как «совокупность условий и факто-

ров, обеспечивающих независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному совершенствованию и обновлению» [8, с. 4]. При этом указывается, что в условиях глобализации независимость означает не обособленность существования национальной экономики, а возможность достижения таких уровней развития производства, эффективности и качества продукции, которые обеспечивают ее конкурентоспособность на мировой арене.

Очевидно, что некоторые определения не могут быть включены в классификацию С.А. Афонцева. Так, В.Л. Тамбовцев предлагает понимать под экономической безопасностью той или иной системы «совокупность свойств состояния ее производственной подсистемы, обеспечивающую возможность достижения целей всей системы» [9, с. 45]. Однако, отдавая приоритет производственному аспекту проблемы, в этом случае из виду упускаются финансовые, социальные, экологические и другие факторы.

Анализ представленных определений позволяет дать следующее обобщенное толкование категории «национальная экономическая безопасность»: это долгосрочное состояние устойчивости национальной экономики к проявлению внешних и внутренних угроз социально-экономическому развитию, которое обеспечивает возможность защиты, согласования, удовлетворения и расширения интересов индивидов, хозяйствующих субъектов, государства, общества.

К сожалению, в отечественной литературе, посвященной экономической безопасности, практически отсутствуют работы, исследующие экономическую безопасность на региональном и муниципальном уровнях. Исключение составляют исследования, проводимые уже два десятилетия группой ученых Института экономики УрО РАН под руководством А.И. Татаркина и А.А. Куклина. Именно этим научным коллективом дано наиболее обобщенное и комплексное определение экономической безопасности региона как совокупности условий и факторов, характеризующих текущее состояние экономики, стабильность, устойчивость и поступатель-

ность ее развития, степень ее независимости и интеграции с экономикой Российской Федерации и позволяющих:

- проводить собственную экономическую политику, а также «безобвально» реагировать на резкие геополитические изменения в федерации;
- оказывать на договорной основе помощь сопредельным субъектам федерации, где существующая несбалансированная экономическая ситуация может негативно отразиться на экономических интересах территории;
- осуществлять (или, по крайней мере, начать осуществление) крупные экономические мероприятия (не ожидая помощи от федеральных органов власти) по неотложным социально-взрывным ситуациям, связанным с локальными экономическими бедствиями или экономическими просчетами;
- поддерживать соответствие действующих на территории региона экономических нормативов принятым в мировой практике (директивно утвержденным), с целью сохранения (или восстановления) достойного уровня жизни населения [10, с. 77–78].

Переходя к следующему иерархическому уровню – муниципальным образованиям, отметим, что именно стабильность функционирования отдельных муниципальных образований определяет экономическую безопасность отдельных регионов, от которой, в свою очередь, зависит национальная экономическая безопасность. Поэтому для комплексного исследования вопроса сущности экономической безопасности недостаточно анализировать экономическую безопасность региона. Более того, невнимание к региональному и особенно муниципальному аспектам проблемы экономической безопасности является существенным пробелом в современном механизме управления, так как сегодня в России учет вопросов экономической безопасности только на уровне государства не дает полной картины ее состояния и тенденций изменения, а главное – повышения уровня защищенности общества и бизнеса [11, с. 49].

Исследования в области экономической безопасности муниципального образования немногочисленны и недостаточно глубоки. Так, Д.С. Цыбин определяет экономическую безо-

пасность муниципального образования как «совокупность внутренних и внешних условий, благоприятствующих экономическому росту муниципальной экономики и ее способности удовлетворять потребности населения, обеспечивающих конкурентоспособность муниципального образования на внешних рынках, гарантирующих защиту его экономической сферы от различных угроз и потерь» [12, с. 14]. По мнению А.И. Татаркина и А.А. Куклина, экономическая безопасность территории муниципального уровня – «это совокупность условий и факторов, характеризующих текущее состояние экономики и предприятий, от которых зависит уровень жизни населения на данной территории» [10, с. 78].

Анализ существующих дефиниций экономической безопасности муниципального образования показывает, что во многих из них упускается из внимания процесс функционирования на территории муниципального образования института местного самоуправления, что является важным в законодательном выделении территории данного иерархического уровня. В юридической литературе под местным самоуправлением понимают «систему организации и деятельности граждан, обеспечивающую самостоятельное решение населением вопросов местного значения исходя из интересов всех жителей данной территории» [13, с. 33]. Аналогичное толкование содержится в соответствующем отечественном законодательстве, в том числе в Федеральном законе № 131-ФЗ от 12.05.2009 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [14].

На наш взгляд, при формулировании понятия «экономическая безопасность» на уровне муниципалитетов необходимо учитывать положения законодательства. Таким образом, можно дать следующее определение экономической безопасности муниципального образования: это состояние хозяйствующих субъектов и органов местного самоуправления, а также экономических и управленческих отношений между ними, при котором отсутствуют какие-либо угрозы (или эти угрозы могут быть ликвидированы без серьезных последствий, в рамках имеющихся полномочий) устойчивому развитию муници-



пальной экономики, обеспечивающему защиту социально-экономических интересов населения и основ функционирования местного самоуправления.

В заключение следует подчеркнуть, что помимо отмеченных в настоящей статье иерархических уровней экономической безопасности (экономическая безопасность государства, экономическая безопасность региона и экономиче-

ская безопасность муниципального образования) также особо выделяется уровень экономической безопасности хозяйствующего субъекта (фирмы). На каждом из этих уровней решаются как общие задачи, так и специфичные проблемы, присущие каждому конкретному уровню.

Работа выполнена в рамках Темплана-2010 ГОУ ВПО ПГУ по заказу Федерального агентства по образованию (тема № 1.5.10).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Backgrounder No. 6 – Economic Security [Электронный источник] // Canadian Security Intelligence Service. – Режим доступа: <http://www.csis.gc.ca/nwsrm/bckgrndrs/bckgrndr06-eng.asp> (дата обращения: 30.03.2011).
2. Buzan, B. New Patterns of Global Security in the Twenty-first Century [Text] / B. Buzan. – International Affairs, 1991. – P. 432–433.
3. Murdoch, C. Economic factors as objects of security: economic security and vulnerability [Text] // K. Knorr, F. Trager. Economic issues and national security. – L., 1977. – P. 68.
4. Афонцев, С.А. Национальная экономическая безопасность: на пути к теоретическому консенсусу [Текст] / С.А. Афонцев // Мировая экономика и международные отношения. – 2002. – № 10. – С. 48.
5. Сенчагов, В.К. О сущности и основах стратегии экономической безопасности России [Текст] / В.К. Сенчагов // Вопросы экономики. – 1995. – № 1. – С. 99.
6. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года [Текст] : Указ Президента РФ № 537 от 12.05.2009 г. / СПС «Консультант плюс».
7. Глазьев, С.Ю. Основы обеспечения экономической безопасности страны – альтернативный реформационный курс [Текст] / С.Ю. Глазьев // Российский экономический журнал. – 1997. – № 1.
8. Абалкин, Л.И. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение [Текст] / Л.И. Абалкин // Вопросы экономики. – 1994. – № 12.
9. Тамбовцев, В.Л. Объект экономической безопасности [Текст] / В.Л. Тамбовцев // Вопросы экономики. – 1994. – № 12.
10. Экономическая безопасность региона: единство теории, методологии исследования и практики [Текст] / А.И. Татаркин, А.А. Куликин и др. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1997.
11. Козицын, А.А. Экономическая безопасность как основа комплексной оценки состояния экономики территорий [Текст] / А.А. Козицын // Известия УрГЭУ. – 2006. – № 3 (15). – С. 49.
12. Цыбин, Д.С. Концептуальные основы экономической безопасности муниципального образования [Текст] / Д.С. Цыбин // Вологодские чтения. – 2002. – № 26. – С. 14.
13. Фадеев, В.И. Муниципальное право России [Текст] / В.И. Фадеев. – М., 1994.
14. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации [Текст] : Федер. закон № 131-ФЗ от 12.05.2009 г. / СПС «Консультант-плюс».

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Теневая экономика как хозяйственная деятельность, развивающаяся вне государственного учета и контроля, – явление глобального порядка, наблюдаемое во всех странах мира, независимо от типа экономической системы. В настоящее время сформировалась серьезная научно-методологическая база для исследования данного явления. В литературе уже давно нет однозначно отрицательно отношения к феномену «теневой экономики», напротив, выделяются ее конструктивные функции. В научном мире наиболее известны предложенные Д. Касселом [11], а именно:

- функция экономической смазки – сглаживание перепадов в экономической конъюнктуре при помощи перераспределения ресурсов между легальной и теневой экономикой;
- функция социального амортизатора – смягчение нежелательных социальных противоречий;
- функция встроенного стабилизатора – теневая экономика подпитывает своими ресурсами легальную (неофициальные доходы используются для закупки товаров и услуг в легальном секторе, «отмытые» преступные капиталы облагаются налогом и т. д.).

Ю.В. Латов выделил социальные функции теневой экономики, которые также обладают конструктивными свойствами для развития социально-экономических систем [7]:

- функция механизма институциональных инноваций;
- функция дубликата господствующих институтов;
- функция институциональной утилизации.

Соглашаясь с предложенными подходами, хотим обратить внимание на функцию, которая при всей алогичности также реализуется теневой экономикой, – функцию обеспечения безопасности.

Тезис, который обосновывается в данной статье, заключается в том, что теневую экономику,

а точнее теневые инструменты ведения бизнеса, можно рассматривать как средства обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов.

Данный тезис имеет два аспекта. Первый связан с рассмотрением вопросов обеспечения так называемой физической (силовой) безопасности экономических агентов при условии замещения государства на рынке правоохранительных услуг криминальными субъектами (рэкет, «криминальные» крыши и т. п.). Второй аспект связан с анализом используемых теневых практик хозяйствования как инструментов обеспечения непосредственно экономической безопасности субъектов бизнеса.

При рассмотрении первого аспекта проблемы, следует обратить внимание на то, что под физической (силовой) составляющей экономической безопасности мы понимаем защищенность собственности, имущественных прав, жизни и здоровья хозяйствующего субъекта и его персонала. Например, Г.С. Вечканов в состав силовой составляющей экономической безопасности включает физическую безопасность сотрудников, руководителей и клиентов фирмы (сохранность их жизни и здоровья от физических воздействий), сохранность имущества хозяйствующего субъекта от отрицательных воздействий (безопасность имущества, ценностей, активов), защиту информационных ресурсов фирмы от несанкционированного доступа [2]. Использование экономическими агентами криминальных субъектов в качестве поставщиков услуг по «физической» защите своего бизнеса может быть обусловлено как активными действиями криминальных субъектов, специализирующихся на рэкете, вымогательстве, «крышевании» и т. п., так и действиями (бездействиями) государства. По этому поводу известный американский экономист-криминолог Э. Эндерсон писал: «...Мафия выполняет функции прави-



тельства (исполнение законов и криминальное судопроизводство) в той сфере, где законная судебная (правоохранительная) система терпит фиаско в осуществлении своих полномочий» [9]. Однако при более углубленном анализе данной проблемы в качестве ее причины выступает неэффективная деятельность государства по производству такого чистого общественного блага, как безопасность. При этом неэффективность государства означает и недостижение целевого результата (т. е. низкое качество государственной правоохранительной услуги) и высокие затраты государства для обеспечения безопасности граждан и хозяйствующих субъектов, источником покрытия которых выступает общество, бизнес (т. е. высокая цена государственной правоохранительной услуги).

Важно понять, что хотя непосредственная купля-продажа чистых общественных благ, к которым мы относим безопасность, и отсутствует и на поверхности явлений они выступают для конкретного потребителя-индивида как бесплатные, общество фактически несет значительные затраты на их производство и в связи с этим оно вправе требовать от государства выполнения обязательств по производству данных благ в необходимых и достаточных масштабах, требуемых ценовых параметрах и соответствующего качества [6]. Если же государство при реализации аллокационной функции начинает предоставлять обществу, своим гражданам и субъектам бизнеса, потребителям эти особенные товары по завышенным ценам либо заниженного качества, то они вправе отказаться от приобретения таких услуг у государства или провести санацию самого недобросовестного производителя [3].

Особую опасность вызывает замещение государства на рынке правоохранительных услуг субъектами организованной преступности. Именно эти неформальные, часто нелегитимные институты становятся соперниками государства, конкурентами в предоставлении замещаемых услуг населению и бизнесу: они выполняют функции реальной юстиции, разрешая хозяйственные споры, отправляя «правосудие» и реализуя наказание по «приговорам», обеспечивая возврат долгов и т. д. Они же выполняют

функции по охране и безопасности бизнеса и отдельных граждан, полицейские функции, функции по сбору налогов, идущих, разумеется, мимо бюджета государства или муниципалитета [5].

Использование криминальных субъектов в качестве поставщиков услуг «безопасности» практически всегда носит вынужденный характер для экономических агентов. При условии высокой цены государственной правоохранительной услуги эта «вынужденность» предопределена экономически и основана на непосильной налоговой нагрузке со стороны государства на бизнес. Низкое качество, выраженное в высоком уровне преступности, открывает перед криминальными субъектами большие возможности в сфере навязывания своих внесударственных услуг по физической защите бизнеса, отказываясь от которых, экономический агент теряет возможность вести хозяйственную деятельность на подконтрольной для «криминальной крыши» территории (рэкет).

Однако для российской экономики использование хозяйствующими субъектами в качестве источников защиты криминальных субъектов имеет и несколько иную причину, обусловленную особым историческим генезисом российского предпринимательства. Так, например, Ю.В. Латов отмечает: «Поскольку само позднесоветское и постсоветское предпринимательство развивались в теневой сфере, они <хозяйствующие субъекты> принципиально не могли пользоваться услугами институтов легального инфорсменты. Роль защитника теневых прав собственности взяли на себя факторы все той же теневой экономики – структуры организованной преступности, занимающейся рэкет-бизнесом. Исторически и логически первичной формой теневой защиты прав собственности предпринимателей в СССР/России являлась “бандитская крыша”».

С конца 1970-х гг. неорганизованные побои «воров» с «цеховиков» были заменены планомерной выплатой подпольными предпринимателями 10 % от их доходов в «воровские общаки» в обмен на гарантированную безопасность от преступного мира. Бандитская «десятина» являлась устойчивым компонентом

издержек российского предпринимательства до конца 1990-х гг.» [7]. В ходе дальнейшего генезиса, отмечает далее автор, к настоящему времени сформировалась «плюралистическая система защиты прав собственности: легальная государственная правоохранительная деятельность отчасти дополняется, отчасти подменяется двумя разновидностями нелегальной («бандитские крыши» и «милиейские крыши») и одной разновидностью легальной, но не государственной правоохранительной деятельностью («коммерческие крыши»). Эволюция этой системы привела к победе «милиейских крыш» над «бандитскими» и «коммерческими». К концу 1990-х гг. под «бандитскими крышами» остались в основном те сегменты рынка, где высока доля нелегальных операций и где оплата происходит наличными (прежде всего, сфера розничной торговли)» [Там же].

Судя по результатам конкретных исследований, масштабы насилия в российской экономике в целом довольно велики: по данным социологических опросов от 30 до 40 % руководителей предприятий лично сталкивались со случаями рэкета, вымогательства, попытками поставить предприятие под контроль криминальных групп [4].

Таким образом, присутствие криминальных структур в обеспечении силовой составляющей экономической безопасности хозяйствующих субъектов является объективной реальностью, несмотря на то, что в настоящее время «бум криминальных крыш», произошедший в 90-х гг., преодолен.

Второй аспект рассматриваемой проблемы связан с анализом используемых теневых практик хозяйствования как инструментов обеспечения непосредственно экономической безопасности субъектов бизнеса.

Чем хуже легальные экономические условия (кризисные явления в экономике, высокие административные барьеры, плохая институциональная среда и т. д.), тем опаснее с экономической точки зрения нахождение субъекта в экономической системе. А «поиск спасения», как правило, приводит субъекты в теневой сектор или к использованию теневых практик хозяйствования. Причем, это касается как производите-

лей, стремящихся путем уклонения от налогов и исполнения других законных обязательств максимизировать прибыль, так и потребителей, испытывающих дефицит легальных и доступных по ценовым параметрам товаров и услуг.

В данном случае важно различать вынужденное нахождение «в тени» из соображений безопасности и ведение бизнеса «в тени» по причине отсутствия способностей или желания осуществления хозяйственной деятельности в рамках закона. Граница между двумя выделенными причинными факторами ведения теневого бизнеса весьма относительная, так как весьма сложно определить: исчерпал ли на самом деле субъект все законные способы ведения бизнеса, прежде чем перейти «в тень», или же имеет место отсутствие желания (низкая трудоспособность и т. д.) или в принципе способностей (образование, предпринимательские способности и т. д.) добиться успеха в легальном секторе через легальные инструменты. Также следует различать понятия «вынужденное нахождение в тени из соображений безопасности», и «вынужденное как вытекающее из рационализации поведения экономическим агентом в рамках модели *прибыль – риск – затраты*». В первом случае использование теневых практик происходит только для целей сохранения бизнеса, ибо по другому нельзя. Во втором имеет место банальная корысть «*homo-economics*»: стремление к быстрым деньгам, которые по истечении времени легализованные и использованные в легальном экономическом поле (иногда даже для таких благородных целей, как благотворительная и спонсорская помощь) будут рассматриваться как «оправданные целью средства». Схожая (однако не тождественная) классификация мотивов ухода экономических агентов «в тень» приводится в работе А.К. Моденова [8], который выделяет «вынужденно провоцируемую» и «преступно иницируемую» криминализованную экономическую деятельность. Для первой мотив ухода «в тень» обусловлен наличием неблагоприятных для свободного и динамичного развития экзогенных, внешних условий, создаваемых преимущественно структурами неэффективного государства (в области налоговой, таможенной, тарифной и иной политики). Не-



посильные обязательства перед государством (мощный налоговый пресс и т. д.) могут вынуждать бизнес на сокрытие доходов и иные преступления. Для «преступно иницируемой» криминализированной экономической деятельности мотив ухода «в тень» обусловлен стремлением к максимизации прибыли любыми, в том числе и преступными средствами.

В данном случае, несмотря на обозначенную выше условность, именно граница в мотивах ухода «в тень» одновременно будет отделять теневую экономику – инструмент экономической безопасности от теневой экономики – способ незаконного (по сути) обогащения.

В качестве конкретных примеров обеспечения экономической безопасности посредством теневых инструментов можно рассматривать: коррупционные отношения, обеспечивающие доступ к определенным ресурсам; теневую занятость как инструмент компенсации потерь (недополученных доходов) в легальной сфере; уклонение от уплаты налогов, и т. д. Причем все эти инструменты взаимосвязаны. Так, например, коррупционные платежи требуют свободных, как правило, наличных денежных средств, источником которых являются средства, либо сэкономленные на уплате налогов, либо полученные в ходе оформления фиктивных (несуществующих фактически) операций.

Эти же самые инструменты могут использоваться и не для целей безопасности бизнеса, а для сугубо корыстных незаконных по сути целей – несправедливого обогащения. Различие здесь видится еще и в следующем:

- в первом, «вынужденном», случае теневые практики используются только для целей безопасности, как крайняя мера, и при улучшении легальных экономических условий субъект легко отказывается от них. Этот случай хорошо отражается в идее Томаса Гоббса: «когда в общественном взаимодействии участвует большое число людей, преследование сугубо эгоистических целей некоторым подмножеством участников взаимодействия побуждает всех его участников вести себя аналогичным образом – просто ради того, чтобы *защитить* себя от членов этого подмножества» [1];

- во втором случае теневые практики также поддерживают безопасность субъекта, но безопасность уже не является целью использования теневых практик. Их использование или неиспользование в меньшей степени зависит от внешних условий хозяйствования. Теневые практики хозяйствования здесь именно бизнес, способ «зарабатывания» денег, а не инструмент его сохранения в «плохие годы».

Как мы уже отметили, одни и те же теневые инструменты могут быть использованы как в первом, так и во втором случае. Убедимся в этом на примере коррупции.

В первом случае коррупция как форма необходимой самозащиты возникает в тех случаях, когда отдельные представители государственной власти, руководители частных структур, используя имеющиеся в их распоряжении рычаги давления (от морального и административного до физического), вынуждают субъекта, имеющего более низкий, подчиненный (зависимый) статус, вступать в коррупционные отношения [10].

Во втором случае коррупция проявляется, например, как форма уклонения от правомерного давления институтов государственной власти; возникает в случае, когда корруптер стремится вступить в коррупционные экономические отношения с целью ухода от наказания за более тяжкое преступление [10].

Таким образом, представленные в данной статье доводы и аргументы позволяют доказательно обосновать выдвинутый в начале ее тезис о том, что теневая экономика, несмотря на общее деструктивное воздействие на экономическую безопасность страны и отдельных ее субъектов, реализует и функцию безопасности, которую следует рассматривать двусторонне:

- обеспечение так называемой физической (силовой) безопасности экономических агентов при условии замещения государства на рынке правоохранительных услуг криминальными субъектами (рэкет, «криминальные крыши» и т. п.);
- использование теневых практик хозяйствования как инструментов обеспечения непосредственно экономической безопасности субъектов бизнеса.

При этом теневая экономика обеспечивает безопасность не только субъектов, находящихся в теневом секторе, но и экономических агентов, ведущих хозяйственную деятельность в легальном секторе с соблюдением всех формальных норм и правил. Существует достаточно научных разработок, в которых статистически доказано, что теневая экономика в умеренных масштабах оказывает дополнительное стимулирующее воздействие на экономический

рост. При этом экономический рост, согласно некоторым исследователям проблем экономической безопасности, является ключевой составляющей, а иногда и основой экономической безопасности страны. Логически объединяя два последних вывода, нетрудно сделать умозаключение, согласно которому теневая экономика в умеренных масштабах становится фактором поддержания экономической безопасности страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Бреннан, Дж.** Причина правил [Текст] / Дж. Бреннан, Дж. Бьюкенен; перевод с англ. А.П. Заостровцева. – СПб.: ГУ ВШЭ, 2005. – С. 114.
2. **Вечканов, Г.С.** Экономическая безопасность [Текст] : учебник для вузов [Текст] / Г.С. Вечканов. – СПб.: Питер, 2007.
3. **Грачев, А.В.** Экономическая наука на службе правоохранительной деятельности органов внутренних дел [Текст] / А.В. Грачев // Вестник Санкт-Петербургского ун-та МВД России. – 2010. – № 4.
4. **Гудий, Ю.С.** Понятие, виды и влияние теневой экономики [Электронный ресурс] / Ю.С. Гудий. – Режим доступа: <http://nbene.narod.ru/econom/feconom15.htm> (дата обращения: 19.01.2011).
5. **Колесников, В.В.** Инструментарий экономической теории права в законодательной и правоприменительной практике [Текст] / В.В. Колесников // Экономика и право: институциональный подход в обеспечении законности и правопорядка: тезисы выступлений / науч. ред. проф. В. В. Колесников. – СПб.: СПбЮИ – филиал Академии Генеральной прокуратуры РФ, 2008.
6. **Колесников, В.В.** Экономическое развитие и преступность [Текст] : моногр. / В.В. Колесников // Современные проблемы и стратегия борьбы с пре-
- ступностью / науч. ред. В.Н. Бурлаков, Б.В. Волженкин. – СПб.: Изд. дом СПбГУ, Изд-во юрид. факультета СПбГУ, 2005. – С. 267–351.
7. **Латов, Ю.В.** Социальные функции теневой экономики в институциональном развитии постсоветской России [Текст] : дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.03 / Ю.В. Латов. – Тюмень, 2008.
8. **Моденов, А.К.** Методология формирования механизма противодействия криминализации экономики России в условиях глобализации [Текст] : дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / А.К. Моденов. – СПб., 2005.
9. **Эндерсон, Э.** Организованная преступность, мафия и правительство [Текст] / Э. Эндерсон // Экономика и организация промышленного производства. – 1994. – № 3. – С. 161.
10. **Юхачев, С.П.** Коррупция как экономические отношения социума [Текст] : автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.01 / С.П. Юхачев. – Тамбов, 2006.
11. Cassel D., Cichy U. The Shadow Economy and Economic Policy in East and West: A Comparative System Approach [Text] / D. Cassel, U. Cichy // The Unofficial Economy. Consequences and Perspectives in Different Economic Systems / Ed. by S. Alessandrini and B. Dallago. – Gower, 1987. – P. 140–141.

О ВЛИЯНИИ ОПЕРАЦИЙ СПЕКУЛЯТИВНОГО ХАРАКТЕРА НА БАЛАНС СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Реальные процессы в экономике демонстрируют как тенденции приближения к балансу спроса и предложения, так и различные формы отклонения от него. Известно [1], что операции купли-продажи, проводимые спекулянтом, могут уменьшать или увеличивать колебания спроса и предложения. В данной работе нас будет интересовать влияние операций спекулятивного характера на механизм установления равновесных цен.

Для обсуждения преимуществ и недостатков, связанных с присутствием спекулянтов в экономике, рассмотрим рынок одного товара и действующих на нем производителя и потребителя. Товар будем считать бесконечно делимым и однородным, а вкусы потребителя и удельные издержки на производство единицы товара постоянными. Предположим, что зависимость спроса D на товар от цены p за единицу этого товара является убывающей функцией $D(p)$, а поступление товара на рынок характеризуется возрастающей функцией предложения $S(p)$. Для простоты рассуждений условимся считать, что $S(p) = 0$, $0 \leq p \leq p_{\min}$ и $D(p) = 0$, $p \geq p_{\max}$.

Таким образом, мы предполагаем, что если цена на товар выше некоторого значения $p_{\max}$, то спрос на товар полностью исчезает. Кроме того, если цены не достигли некоторого уровня $p_{\min}$ (можно считать, что цена $p_{\min}$ совпадает с удельными издержками на производство единицы товара), то товар не продается.

Как известно [1], состояние равновесия соответствует равенству спроса и предложения:

$$D(p) = S(p). \quad (1)$$

Причем в силу сделанных предположений уравнение (1) имеет единственное решение p^0 , $p_{\min} \leq p^0 \leq p_{\max}$. Цену p^0 обычно называют равновесной ценой.

«Паутинообразная» модель [1, 2] заключается в реализации процесса «нащупывания» равновесной цены. Использование этой модели требует введения дискретного времени t ($t = 0, 1, \dots$) и дополнительных предположений относительно рынка:

а) объем товара, поступающего на рынок в момент t , определяется ценой товара в момент $(t-1)$;

б) весь поставленный на рынок товар покупается, запасы товара невозможны.

При этих требованиях справедливо рекуррентное соотношение

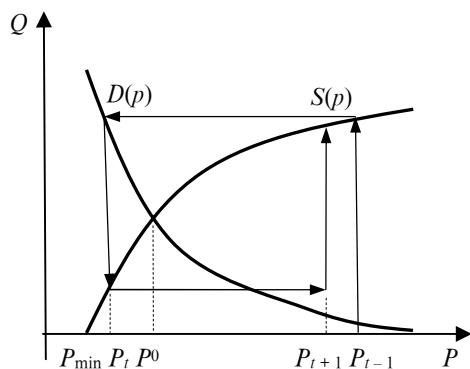
$$D(p_t) = S(p_{t-1}), \quad (2)$$

которое задает последовательность значений цен (p_t) , $t = 0, 1, \dots$ в моменты времени t , определяющие процесс «нащупывания». Если последовательность (p_t) сходится к p^0 , то на рынке с течением времени устанавливается равновесная цена p^0 . В случае, когда последовательность не сходится к p^0 , положение на рынке считают неустойчивым.

Положим, что

$$\lambda = \left| \frac{p_t - p^0}{p^0 - p_{t-1}} \right|. \quad (3)$$

Если для каждого t имеем $\lambda < 1$, то последовательность (p_t) , очевидно, сходится к p^0 . В противном случае сходимости нет (имеется в виду случай $\lambda \geq 1$). Сказанное можно представить геометрически (см. рисунок).



«Скручивающаяся паутина»

Изображенная на рисунке последовательность горизонтальных и вертикальных стрелок называется паутиной. В данном случае мы видим скручивающуюся паутину, т. е. последовательность (p_t) сходится к p^0 .

На рисунке функция $D(p)$ выпуклая, а функция $S(p)$ – вогнутая. Если бы $S(p)$ была выпуклой функцией, то описанный процесс был бы расходящимся [1].

Случай, когда функции спроса и предложения являются линейными, т. е. и выпуклыми и вогнутыми одновременно, детально изучен в работе [3]. Если допустить, что

$$\begin{aligned} D(p_t) &= \begin{cases} A(p_{\max} - p), & 0 \leq p \leq p_{\max}; \\ 0, & p \geq p_{\max}, \end{cases} \\ S(p) &= \begin{cases} 0, & p \leq p_{\min}; \\ B(p - p_{\min}), & p \geq p_{\min}, \end{cases} \end{aligned} \quad (4)$$

то тогда по (3) получим $\lambda = B/A$. Здесь коэффициенты A и B считаются положительными. Таким образом, в линейном случае процесс может быть и сходящимся ($B < A$), и расходящимся ($B \geq A$). В последнем случае, как показано в [3], ситуацию в положительную сторону может изменить присутствие на рынке еще одного участника – спекулянта, который при понижении цены закупает Δ единиц товара (в [3] взято $\Delta = \gamma S(p_{t-1})$), т. е. выступает в роли дополнительного потребителя, и позже продает эти Δ единиц, выступая уже в роли поставщика. Предполагается, что эти операции может выполнять и сам производитель путем организации временного складирования части товара.

Цель данной статьи – установить перечисленные выше эффекты в случае, когда спекулянт выбирает значение Δ в другом, отличном от

предложенного в [3] виде. Будем считать, что с некоторым γ ($0 \leq \gamma \leq 1$) выполняется равенство

$$\Delta = \gamma(S(p_{t-1}) - D(p_{t-1})). \quad (5)$$

Такое определение представляется более естественным: закупки и продажи пропорциональны разности между предложением и спросом. Более того, это позволит расширить область параметров, в которой полученные выводы будут справедливы, и, самое главное, расширить классы функций предложения и спроса.

Математическая модель поведения спекулянта. В связи с появлением на рынке агента, действия которого носят спекулятивный характер, нельзя считать определяющим равенство (2). Поэтому мы воспользуемся схемой действий спекулянта, предложенной в [3]. Если спекулянт, закупая при понижении цены Δ единиц товара, выступает в роли потребителя, то должно выполняться равенство

$$D(p_t) + \Delta = S(p_{t-1}), \quad p_{t-1} > p^0. \quad (6)$$

При продаже этих Δ единиц товара естественно считать выполненным равенство

$$D(p_{t+1}) = \Delta + S(p_t), \quad p_t < p^0. \quad (7)$$

Итак, мы предполагаем справедливыми равенства (5)–(7). Параметр γ из (5) остается при этом неопределенным. На его определении мы остановимся позже, а сейчас найдем условия для γ , при которых цены на рынке будут стремиться к равновесным.

Будем считать, что функции спроса $D(p)$ и предложения $S(p)$ являются дифференцируемыми при $p \in (p_{\min}, p_{\max})$ и удовлетворяют следующим соотношениям:

$$|S'(p) - B| \leq B\epsilon_1; \quad |D'(p) + A| \leq A\epsilon_2, \quad (8)$$

где $A, B, \epsilon_1, \epsilon_2$ – некоторые положительные числа, причем $\epsilon_1, \epsilon_2 < 1$. По-прежнему будем предполагать, что функция $D(p)$ убывает, а функция $S(p)$ возрастает.

Необходимо сделать некоторые преобразования введенных величин. При этом здесь и в дальнейшем мы будем пользоваться теоремой Лагранжа, обозначая промежуточные точки для функций $D(p)$ и $S(p)$ через p^D и p^S соответственно. Имеем:

$$\begin{aligned} \Delta &= \gamma(S(p_{t-1}) - D(p_{t-1})) = \gamma(S(p_{t-1}) - \\ &- S(p^0) - (D(p_{t-1}) - D(p^0)) + S(p^0) - \\ &- D(p^0)) = \gamma(S'(p_{t-1}^S) - D'(p_{t-1}^D))(p_{t-1} - p^0), \end{aligned} \quad (9)$$



где промежуточные точки p_{t-j}^D , p_{t-j}^S лежат между точками p^0 и p_{t-j} , $j = \pm 1, 0$.

Теперь пусть в момент $(t-1)$ справедливо неравенство $p_{t-1} > p^0$, тогда согласно неравенству $p_t < p^0$, вытекающему из (1), в следующий момент времени t происходит снижение цены. Спекулянт, ориентируясь на это снижение, закупает товар в объеме Δ . Эти рассуждения приводят к справедливости соотношения (6), что позволяет сравнить расстояния от p_t до p^0 и от p^0 до p_{t-1} . Имеем

$$\begin{aligned} \frac{p^0 - p_t}{p_{t-1} - p^0} &= \frac{p^0 - p_t}{D(p^0) - D(p_t)} \times \\ &\times \frac{S(p^0) - S(p_{t-1}) + \Delta}{p_{t-1} - p^0} = -\frac{S'(p_{t-1}^S)}{D'(p_t^D)} + \\ &+ \frac{p^0 - p_t}{D(p^0) - D(p_t)} \frac{\Delta}{p_{t-1} - p^0} = -\frac{S'(p_{t-1}^S)}{D'(p_t^D)} + \\ &+ \frac{\gamma(S'(p_{t-1}^S) - D'(p_{t-1}^D))}{D'(p_t^D)}. \end{aligned} \quad (10)$$

Сделаем некоторые преобразования выражений из (10). Прежде всего заметим, что выполняется соотношение

$$\frac{D'(p_t^D)}{D'(p_{t-1}^D)} > \frac{A - A\varepsilon_2}{A + A\varepsilon_2} = \frac{1 - \varepsilon_2}{1 + \varepsilon_2} = \beta. \quad (11)$$

Теперь введем следующее обозначение: $\mu_t = -S'(p_t^S)/D'(p_t^D)$. Будем считать, что в любой момент времени $\mu_t \geq \beta$. В противном случае нужно провести рассуждения, аналогичные приведенным ниже.

Вернемся к равенству (10). Из него видно, что для того, чтобы выполнялись нужные нам условия $p_t < p^0$ и $p^0 - p_t < p_{t-1} - p^0$, мы должны потребовать выполнения условия $0 < \mu_{t-1} - \gamma(\mu_{t-1} + 1) < \beta$ или, что одно и то же,

$$(\mu_{t-1} - \beta) / (\mu_{t-1} + 1) < \gamma < \mu_{t-1} / (\mu_{t-1} + 1). \quad (12)$$

Левая и правая части (12) как функции от μ_{t-1} , очевидно, являются возрастающими функциями. Поэтому, полагая, что

$$\mu_{\max} = B(1 + \varepsilon_1) / (A(1 - \varepsilon_2)),$$

$$\mu_{\min} = B(1 - \varepsilon_1) / (A(1 + \varepsilon_2)),$$

$$\mu_{\min} \leq \mu_{t-1} < \mu_{\max}$$

и используя соотношения (10) и (12), приходим к следующему выводу. Достаточные для сходимости цен p_t к равновесной цене p^0 условия $p_t < p^0$ и $p^0 - p_t < p_{t-1} - p^0$ будут выполнены, если параметр γ удовлетворяет двойному неравенству вида

$$(\mu_{\max} - \beta) / (1 + \mu_{\max}) < \gamma < \mu_{\min} / (1 + \mu_{\min}). \quad (13)$$

Переход от p_t к p_{t+1} (этап сбыта спекулянтом Δ единиц товара) обосновывается аналогично. Справедливыми при этом оказываются соотношения (7), (9), (10), используя которые получим:

$$\begin{aligned} \frac{p_{t+1} - p^0}{p^0 - p_t} &= \frac{p_{t+1} - p^0}{D(p_{t+1}) - D(p^0)} \times \\ &\times \frac{S(p_t) - S(p^0) + \Delta}{p^0 - p_t} = -\frac{S'(p_t^S)}{D'(p_{t+1}^D)} + \\ &+ \frac{\gamma(S'(p_{t-1}^S) - D'(p_{t-1}^D))}{D'(p_{t+1}^D)} \frac{p_{t-1} - p^0}{p^0 - p_t} = -\frac{S'(p_t^S)}{D'(p_{t+1}^D)} + \\ &+ \frac{\gamma(S'(p_{t-1}^S) - D'(p_{t-1}^D))}{-S'(p_{t-1}^S) + \gamma(S'(p_{t-1}^S) - D'(p_{t-1}^D))} \frac{D'(p_t^D)}{D'(p_{t+1}^D)}. \end{aligned} \quad (14)$$

Таким образом, неравенства $p_{t+1} > p^0$ и $p^0 + p_{t+1} < p_t - p^0$ будут иметь место, если

$$0 < \mu_t - \gamma(\mu_{t-1} + 1) / (\mu_{t-1} - \gamma(\mu_{t-1} + 1)) < \beta. \quad (15)$$

Левое неравенство здесь будет выполняться, если

$$\frac{\gamma(\mu_{t-1} + 1)}{\mu_{t-1} - \gamma(\mu_{t-1} + 1)} < \mu_{\min},$$

что равносильно неравенству

$$\gamma < \frac{\mu_{\min}}{1 + \mu_{\min}} \frac{\mu_{t-1}}{1 + \mu_{t-1}}.$$

Отсюда следует, что левое неравенство в (14) справедливо, если параметр γ удовлетворяет неравенству

$$\gamma < \left(\frac{\mu_{\min}}{1 + \mu_{\min}} \right)^2. \quad (16)$$

Обсуждая правое неравенство в (15), отметим, что оно следует из неравенства

$$\mu_{\max} - \beta < \gamma(\mu_{t-1} + 1) / (\mu_{t-1} - \gamma(\mu_{t-1} + 1)),$$

которое в свою очередь вытекает из соотношения

$$\frac{\mu_{\max} - \beta}{1 + \mu_{\max} - \beta} \frac{\mu_{\max}}{1 + \mu_{\max}} < \gamma. \quad (17)$$

Сравнивая неравенства (13), (16), (17), видим, что все они будут иметь место, если выполняется следующее двойное неравенство:

$$\frac{\mu_{\max} - \beta}{1 + \mu_{\max}} < \gamma < \left(\frac{\mu_{\min}}{1 + \mu_{\min}} \right)^2. \quad (18)$$

Итак, последовательность цен p_t сходится к равновесной цене p^0 , если параметр γ удовлетворяет соотношению (18).

Конечно, еще что-то должно заставлять спекулянта действовать так, чтобы в конечном итоге число γ оказалось в интервале (18). Мотивацией таких действий, также как и в [3], является стремление спекулянта максимизировать свою прибыль.

Мотивация действий спекулянта. Из приведенных выше рассуждений следует, что прибыль

$$\pi(\gamma) = \Delta(p_{t+1} - p_t), \quad (19)$$

получаемая спекулянтом в результате купли-продажи партии товара объемом Δ , является положительной на каждом витке паутины, если число γ берется из интервала (18). Считая справедливым последнее предположение, найдем максимальное значение прибыли (19). Для этого выполним следующие преобразования:

$$\begin{aligned} \pi(\gamma) &= \Delta(p_{t+1} - p^0) \frac{p^0 - p_t}{p_{t+1} - p^0} \left(\frac{p_{t+1} - p^0}{p^0 - p_t} + 1 \right) = \\ &= \gamma(S'(p_{t-1}^S) - D'(p_{t-1}^D))(p_{t-1} - p^0)^2 \times \frac{D'(p_{t-1}^D)}{D'(p_t^D)} \times \\ &\times (\mu_{t-1} - \gamma(\mu_{t-1} + 1)) \left(\frac{D'(p_t^D)}{D'(p_{t+1}^D)} \left(\mu_t - \right. \right. \\ &\left. \left. - \frac{\gamma(\mu_{t-1} + 1)}{\mu_{t-1} - \gamma(\mu_{t-1} + 1)} \right) \right) = d(b - k\gamma)\gamma, \end{aligned}$$

где

$$d = (S'(p_{t-1}^S) - D'(p_{t-1}^D))(p_{t-1} - p^0)^2 D'(p_{t-1}^D) / D'(p_t^D);$$

$$b = \mu_{t-1}(\mu_t + 1) D'(p_t^D) / D'(p_{t+1}^D);$$

$$k = (1 + \mu_{t-1})(1 + (1 + \mu_t) D'(p_t^D) / D'(p_{t+1}^D)).$$

Таким образом, прибыль $\pi(\gamma)$ как функция аргумента γ оказывается параболой с ветвями, направленными вниз. Поэтому максимальное значение $\pi(\gamma)$ достигается в точке $\gamma = \gamma_0 = b / 2k$. Итак, определяя объем закупаемой и в то же время сбываемой партии товара, спекулянт будет стремиться выбрать определяющее по (5) этот объем число γ равным γ_0 , что даст ему возможность получить максимум прибыли.

Подводя итог нашим рассуждениям, можно утверждать следующее.

Пусть в каждый момент времени число γ_0 удовлетворяет неравенству (18), а присутствующий на рынке спекулянт при понижении цены закупает Δ единиц товара и позже продает эти Δ единиц. Стремясь максимизировать свою прибыль, спекулянт каждый раз определяет объем Δ по (5) с $\gamma = \gamma_0$. В результате действий спекулянта по такой схеме происходит затухание колебаний цены товара (т. е. скручивание паутины) и устанавливается баланс спроса и предложения. Если в силу изменения параметров, определяющих (18), неравенство (18) на каком-то шаге перестанет выполняться или спекулянт начнет действовать по-другому, то паутина может начать раскручиваться, а предложение и спрос – существенно различаться.

Полученные условия имеют сложный вид, а параметр γ_0 вообще зависит от моментов времени. Поэтому условия необходимо проверять в каждом конкретном случае. Чтобы показать, что класс выделенных функций спроса и предложения не пуст, рассмотрим в заключение работы два частных случая.

Частные случаи. В первом случае и функцию спроса, и функцию предложения будем считать линейными. Наряду с тем, что именно линейные функции участвуют в большинстве теоретических рассуждений, базирующихся на использовании функций спроса и предложения, этот слу-



чай представляет и самостоятельный интерес. Итак, пусть функции спроса и предложения заданы формулами (4) с некоторыми положительными A и B . Тогда, если эти же A и B участвуют в неравенствах (8), то в данных неравенствах ε_1 и ε_2 можно взять равными нулю. Из (4) имеем $S'(p) = B$, $D'(p) = -A$. Поэтому $\beta = 1$, $\mu_t = B/A$. Пусть $\mu = B/A$. Тогда $\gamma_0 = \mu/(2(2 + \mu))$ и неравенство (18) принимает вид:

$$\frac{\mu-1}{1+\mu} < \frac{\mu}{2(2+\mu)} < \left(\frac{\mu}{1+\mu}\right)^2.$$

Отсюда следует, что при $(B/A) \in (\sqrt{2}-1; (-1+\sqrt{17})/2)$ последовательность p_t сходится к p^0 , и, значит, появление на рынке спекулянта положительно сказывается на установлении равновесных цен. Заметим, что правая граница полученного интервала несколько лучше аналогичной границы, указанной в работе [3]. Интересно здесь отметить и следующий момент. Несмотря на то, что при $(B/A) \in (\sqrt{2}-1; 1)$, как отмечалось во введении, затухание колебаний цены товара происходит и без присутствия на рынке спекулянта, появление последнего все равно носит положительные черты. Этот факт можно объяснить более быстрым приближением к равновесной цене. Действительно, при наличии спекулянта мы имеем

$$\begin{aligned} p_{t+1} - p^0 &= \frac{p_{t+1} - p^0}{p^0 - p_t} \frac{p^0 - p_t}{p_{t-1} - p^0} (p_{t-1} - p^0) = \\ &= (\mu^2 - (1+\mu)^2 \gamma) (p_{t-1} - p^0), \end{aligned}$$

а в случае отсутствия –

$$p_{t+1} - p^0 = \mu^2 (p_{t-1} - p^0),$$

т. е. разность $p_{t+1} - p^0$ в первом случае меньше, чем во втором.

Во втором примере выделим класс функций спроса и предложения, которые могут иметь точки перегиба и при которых затухание колебаний цен в то же время будет происходить. Пусть в (8) $B = -A = 1$, $\varepsilon_1 = \varepsilon_2 = \varepsilon$. Найдем такие границы изменения ε , чтобы выполнялось неравенство (18).

Вычисления показывают, что $\mu = \mu_{\min} = (1 - \varepsilon)/(1 + \varepsilon)$, $\mu_{\max} = (1 + \varepsilon)/(1 - \varepsilon)$, а соотношение (18) принимает вид:

$$\frac{2\varepsilon}{1+\varepsilon} < \gamma_0 < \left(\frac{1-\varepsilon}{\varepsilon}\right)^2. \quad (20)$$

В рассматриваемом случае $\gamma_0 = g(t)/(2(1 + 2g(t)))$, где функция $g(t) = D'(p_t^D)/D'(p_{t+1}^D)$ в силу (8) должна принимать значения только из интервала $((1 - \varepsilon)/(1 + \varepsilon); (1 + \varepsilon)/(1 - \varepsilon))$. Элементарные рассуждения показывают, что в этом случае выполняется включение $\gamma_0 \in ((1 - \varepsilon)/(2(3 - \varepsilon)); (1 + \varepsilon)/(2(3 + \varepsilon)))$. Теперь нетрудно увидеть, что если $\varepsilon \in (0; 2 - \sqrt{33}/3)$, то неравенство (20) имеет место. Итак, если функции $S(p)$ и $D(p)$ таковы, что их производные отклоняются от 1 и -1 соответственно на величину, не превосходящую указанное ε , то появление на рынке спекулянта оказывает положительное воздействие. Геометрически полученные условия означают, что касательные к графикам функций $S(p)$ и $D(p)$ не могут отклоняться от биссектрис соответствующих координатных углов на угол, больший чем $\arctg(\varepsilon/(2 - \varepsilon))$, или что надграфики указанных функций выпуклы в направлениях, образующих с вертикальной осью углы, не большие чем $\pi/4 - \arctg(\varepsilon/(2 - \varepsilon))$. Отсюда сразу следует, что если кривые спроса и предложения таковы, что у них допускается изменение типов выпуклости, то все равно действия спекулянта могут положительно сказаться на стабилизации спроса и предложения. Отметим также, что из второго примера видно, что известное [4] условие локальной сходимости ($|\mu| < 1$) при наличии на рынке операций спекулятивного характера может быть улучшено.

Итак, главным результатом проведенного исследования является доказательство того факта, что действия спекулянта, основанные на закупке фиксированного объема товара Δ в условиях падения цены товара и последующей продажи этого товара, стабилизируют колебания цены на рынке с неустойчивым равновесием. Указанный процесс имеет место при выполнении ограничения (5) на объем закупаемой партии товара с параметром γ из определяемого условием (18) диа-

пазона. Стабилизация заключается в том, что колебания цены ограничиваются некоторой окрестностью, которая сужается при уменьшении Δ и является более узкой, чем тот интервал начальных цен, для которых обеспечивается стабилиза-

ция. Наконец, результатами исследования стратегии спекулянта могут воспользоваться любые агенты или органы управления, которые хотели бы повлиять на процессы установления баланса спроса и предложения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Самуэльсон, П.** Экономика [Текст] / П. Самуэльсон. – Т. 2. – М.: НПО АЛГОН ВНИИСИ, 1993. – 413 с.

2. **Калемаев, В.А.** Математическая экономика [Текст] : учебник для вузов / В.А. Калемаев. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 240 с.

3. **Стронгин, Р.Г.** Исследование операций. Модели экономического поведения [Текст] : учебник /

Р.Г. Стронгин. – М.: Интернет-университет информационных технологий; БИНОМ; Лаборатория знаний, 2007. – 207 с.

4. **Симонов, П.М.** Экономико-математическое моделирование. Динамические модели экономики [Текст] : учеб. пособие : в 2 ч. / П.М. Симонов. – Пермь: Перм. гос. ун-т, 2011. – Ч. 2. – 274 с.

УДК 338.24

М.А. Пилюгин

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФУНКЦИИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗНАЧЕНИЙ ВЫРУЧКИ ПРИ МАЛОЙ СТАТИСТИКЕ

При организации торговли новыми видами товаров, дефиците статистической информации, а также управлении коммерческой деятельностью важное значение имеет функция распределения экономических показателей (выручка предприятия). Полезна она и в тех случаях, когда однородность условий реализации капиталоемких товаров сохраняется столь не продолжительное время, что накопленной информации недостаточно для построения функции распределения. В этих обстоятельствах применение методов математической статистики для определения функции распределения случайной величины бессмысленно. Тем не менее решать задачу управления торговым процессом, в частности управления запасами товаров, чрезвычайно важно. Необходимо выявить закономерность в очень малом числе случайных реализаций, которая бы наиболее правдо-

подобно характеризовала имеющиеся в реальности.

Постановка задачи. Имеется n значений выручки

$$\{w_1, w_2, \dots, w_i, \dots, w_n\} \quad (1)$$

от реализации продукции предприятия. Известны пределы возможных значений выручки $[w', w'']$, т. е. выручка w рассматриваемого предприятия не может быть меньше w' и не может быть больше w'' . Количество n очень мало. Требуется определить функцию распределения $F(w)$, которая для результатов (1) является наиболее правдоподобной.

Решение задачи. Разобьем отрезок $[w', w'']$ на l элементарных отрезков $\Delta w = \frac{w'' - w'}{l}$. Необходимо определить наиболее правдоподобные



значения вероятностей ΔF_j , $j = 1, 2, \dots, l$ попадания выручки w в j -й интервал Δw .

Далее по значениям ΔF_j можно будет определить для любой $w = j\Delta w$ функцию $F(w) =$

$$= \sum_{j=1}^{w:\Delta w} \Delta F_j.$$

В качестве исходного шага запишем очевидное условие

$$\sum_{j=1}^l \Delta F_j = 1. \quad (2)$$

Следующий шаг: требуем, чтобы r -е статистические начальные моменты

$$\alpha_r^* = \sum_{i=1}^n w_i^r / n$$

равнялись соответствующим r -м начальным моментам

$$\alpha_r = \sum_{j=1}^l \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^r \Delta F_j$$

искомой функции $F(w)$, т. е. требуем, чтобы

$$\sum_{j=1}^l \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^r \Delta F_j = \frac{\sum_{i=1}^n w_i^r}{n}. \quad (3)$$

Решение задачи по определению наиболее правдоподобных значений ΔF_j основывается на максимизации неопределенностей этих элементарных вероятностей. В качестве меры неопределенностей предлагается энтропия совокупности значений ΔF_j :

$$S = -k \sum_{j=1}^l \Delta F_j \ln \Delta F_j, \quad k = \text{const}. \quad (4)$$

Таким образом, решается задача условной оптимизации в следующей постановке: необходимо определить значения ΔF_j , обеспечивающие максимум энтропии (4) при ограничениях (2) и (3), т. е. формально

$$\begin{cases} S = -k \sum_{j=1}^l \Delta F_j \ln \Delta F_j \Rightarrow \max \\ \text{при } \sum_{j=1}^l \Delta F_j = 1; \\ \sum_{j=1}^l \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^r \Delta F_j = \alpha_r^*, \end{cases} \quad (5)$$

где $\Delta F_j = F(w' + j\Delta w) - F(w' + (j-1)\Delta w)$. (6)

Определив ΔF_j , можно вычислить значения $F(w' + j\Delta w)$ при $F(w') = 0$, $j = 1, 2, \dots, l$ и получить искомую функцию $F(w)$.

Значения ΔF_j в системе (5) могут быть найдены по методу неопределенных множителей Лагранжа. В последнем случае составляется система уравнений:

$$\begin{cases} \sum_{j=1}^l \Delta F_j - 1 = 0; \\ \sum_{j=1}^l \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^r \Delta F_j = \alpha_r^* = 0; \\ \frac{\partial}{\partial \Delta F_j} \left\{ -k \sum_{j=1}^l \Delta F_j \ln \Delta F_j + \lambda_0 \left(\sum_{j=1}^l \Delta F_j - 1 \right) \right\} + \\ + \sum_{r=1}^m \lambda_r \left[\sum_{j=1}^l \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^r \Delta F_j - \alpha_r^* \right] = 0, \end{cases}$$

где $r = \overline{1, m}$; $i = \overline{1, l}$.

После дифференцирования эта система принимает вид:

$$\begin{cases} \sum_{j=1}^l \Delta F_j - 1 = 0; \\ \sum_{j=1}^l \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^r \Delta F_j = \alpha_r^* = 0; \\ -k \sum_{j=1}^l (\ln \Delta F_j + 1) + \lambda_0 + \lambda_1 \sum_{j=1}^l 1 + \\ + \sum_{r=1}^m \lambda_r \left[\sum_{j=1}^l \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^r \right] = 0. \end{cases} \quad (7)$$

Решение (7) имеет вид:

$$\Delta F_j = e^{\left[\lambda_0 - 1 + \sum_{r=1}^m \lambda_r \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^r \right]}. \quad (8)$$

Множители Лагранжа определяются из уравнений

$$\begin{cases} \sum_{j=1}^l e^{\left[\lambda_0 - 1 + \sum_{r=1}^m \lambda_r \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^r \right]} = 1; \\ \sum_{j=1}^l \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^r e^{\left[\lambda_0 - 1 + \sum_{p=1}^m \lambda_p \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^p \right]} = \alpha_r^*, \end{cases} \quad (9)$$

где $r = 1, 2, \dots, m$.

Таков метод построения правдоподобной функции распределения выручки предприятия при очень малой ее статистике.

Из (8) видно, что приращение искомой функции на любом интервале j зависит от количества начальных моментов m , вычисляемых на основании результатов опыта. Возникает вопрос, каким значением m следует ограничиться? Чем больше m , тем точнее вычисляется ΔF_j . В то же время из теории математической статистики известно, что ошибка в оценке моментов по ограниченному статистическим данным с ростом их порядка увеличивается.

Мы приняли $m = 2$. В этом случае система (9) после некоторых преобразований примет вид:

$$e^{(\lambda_0-1)} \sum_{j=1}^l e^{\lambda_1 \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)} e^{\lambda_2 \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^2} = 1; \quad (10)$$

$$e^{(\lambda_0-1)} \sum_{j=1}^l \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right) e^{(\lambda_1+\lambda_2) \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)} = \alpha_1^*; \quad (11)$$

$$e^{(\lambda_0-1)} \sum_{j=1}^l \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)^2 e^{(\lambda_1+\lambda_2) \left(w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w \right)} = \alpha_2^*. \quad (12)$$

Обозначим $\lambda_1 + \lambda_2 = \lambda$ и $w' + \frac{2j-1}{2} \Delta w = y_j$.

Тогда (11) и (12) можно записать как

$$\frac{1}{\alpha_1^*} \sum_{j=1}^l y_j e^{\lambda y_j} = e^{1-\lambda_0}; \quad (13)$$

$$\frac{1}{\alpha_2^*} \sum_{j=1}^l y_j^2 e^{\lambda y_j} = e^{1-\lambda_0}. \quad (14)$$

Отсюда

$$\frac{1}{\alpha_1^*} \sum_{j=1}^l y_j e^{\lambda y_j} - \frac{1}{\alpha_2^*} \sum_{j=1}^l y_j^2 e^{\lambda y_j} = 0. \quad (15)$$

Последнее уравнение позволяет найти значение $\lambda_1 + \lambda_2 = \lambda$. Перепишем (10):

$$\sum_{j=1}^l e^{\lambda y_j + \lambda_2 y_j^2} = e^{1-\lambda_0}. \quad (16)$$

Далее из (13) и (16) получаем:

$$\frac{1}{\alpha_1^*} \sum_{j=1}^l y_j e^{\lambda y_j} = \sum_{j=1}^l e^{(\lambda+\lambda_2) y_j}. \quad (17)$$

Из соотношений (17) и (14) определяются λ_0 и λ_2 . Величина $\lambda_1 = \lambda - \lambda_2$.

Такова схема определения неопределенных множителей Лагранжа $\lambda_0, \lambda_1, \lambda_2$. Для нахождения конкретных значений можно использовать пакеты MathCad, MathLab, Maple и др.

Для вычисления искомых ΔF_j необходимо использовать соотношение (6).

Проиллюстрируем применение методики по исходным данным – по статистике выручки от продаж автомобилей модели HONDA JAAZ за шесть месяцев предприятием «Автос» (г. Уфа). Статистика представлена в следующей таблице.

Данные по выручке от продаж автомобилей

Месяц	Выручка, руб.
Январь	4 320 000
Февраль	2 592 000
Март	1 440 000
Апрель	2 592 000
Май	6 048 000
Июнь	2 880 000

По данным таблицы имеем:

$$X = \{4320000, 2592000, 1440000, 2592000, 6048000, 2880000\}.$$

Пределы возможных значений w :

$$w' = 1440000 \text{ и } w'' = 6048000. \quad (18)$$

Разобьем отрезок $[w', w'']$ на l элементарных интервалов Δw . Возьмем $l = 6$, тогда

$$\Delta w = \frac{w'' - w'}{l} = 768000 \text{ р.} \quad (19)$$

Начальные моменты случайной величины вычисляются по формуле (4):

$$\begin{aligned} a_1 &= 3,31 \cdot 10^6 \text{ р.,} \\ a_2 &= 13,178 \cdot 10^{12} \text{ р.} \end{aligned}$$

По уравнениям (15), (16) и (17) рассчитаем значения неопределенных множителей Лагранжа:

$$\lambda_0 = 3,28, \lambda_1 = -66,71, \lambda_2 = 235,81.$$

По формуле (8)

$$\begin{aligned} \Delta F_1 &= 0,37, \Delta F_2 = 0,16, \Delta F_3 = 0,10, \\ \Delta F_4 &= 0,09, \Delta F_5 = 0,11, \Delta F_6 = 0,18. \end{aligned} \quad (20)$$

Далее по данным (18), (19) и (20) вычислим значения интегральной функции распределения $F(w + jw)$, используя формулу (6) при $F(w) = 0$, $j = 1, 2, \dots, l$.

Результаты вычисления значений интегральной функции распределения:

$$\begin{aligned} F_1 &= 0, F_2 = 0,37, F_3 = 0,53, \\ F_4 &= 0,63, F_5 = 0,72, F_6 = 1. \end{aligned} \quad (21)$$

Искомая функция $F(x)$ по данным (18), (19), (21) будет иметь вид, представленный здесь на рисунке.

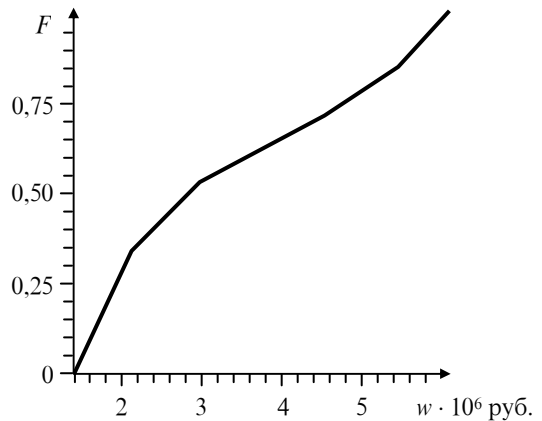


График функции $F(x)$

Таким образом, разработанный метод позволяет найти аналитическую функцию распределения случайных значений выручки. Автором решается задача условной оптимизации в следующей постановке: максимизировать энтропию при ограничениях – начальные моменты распределения должны равняться статистическим начальным моментам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гаскаров, Д.В. Малая выборка [Текст] / Д.В. Гаскаров, В.И. Шаповалов. – М.: Статистика, 1978.
2. Гнеденко, Б.В. Курс теории вероятностей [Текст] / Б.В. Гнеденко. – М.: Физматгиз, 1961.
3. Дружинин, Н.К. Логика оценки статистических гипотез [Текст] / Н.К. Дружинин. – М.: Статистика, 1973.
4. Линник, Ю.В. Метод наименьших квадратов и основы математической теории обработки наблюдений [Текст] / Ю.В. Линник. – М.: Физматгиз, 1962.
5. Статистические методы обработки результатов наблюдений [Текст] / под ред. Р.М. Юсупова. – М.: МО СССР, 1984.

МЕТОДЫ УЧЕТА ЗАБЫВАЕМОСТИ РЕКЛАМЫ ПРИ РАСЧЕТЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ

При расчете показателей медиапланирования и постановке оптимизационных задач медиапланирования в большинстве методик не учитывается фактор забываемости рекламы. В расчетах учитывается суммарное количество рекламных контактов (рейтингов) за весь период рекламной кампании, но по моментам времени ограничения на достижение показателей охвата и количества рекламных контактов (рейтингов) не накладываются. Такой подход противоречит реальной ситуации коммуникации, когда потребитель рекламы постепенно забывает контакты с рекламными объявлениями с течением времени. В предложенных ниже моделях расчета показателей медиапланирования и постановке оптимизационной задачи минимизации бюджета на размещение рекламы учтен фактор забываемости рекламы за счет угасания и интерференции.

В когнитивной психологии выделяют две теории, объясняющие забывание с точки зрения процессов, происходящих в сознании людей. Забывание может происходить естественным путем через некоторое время при отсутствии повторения (угасание) и под воздействием другой информации (интерференция, стирание). С точки зрения моделирования коммуникации рекламная информация может быть представлена в сознании как совокупность имевшихся контактов с рекламными объявлениями. Когда последний контакт угасает или вытесняется из сознания человека, он забывает рекламу фирмы. Угасание зависит от количества повторений – чем больше контактов в сознании, тем медленнее темп угасания. Согласно теории интерференции процесс забывания обусловлен тем, что вновь поступающая информация накладывается на уже существующую в сознании, приводя к ее стиранию. В рекламе наиболее сильным фактором, вызывающим интерференцию, является реклама конкурентов.

Для построения моделей забываемости используем показатель NRP (net rating point), предложенный рекламным агентством ZENITH [1]. В качестве единицы времени выбрана неделя как наиболее используемая в медиапланировании единица времени. Показатель NRP по формуле рекламного агентства ZENITH рассчитывается следующим образом:

$$\begin{aligned} NRP_1 &= TRP_1; \\ NRP_2 &= TRP_1 f + TRP_2; \\ NRP_3 &= NRP_2 f + TRP_3 = (TRP_1 f + TRP_2) f + \\ &+ TRP_3 = TRP_1 f^2 + TRP_2 f + TRP_3; \\ &\dots \\ NRP_T &= NRP_{T-1} f + TRP_T = TRP_1 f^{T-1} + \\ &+ TRP_2 f^{T-2} + \dots + TRP_T = \sum_{t=1}^T TRP_t f^{T-t}; \\ TRP_t &= \sum_{i=1}^T \sum_{j=1}^n r_{ji} x_{ji}, \quad 0 < f < 1, \end{aligned} \quad (1)$$

где NRP_t – накопленный рейтинг с учетом снижения значимости ранее накопленных рейтингов в момент времени t , %; TRP_t (target rating point) – суммарный накопленный рейтинг в момент времени t , %; f – коэффициент снижения значимости рейтинга за один момент времени; x_{ji} – количество рекламных объявлений типа j в момент времени t , шт.; r_{ji} – рейтинг рекламного объявления j в момент времени t , %; T – период рекламной кампании, нед.; n – количество типов рекламных объявлений, шт.

На рис. 1 показано соотношение между NRP и TRP в ходе рекламной кампании, составляющей 24 недели. Согласно рис. 1 реклама выходит с 1 по 4 неделю и с 21 по 24 неделю рекламной кампании по 100%-му TRP в неделю. Коэффициент снижения значимости рейтинга равен 0,8.

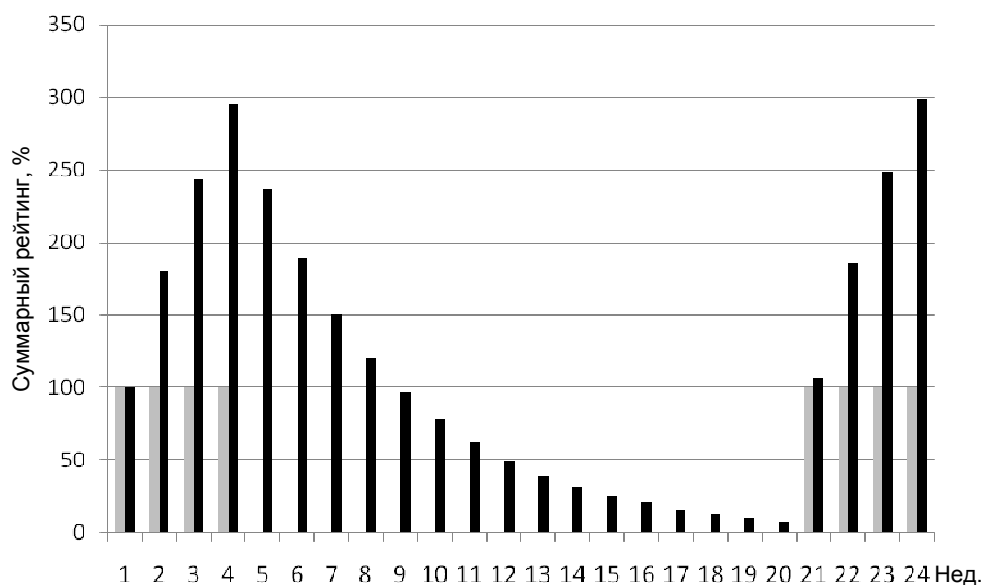


Рис. 1. Соотношение между NRP и TRP в ходе рекламной кампании по модели рекламного агентства ZENITH
(■) – TRP; (■) – NRP

В [1] нет данных о том, каким образом получен этот коэффициент.

Можно предположить, что коэффициент снижения значимости получен на основе изучения экспериментов немецкого ученого Г. Эббингауза [6]. Им была выведена кривая, названная впоследствии кривой Эббингауза, отражающая процесс забывания запомненной информации в памяти человека (см. рис. 2).

Анализ представленной на рис. 2 кривой показывает, что около 70–80 % информации забывается в первые шесть часов после ее получения, после этого темпы забывания резко падают, и далее забывание идет очень медленно.

В 1983 г. А. Моргенштерном был проведен эксперимент по исследованию уровня забывания отдельно темы, источника и аргументов, приведенных в рекламном сообщении. Результаты его экспериментов описаны в [5] и приведены на рис. 3.

Как и у Г. Эббингауза, доля забывания на первой неделе значительно превосходит долю забывания после первой недели.

Анализируя вышеизложенное, предлагаем модифицировать расчет показателя NRP сле-

дующим образом. Возьмем три уровня рекламной активности конкурентов, влияющие на забываемость рекламы (низкий, средний, высокий) и характеризующие интерференцию. Согласно приведенным выше исследованиям получается, что информация фактически забывается до нуля в течение месяца. Поэтому определим три значения коэффициента забываемости под влиянием угасания для первой, второй и третьей недели после выхода рекламы. В сумме три коэффициента забывания должны быть равны единице, что значит, что через три недели после выхода рекламы (за месяц) она будет забыта полностью.

Рассмотрим показатель NRP, в котором вся реклама забывается в течение месяца:

$$NRP_1 = TRP_1;$$

$$NRP_2 = TRP_1(1 - z_1) + TRP_2;$$

$$NRP_3 = TRP_3 + TRP_2(1 - z_1) + TRP_1(1 - z_1 - z_2);$$

$$\begin{aligned} NRP_4 = & TRP_4 + TRP_3(1 - z_1) + TRP_2(1 - z_1 - z_2) + \\ & + TRP_1(1 - z_1 - z_2 - z_3) = TRP_4 + TRP_3(1 - z_1) + \\ & + TRP_2(1 - z_1 - z_2). \end{aligned}$$

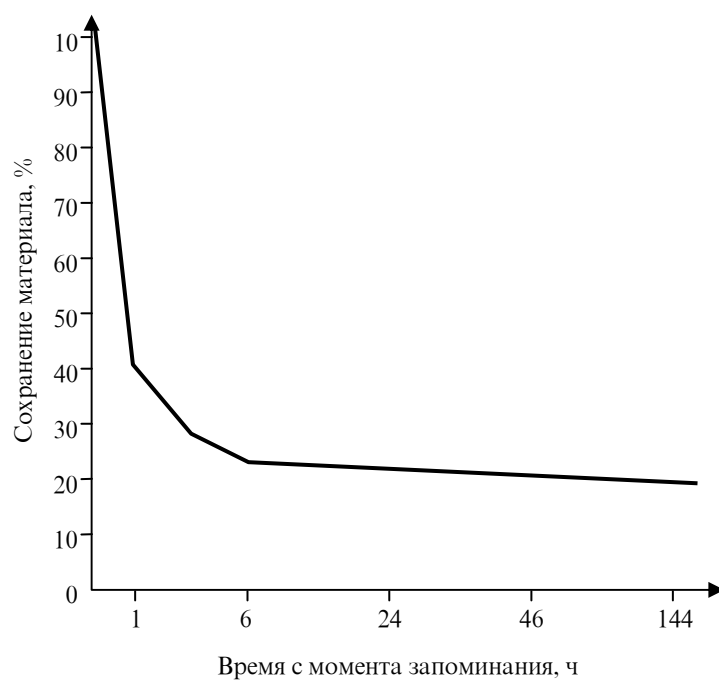


Рис. 2. Кривая забывания Г. Эббингауза

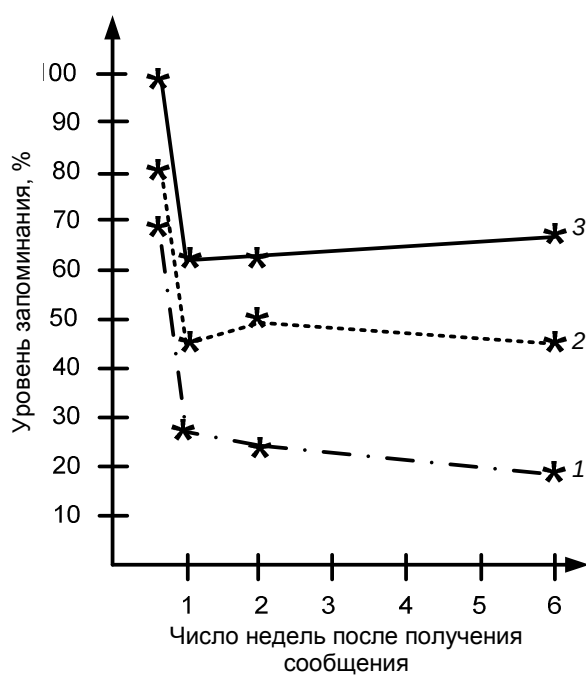


Рис. 3. Зависимость уровня запоминания от содержания запоминаемого
1 – аргументы; 2 – источник; 3 – тема

В общем виде:

$$\begin{aligned} NRP_t &= TRP_t + TRP_{t-1}(1 - z_1) + \\ &+ TRP_{t-2}(1 - z_1 - z_2), \\ 0 < z_i < 1, \quad \sum_{i=1}^3 z_i &= 1, \quad t = 1 \dots T, \end{aligned} \quad (2)$$

где NRP_t – накопленный рейтинг в момент времени t с учетом забывания, %; TRP_t – суммарный рейтинг в момент времени t , %; z_i – коэффициенты забываемости рекламы после i -й недели рекламы, $i = 1, 2, 3$; T – период рекламной кампании, нед.

Для первой и второй недель рекламной кампании уровни TRP_{-1}, TRP_0 задаются заранее либо равны нулю.

В табл. 1 заданы значения коэффициентов забываемости при разном уровне рекламной активности конкурентов. Значения параметров при низком уровне активности конкурентов рассмотрены в [3].

Таблица 1

Значения коэффициентов забываемости при разном уровне рекламной активности конкурентов

Коэффициент забывания (z_i)	Уровни рекламной активности конкурентов		
	Высокий	Средний	Низкий
После первой недели (z_1)	0,90	0,80	0,72
После второй недели (z_2)	0,07	0,15	0,2
После третьей недели (z_3)	0,03	0,05	0,08

Если забывается не вся реклама, то (2) будет выглядеть следующим образом:

$$\begin{aligned} NRP_t &= (1 - q)(TRP_t + TRP_{t-1}(1 - z_1) + \\ &+ TRP_{t-2}(1 - z_1 - z_2)) + q \sum_{l=1}^t TRP_l, \\ 0 < q < 1, \quad 0 < z_i < 1, \quad \sum_{i=1}^3 z_i &= 1, \\ t &= 1 \dots T, \quad l = 1 \dots t, \end{aligned} \quad (3)$$

где NRP_t – накопленный рейтинг в момент времени t с учетом забывания, %; TRP_t – суммар-

ный рейтинг в момент времени t , %; z_i – коэффициенты забываемости рекламы после i -й недели рекламы; q – доля рекламы, которая не забывается; T – период рекламной кампании, нед.

Коэффициент q в соответствии с исследованиями Г. Эббингауза и А. Моргенштерна составляет не более 0,2. Без повторения информация рано или поздно забывается полностью, поэтому применять (3) при длинных периодах времени (от шести месяцев и более) без учета полной забываемости некорректно.

На уровень запоминания и забывания рекламы в долгосрочной перспективе влияет уровень известности бренда, который, как и реклама конкурентов, отражает процессы интерференции. Спонтанная и наведенная известности бренда относятся к показателям коммуникационного эффекта маркетинговых коммуникаций и измеряются методом опросов. Показатель известности – это доля опрошенных респондентов (в % от опрошенных), вспомнивших название бренда при ответе на открытый (спонтанная известность) или закрытый (наведенная известность) вопрос. В нашем случае для удобства расчетов будем сразу измерять известность бренда в виде коэффициента от 0 до 1.

Если рассматривать формулу (2) и в качестве коэффициента запоминаемости брать известность бренда, то модель приобретает следующий смысл: чем выше известность, тем выше запоминаемость, тем выше будет значение коэффициента NRP . При равном количестве TRP в неделю и большом периоде рекламной кампании формула (1) согласно формуле суммы бесконечно убывающей геометрической прогрессии принимает вид:

$$\begin{aligned} NRP_T &= \sum_{t=1}^T TRP f^{T-t} = TRP \sum_{t=1}^T f^{T-t}, \\ \lim_{T \rightarrow \infty} TRP \sum_{t=1}^T f^{T-t} &= TRP \lim_{T \rightarrow \infty} \sum_{t=1}^T f^{T-t} TRP \frac{1}{1-f}, \quad (4) \\ 0 < f < 1, \end{aligned}$$

где NRP_T – накопленный рейтинг за период рекламной кампании с учетом забывания, %; TRP – суммарный рейтинг за неделю, %; f – коэффициент запоминаемости рекламы, известность бренда; T – период рекламной кампании, нед.

Формулу (4) в предельном виде можно использовать практически уже при T , равном 20 неделям.

Для учета краткосрочной и долгосрочной составляющей забываемости рекламы предлагается следующая формула:

$$NRP_t = (1-q)(TRP_t + TRP_{t-1}(1-z_1) + TRP_{t-2}(1-z_1-z_2)) + q \sum_{l=1}^t TRP_l f^{t-l}, \quad (5)$$

$$0 < f < 1, \quad 0 < z_i < 1, \quad \sum_{i=1}^3 z_i = 1, \quad t = 1 \dots T, \quad l = 1 \dots t,$$

где NRP_t – накопленный рейтинг в момент времени t с учетом забываемости, %; TRP_t – суммарный рейтинг за неделю t , %; f – коэффициент долгосрочной запоминаемости рекламы, известность бренда; q – доля рекламы, которая забывается медленно; z_i – коэффициенты забываемости рекламы после i -й недели рекламы; l – индекс промежуточной недели до t ; T – период рекламной кампании, нед.

Для показателя q предлагаем следующие формулы расчета:

$$q = 1 - f; \quad (6)$$

$$q = \left(\frac{1}{1-f} \right) / 100, \quad (7)$$

где q – доля рекламы, которая забывается медленно; f – известность бренда, коэффициент от 0 до 1.

Согласно (6) коэффициент забываемости рассматривается как дополнительная величина к уровню известности бренда, их сумма составляет единицу. Эти коэффициенты можно также использовать как вероятности увидеть и запомнить (f) и не увидеть рекламу (z).

В табл. 2 приведены значения q , рассчитанные по (7). В данном случае в q отражается накопленная известность бренда. Она значительна при $f \geq 0,95$ (95 % известности бренда), что соответствует теории сильных брендов фирмы McKinsey [4]. В практических расчетах предла-

гаем использовать сглаженные значения: $q = 0,2$ при $f \leq 0,8$; $q = 0,4$ при $0,8 < f \leq 0,9$; при $f > 0,9$. На рис. 4 показаны значения TRP и NRP по (5) при 100 % TRP в первые и последние четыре недели при 24-недельной рекламной кампании и значениях параметров: $z_1 = 0,8$, $z_2 = 0,15$, $z_3 = 0,05$, $g = 0,2$, $f = 0,8$.

С точки зрения кривой Г. Эббингауза (рис. 2), график NRP на рис. 4 более близок к интерпретациям запоминания и забывания, чем представленный на рис. 1.

Предложим еще один подход к вычислению показателя NRP. Согласно кривой Г. Эббингауза полное забывание не происходит: за первую неделю забывается около 75 % информации, потом забывается еще около 5 %, остальные 20 % забываются медленно. Используем три коэффициента забываемости (после первой, второй и третьей недели) в последовательной связи, перемножая их. Рассчитаем показатель NRP для одного выхода рекламы в первую неделю в количестве TRP_1 :

$$NRP_1 = TRP_1; \quad NRP_2 = TRP_1 f_1 = NRP_1 f_1;$$

$$NRP_3 = TRP_1 f_1 f_2 = NRP_2 f_2;$$

$$NRP_4 = TRP_1 f_1 f_2 f_3 = NRP_3 f_3;$$

$$NRP_5 = TRP_1 f_1 f_2 f_3 f_3 = NRP_4 f_3;$$

$$NRP_6 = TRP_1 f_1 f_2 f_3 f_3 f_3 = NRP_5 f_3^2; \dots; \quad (8)$$

$$NRP_T = TRP_1 f_1 f_2 f_3^{T-3};$$

$$NRP_T = TRP_1 (1-z_1)(1-z_2)(1-z_3)^{T-3};$$

$$NRP_{T \rightarrow \infty} = \frac{TRP_1 f_1 f_2}{z_3};$$

$$f_i + z_i = 1, \quad i = 1, 2, 3,$$

где NRP_T – накопленный рейтинг за период рекламной кампании с учетом забывания, %; TRP_1 – суммарный рейтинг за первую неделю, %; f_i – коэффициенты запоминаемости рекламы после i -й недели, $i = 1, 2, 3$; z_i – коэффициенты

Таблица 2

Значения доли медленно забываемой рекламы в зависимости от уровня известности бренда

Известность бренда f , коэффициент	0,100	0,250	0,500	0,750	0,850	0,950	0,960	0,970	0,980	0,990
Доля медленно забываемой рекламы q , коэффициент	0,011	0,013	0,020	0,040	0,067	0,200	0,250	0,330	0,500	1

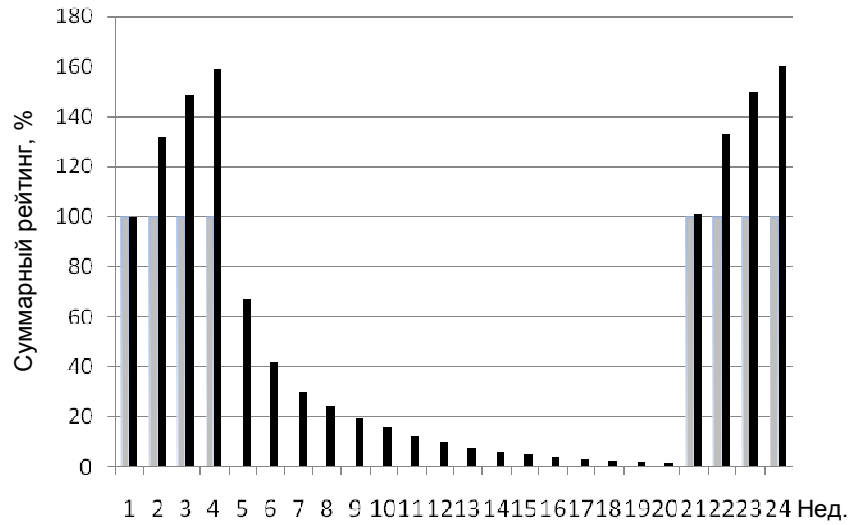


Рис. 4. Показатели TRP и NRP с учетом разделения рекламы на быстро и медленно забываемую
(■) – TRP; (■) – NRP

забываемости рекламы после i -й недели рекламы; T – период рекламной кампании, нед.

Если учесть выходы рекламы во все моменты времени, то (8) будет выглядеть следующим образом:

$$\begin{aligned}
 NRP_T = & TRP_1 f_1 f_2 f_3^{T-3} + TRP_2 f_1 f_2 f_3^{T-4} + \\
 & + TRP_3 f_1 f_2 f_3^{T-5} + \dots + TRP_t f_1 f_2 f_3^{T-(t+2)} + \dots \\
 & \dots + TRP_{T-3} f_1 f_2 f_3 + TRP_{T-2} f_1 f_2 + TRP_{T-1} f_1 + \\
 & + TRP_T = \sum_{t=1}^{T-3} TRP_t f_1 f_2 f_3^{T-(t+2)} + TRP_{T-2} f_1 f_2 + \\
 & + TRP_{T-1} f_1 + TRP_T,
 \end{aligned} \quad (9)$$

где NRP_T – накопленный рейтинг за период рекламной кампании с учетом забывания, %; TRP_t – суммарный рейтинг за неделю t , %; f_i – коэффициенты запоминаемости рекламы после i -й недели, $i = 1, 2, 3$; T – период рекламной кампании, нед.

На рис. 5 показаны значения TRP и NRP по (9) при подаче по 100%-му TRP в первые и последние четыре недели при 24-недельной рекламной кампании, $z_1 = 0,8$, $z_2 = 0,15$, $z_2 = 0,05$ ($f_1 = 0,2$, $f_2 = 0,85$, $f_2 = 0,95$).

Сравнительный анализ рис. 1, 4, 5 с кривой Г. Эббингауза (рис. 2) показывает, что на рис. 4 процесс забывания отражается точнее. На рис. 5 есть момент, который привлекает внимание, – с началом серии повторов рекламы уровень запоминания заметно возрастает.

При формулировке оптимизационных задач медиапланирования необходимо накладывать ограничения на одномоментные охваты, а забываемость учитывать через показатель NRP. Сформулируем задачу минимизации затрат на размещение рекламы при ограничениях на одномоментный охват и показатель NRP. Для вычисления NRP используем (5). Одномоментный охват будем вычислять по методике с использованием формулы вероятности независимых событий на основе рейтингов [2]:

$$\begin{cases}
 B = \sum_{t=1}^T \sum_{j=1}^n c_{jt} x_{jt} \rightarrow \min; \\
 R_t = \left(1 - \prod_{j=1}^n \left(1 - \frac{r_{jt}}{100} \right)^{x_{jt}} \right) 100 \geq \hat{R}_t; \\
 NRP_t = (1-q) \left(\sum_{j=1}^t \sum_{j=1}^n r_{jt} x_{jt} + (1 - \right. \\
 \left. - z_1) \sum_{l=1}^{t-1} \sum_{j=1}^n r_{jl} x_{jl} + (1 - z_1 - z_2) \sum_{l=1}^{t-2} \sum_{j=1}^n r_{jl} x_{jl} \right) + \\
 + q \sum_{l=1}^t f^{t-l} \sum_{k=1}^l \sum_{j=1}^n r_{jk} x_{jk} \geq N\hat{R}_t, \\
 t = 1 \dots T, \\
 x_{jt} \geq 0 \text{ (целое число)},
 \end{cases} \quad (10)$$

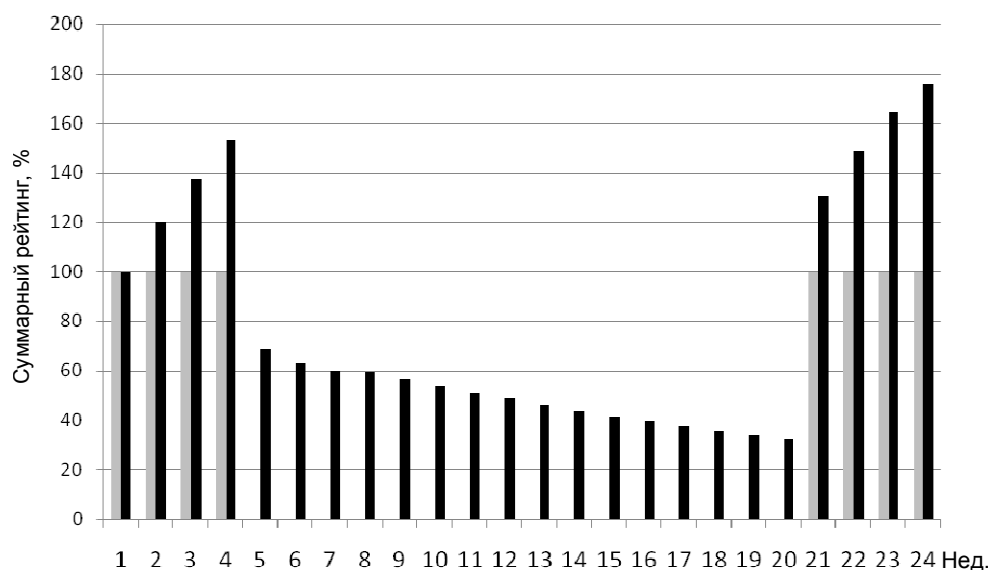


Рис. 5. Показатели TRP и NRP при изменении коэффициента забывания рекламы без ее разделения на быстро и медленно забываемую
(■) – TRP; (■) – NRP

где B – затраты на размещение рекламы, руб.; c_{jt} – стоимость рекламного объявления j в момент времени t , руб.; x_{jt} – количество рекламных объявлений j в момент времени t , шт.; r_{jt} – рейтинг рекламного объявления j в момент времени t , %; R_t – одномоментный охват в момент времени t , %; $\hat{R}_t$ – минимально допустимый одномоментный охват в момент времени t , %; NRP_t – накопленный рейтинг в момент времени t с учетом забывания, %; $\hat{NRP}_t$ – минимально допустимый накопленный рейтинг в момент времени t с учетом забывания, %; T – длительность рекламной кампании, нед.; t, l, k – индексы моментов времени рекламной кампании (недель); f – коэффициент долгосрочной запоминаемости рекламы, из-

вестность бренда; q – доля рекламы, которая забывается медленно; z_1, z_2, z_3 – коэффициенты забываемости рекламы после 1, 2, 3-й недель рекламы.

Таким образом, на основе анализа исследований забываемости информации сделаны выводы о необходимости учета забываемости рекламы в медиапланировании. Предложены методы учета забываемости рекламы, обоснованы значения коэффициентов забываемости при расчете суммарного рейтинга рекламной кампании с учетом забываемости рекламы. Приведена оптимизационная задача минимизации затрат на размещение рекламы при ограничениях на одномоментные охваты и суммарные рейтинги с учетом забываемости рекламы в каждый момент времени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование для практиков [Текст] / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. – М.: Вершина, 2006. – 448 с.
2. Климин, А.И. Методы вычисления захвата целевой аудитории при использовании медиамикса [Текст] / А.И. Климин, Д.В. Тихонов // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Серия: Экономические науки. – 2011. – № 2. – С. 198–203.
3. Климин, А.И. Моделирование забываемости рекламы [Текст] / А.И. Климин, В.Е. Кузьмин // Аудит и финансовый анализ. – 2009. – № 3. – С. 315–326.
4. Кутлалиев, А. Эффективность рекламы [Текст] / А. Кутлалиев, А. Попов. – 2-е изд. – М.: Эксмо, 2006. – 416 с.
5. Ламбен, Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива [Текст] / Ж.Ж. Ламбен. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
6. Kendra, V.W. Forgetting – When Memory Fails [Электронный ресурс] / V.W. Kendra. – Режим доступа: <http://psychology.about.com/od/cognitivepsychology/p/forgetting.htm>



ОЦЕНКА ПАРАМЕТРОВ КРЕДИТ-СКОРИНГОВОЙ МОДЕЛИ НА ОСНОВЕ ROC-АНАЛИЗА

В современных условиях задача управления кредитным риском становится все более актуальной. Требования к надежности банковской системы, предъявляемые со стороны различных регулирующих органов, постоянно возрастают, увеличиваются сроки кредитования, растет доля проводимых операций, успех которых напрямую связан с экономическим положением заемщиков. В соответствии с Базельским соглашением о капитале, известным как Базель II, для оценки заемщиков рекомендуется использовать подход, основанный на внутренних рейтингах. В соответствии с ним требуется разработать математическую модель для оценки вероятности дефолта заемщика. Можно использовать сокращенные, структурные и кредит-скоринговые модели, которые обладают наибольшим практическим интересом и позволяют оценивать кредитный рейтинг заемщиков [2].

Кредит-скоринговую модель в общем виде можно представить следующим образом:

$$< I_0(G, L, \Phi, A) >,$$

где I_0 – кредитный рейтинг, мера кредитоспособности заемщика; G – набор факторов кредитоспособности заемщика; L – набор оценок каждого фактора из набора G ; Φ – набор весов, задающих значимость каждого фактора из набора G ; A – подход (метод), заложенный в основу расчета I_0 .

В работе [1] изложены многочисленные подходы к разработке кредит-скоринговых моделей, среди которых на практике традиционно используются статистические и нейросетевые методы, реализованные в большинстве современных банковских программных продуктов. Подробные рекомендации по выбору подхода приведены в работе [3]. Практические кредит-скоринговые модели, полученные на основе статистических, нейросетевых и нечетко-множественных описаний, а также содержательная интерпретация особенностей применения подобных моделей для анализа кредитных рисков представлены в работах [1–3].

Независимо от используемого подхода важным условием эффективного применения кредит-скоринговых моделей является обоснованный выбор их параметров, необходимых для принятия управленческих решений о кредитовании, а также оценка прогностических свойств моделей, под которыми понимается точность классификации заемщиков. Для решения данной проблемы возможно применение ROC-анализа [4].

Цель исследования – апробация применения ROC-анализа при оценке параметров и качества кредит-скоринговых моделей. Информационной базой исследования служит обезличенная выборка заемщиков – физических лиц. Выбор такого сегмента заемщиков обусловлен резким увеличением количества дефолтов по кредитным сделкам в кризисный период. На базе выборки, используя логистическую регрессию как традиционный статистический инструмент для оценки вероятности дефолта, предлагается построить кредит-скоринговую модель, на которой апробируется подход.

ROC-анализ (*receiver operator characteristic*) широко применяется в различных областях, таких как теория обнаружения сигналов [7], проведение диагностических тестов в медицине [10], сравнение моделей и алгоритмов в теории принятия управленческих решений [4, 8, 9]. Пути усовершенствования анализа для выбора классификатора с точки зрения ожидаемых потерь от принятия ошибочного решения рассмотрены в [6].

Несмотря на то, что подход ориентирован в основном на применение в медицине и технике, существует опыт применения ROC-анализа в отечественной банковской практике. В работе [5] исследуется немаловажная проблема отбора переменных в скоринговые карты на основе логистической регрессии. Представлен подход к отбору в модель переменных в зависимости от рассчитанного значения площади под ROC-кривой, и проведены эксперименты на кредитных

историях российского банка. Алгоритм ROC-анализа заложен в некоторых программных продуктах по автоматизации управления кредитными рисками, например, «Scorto™ Model Maestro» и «SAS Credit Scoring Solution», активно используемых в кредитных отделах банков.

ROC-анализ основан на использовании параметрической кривой, которая показывает результаты бинарной классификации, когда модель предсказывает вероятность того, что наблюдение относится к одному из двух классов. В таком случае важен выбор точки отсечения, т.е. порога отсечения, разделяющего классы. Бинарный классификатор может быть получен на основе логистической регрессии, нейронных сетей, деревьев классификации, байесовской сети. ROC-кривая позволяет построить зависимость количества верно классифицированных положительных примеров от количества неверно классифицированных отрицательных примеров [4].

Охарактеризуем основные параметры кредит-скоринговых моделей с точки зрения ROC-анализа. Бинарный классификатор предполагает два класса, один из них называется классом с положительными исходами, второй – с отрицательными исходами. В контексте решаемой задачи положительным исходом является успешное погашение кредита (благонадежный заемщик), а отрицательным – дефолт по кредиту (неблагонадежный заемщик). Доля истинно положительных исходов TPR (*true positives rate*), доля ложно положительных исходов FPR (*false positives rate*), доля истинно отрицательных исходов TNR (*true negative rate*) и доля ложно отрицательных исходов FNR (*false negative rate*) рассчитываются соответственно следующим образом:

$$TPR = \frac{TP}{TP + FN};$$

$$FPR = \frac{FP}{TN + FP};$$

$$TNR = \frac{TN}{TN + FP};$$

$$FNR = \frac{FN}{FN + TP},$$

где TP (*true positives*) – верно классифицированные положительные исходы (истинно положительные исходы); TN (*true negatives*) – верно классифицированные отрицательные исходы

(истинно отрицательные исходы); FN (*false negatives*) – положительные исходы, классифицированные как отрицательные (ложно отрицательные исходы); FP (*false positives*) – отрицательные исходы, классифицированные как положительные (ложно положительные исходы).

Параметр TPR определяет чувствительность кредит-скоринговой модели (*sensitivity*). Модель, обладающая высокой чувствительностью, обеспечивает большую вероятность правильного распознавания для положительных исходов. Параметр TNR определяет специфичность кредит-скоринговой модели (*specificity*). Модель, обладающая высокой специфичностью, обеспечивает большую вероятность правильного распознавания для отрицательных исходов. Можно сделать вывод в контексте решаемой задачи, что кредит-скоринговая модель с высокой специфичностью соответствует консервативной кредитной политике (высокая доля отклоненных кредитных заявок), а с высокой чувствительностью – высокорисковой кредитной политике (высокая доля одобренных заявок). В первом случае минимизируются потери от кредитного риска, а во втором – упущенная экономическая выгода. Последним важным параметром кредит-скоринговых моделей является пороговое значение C (*cut off point*). Порог отсечения нужен для того, чтобы применять модель на практике, т.е. относить новые исходы к одному из двух классов. Выбирая пороговое значение, можно управлять вероятностью правильного распознавания положительных и отрицательных исходов. При уменьшении порога увеличивается вероятность ошибочного распознавания положительных исходов (ложно положительных исходов), а при увеличении возрастает вероятность неправильного распознавания отрицательных исходов (ложно отрицательных исходов).

ROC-кривая представляет собой совокупность координат, заданных параметрами TPR и $(1 - TNR)$ при различных значениях C . Для идеального классификатора график ROC-кривой проходит через верхний левый угол, где доля ложно положительных исходов равна нулю. Поэтому чем ближе кривая к верхнему левому углу, тем выше прогностические свойства модели. Диагональная линия соответствует бесполезному классификатору. Параметр AUC рассчитывается как площадь под ROC-кривой с помощью, например, правила трапеций [4] и принимает зна-



чение в интервале $[0; 1]$. Высокое значение параметра AUC свидетельствует о высоком качестве модели с точки зрения прогностических свойств.

Проблемой является определение приемлемого порогового значения на основе построенной ROC-кривой. Ниже представлены возможные критерии определения приемлемого порогового значения среди k возможных значений:

1. Обеспечение минимально допустимого значения чувствительности модели $TPR_{\min}$ (критерий K_1):

$$TPR_k \geq TPR_{\min}.$$

2. Обеспечение минимально допустимого значения специфичности модели $TNR_{\min}$ (критерий K_2):

$$TNR_k \geq TNR_{\min}.$$

3. Достижение максимального значения суммарной чувствительности и специфичности модели (критерий K_3):

$$\max \{(TNR_k + TPR_k)\}.$$

4. Обеспечение баланса между чувствительностью и специфичностью модели (критерий K_4):

$$\min \{|TPR_k - TNR_k|\}.$$

5. Достижение максимального значения индекса Юдена (критерий K_5) [11]:

$$\max \{(TPR_k + TNR_{k-1})\}.$$

6. Достижение максимального значения индекса надежности (критерий K_6):

$$\max \left\{ \left(\frac{TN_k + TP_k}{TN_k + TP_k + FN_k + FP_k} \right) \right\}.$$

7. Достижение минимального значения потерь в стоимостном выражении от ошибок классификации (критерий K_7):

$$\min \{(S_{FP} \cdot FP_k + S_{FN} \cdot FN_k)\},$$

где S_{FP} – стоимость ложно положительного исхода, руб.; S_{FN} – стоимость ложно отрицательного исхода, руб.

Наибольший практический интерес представляет именно последний критерий. С одной стороны, он позволяет увязать ошибки классификации с экономическими показателями, но, с другой стороны, определение стоимости ложных исходов является труднорешаемой, требующей отдельного исследования задачей, что существенно ограничивает применение данного критерия на практике. Можно упрощенно рассчитывать стоимость ошибки классификации по каждому ложному исходу на основании данных о просроченной задолженности и условиях кредитования. Для каждого типа исхода можно взять усредненные показатели. Например, стоимость ложно положительных исходов можно рассчитать на основании суммы просроченной задолженности, приходящейся на одного безнадёжного заемщика. Стоимость ложно отрицательных исходов можно рассчитать на основании усредненных показателей лимита, срока и ставки кредитования, которые определяют упущенную выгоду банка от кредитования.

На основе логистической регрессии были построены две кредит-скоринговые модели. Фрагмент выборки с некодированными переменными представлен в табл. 1. Необходимо

Таблица 1

Фрагмент исследуемой выборки заемщиков (переменные некодированные)

Обозначение переменной	Наименование переменной	Заемщики			
		1	2	3	4
Z	Наличие дефолта	Нет	Нет	Нет	Да
Q_1	Пол	Муж.	Муж.	Муж.	Жен.
Q_2	Возраст, лет	24	31	28	23
Q_3	Семейное положение	Не женат/ не замужем	Не женат/ не замужем	Женат/ замужем	Женат/ замужем
Q_4	Стаж на последнем месте работы, лет	4	2	6	1
Q_5	Отраслевая принадлежность работодателя	Образование	Сфера услуг	Торговля	Маркетинг и продажи
Q_6	Кредитная история	Нет	Нет	Нет	Нет
Q_7	Наличие вкладов в банке	Да	Да	Нет	Нет
Q_8	Коэффициент финансовой нагрузки	0,67	0,34	0,23	0,45
Q_9	Вариация дохода	0,10	0	0,13	0
Q_{10}	Наличие и тип обеспечения	Нет	Нет	Нет	Поручительство

Таблица 2

Матрица парных коэффициентов корреляции
(выделены значимые коэффициенты)

Q_i	Q_1	Q_2	Q_3	Q_4	Q_5	Q_6	Q_7	Q_8	Q_9	Q_{10}
Q_1	1,000	0,146	0,314	-0,085	-0,189	0,017	-0,050	0,182	0,071	-0,053
Q_2	0,146	1,000	-0,231	0,204	-0,143	0,230	-0,154	0,026	0,021	0,083
Q_3	0,314	-0,231	1,000	-0,280	0,147	-0,117	-0,189	0,199	-0,015	-0,080
Q_4	-0,085	0,204	-0,280	1,000	-0,259	0,092	0,136	-0,115	-0,150	0,054
Q_5	-0,189	-0,143	0,147	-0,259	1,000	0,039	-0,001	0,163	-0,021	-0,084
Q_6	0,017	0,230	-0,117	0,092	0,039	1,000	-0,111	0,025	0,007	-0,075
Q_7	-0,050	-0,154	-0,189	0,136	-0,001	-0,111	1,000	0,081	-0,073	-0,230
Q_8	0,182	0,026	0,199	-0,115	0,163	0,025	0,081	1,000	0,253	-0,179
Q_9	0,071	0,021	-0,015	-0,150	-0,021	0,007	-0,073	0,253	1,000	-0,283
Q_{10}	-0,052	0,082	-0,080	0,053	-0,084	-0,075	-0,230	-0,179	-0,283	1,000

оценить возможное присутствие мультиколлинеарности в исходной выборке. Из-за корреляции между предикторами параметры полученных моделей могут быть неточными, что приведет к значительному числу ложно определенных исходов. Была сформирована матрица парных коэффициентов корреляции, представленная в табл. 2, и вычислен ее определитель $\det = 0,34$. Можно сделать вывод о наличии частичной мультиколлинеарности, поскольку определитель матрицы близок к нулю. В этом случае формально можно получить оценки параметров моделей и их точные показатели, но все они будут неустойчивыми, что ставит под сомнение прогностические свойства моделей. С учетом того, что целью исследования является апробация применения ROC-анализа в банковской практике, а не получение адекватных практических кредит-скоринговых моделей, были найдены параметры двух моделей.

Для построения первой модели использовался метод пошагового включения на основе критерия Вальда.

Для второй модели использовались те же параметры логистической регрессии, но с принудительным включением всех факторов.

В математическом виде полученные модели имеют вид:

$$Z_1 = -0,17Q_1 - 0,04Q_2 + 1,9Q_3 + 0,5Q_4 + 0,3Q_5 + 0,58Q_6 + 1,7Q_7 + 4,8Q_8 + 0,9Q_9 + 0,21Q_{10} - 7,2;$$

$$Z_2 = 1,79Q_3 + 1,53Q_7 + 4,9Q_8 - 6,89.$$

На основании полученных уравнений были рассчитаны основные параметры двух моделей и критерии ($K_1 - K_6$), необходимые для проведения ROC-анализа. Результаты расчетов представлены в табл. 3. Рассчитанные параметры позволили построить ROC-кривые для двух моделей (рис. 1) и определить рациональное пороговое значение C .

Несмотря на различные параметры построения логистической регрессии (принудительное включение факторов и включение факторов на основе критерия Вальда), прогностические свойства моделей одинаковы, о чем свидетельствуют практически схожие значения показателя AUC , получаемого суммированием значений в соответствующей строке в табл. 3. Этот факт можно объяснить наличием достаточной корреляции между переменными. При этом кривые расположены ближе к диагонали, соответствующей параметрам бесполезного классификатора, что говорит о недостаточной точности классификации, получаемой на основе моделей. Приемлемое пороговое значение, найденное по критериям K_3 , K_5 и K_6 , совпадает для рассматриваемых моделей и является точкой на ROC-кривой, причем длина перпендикулярного отрезка, проведенного из этой точки, характеризуется наибольшей длиной.

Таблица 3

Результаты ROC-анализа

Модель	Пара- метры	Пороговое значение рейтинга (C)																				
		0	0,05	0,10	0,15	0,20	0,25	0,30	0,35	0,40	0,45	0,50	0,55	0,60	0,65	0,70	0,75	0,80	0,85	0,90	0,95	1
Z ₁	TP	35	35	35	35	35	32	31	28	25	24	23	22	22	18	15	14	12	9	8	5	0
	TN	0	0	2	5	9	11	17	19	23	24	28	29	30	30	30	31	33	34	35	35	35
	FN	0	0	0	0	0	2	4	7	9	11	12	13	13	17	20	22	23	26	27	30	35
	FP	35	35	33	30	26	25	18	16	13	8	7	6	5	5	5	3	2	1	0	0	0
	TPR	1,00	1,00	0,95	0,88	0,80	0,74	0,65	0,60	0,52	0,50	0,45	0,43	0,42	0,38	0,33	0,31	0,27	0,21	0,19	0,13	0,00
	FPR	1,00	1,00	0,94	0,86	0,74	0,69	0,51	0,46	0,36	0,25	0,20	0,17	0,14	0,14	0,14	0,09	0,06	0,03	0,00	0,00	0,00
	TNR	0,00	0,00	0,06	0,14	0,26	0,31	0,49	0,54	0,64	0,75	0,80	0,83	0,86	0,86	0,86	0,91	0,94	0,97	1,00	1,00	1,00
	FNR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,06	0,11	0,20	0,26	0,31	0,34	0,37	0,37	0,49	0,57	0,61	0,66	0,74	0,77	0,86	1,00
	K ₁	1,00	1,00	0,95	0,88	0,80	0,74	0,65	0,60	0,52	0,50	0,45	0,43	0,42	0,38	0,33	0,31	0,27	0,21	0,19	0,13	0,00
	K ₂	0,00	0,00	0,06	0,14	0,26	0,31	0,49	0,54	0,64	0,75	0,80	0,83	0,86	0,86	0,86	0,91	0,94	0,97	1,00	1,00	1,00
	K ₃	1,00	1,00	1,00	1,02	1,05	1,05	1,13	1,14	1,16	1,25	1,25	1,26	1,28	1,23	1,19	1,22	1,21	1,18	1,19	1,13	1,00
	K ₄	1,00	1,00	0,89	0,73	0,54	0,44	0,16	0,05	0,12	0,25	0,35	0,40	0,43	0,48	0,52	0,60	0,68	0,76	0,81	0,88	1,00
	K ₅	0,00	0,00	0,00	0,02	0,05	0,05	0,13	0,14	0,16	0,25	0,25	0,26	0,28	0,23	0,19	0,22	0,21	0,18	0,19	0,13	0,00
	K ₆	0,50	0,50	0,53	0,57	0,63	0,61	0,69	0,67	0,69	0,72	0,73	0,73	0,74	0,69	0,64	0,64	0,64	0,61	0,61	0,57	0,50
	AUC	0,00	0,06	0,08	0,09	0,04	0,12	0,03	0,05	0,05	0,02	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Z ₂	TP	35	35	35	34	34	32	31	30	27	25	24	23	22	18	16	13	12	7	6	4	0
	TN	0	1	3	5	10	15	18	21	23	24	25	27	30	31	31	33	34	34	35	35	35
	FN	0	0	0	1	1	3	4	6	8	11	11	12	13	17	19	21	23	28	29	31	35
	FP	35	34	32	30	25	20	17	13	12	10	10	8	5	4	4	3	1	1	0	0	0
	TPR	1,00	0,97	0,92	0,87	0,77	0,68	0,63	0,59	0,54	0,51	0,49	0,46	0,42	0,37	0,34	0,28	0,26	0,17	0,15	0,10	0,00
	FPR	1,00	0,97	0,91	0,86	0,71	0,57	0,49	0,38	0,34	0,29	0,29	0,23	0,14	0,11	0,11	0,08	0,03	0,03	0,00	0,00	0,00
	TNR	0,00	0,03	0,09	0,14	0,29	0,43	0,51	0,62	0,66	0,71	0,71	0,77	0,86	0,89	0,89	0,92	0,97	0,97	1,00	1,00	1,00
	FNR	0,00	0,00	0,00	0,03	0,03	0,09	0,11	0,17	0,23	0,31	0,31	0,34	0,37	0,49	0,54	0,62	0,66	0,80	0,83	0,89	1,00
	K ₁	1,00	0,97	0,92	0,87	0,77	0,68	0,63	0,59	0,54	0,51	0,49	0,46	0,42	0,37	0,34	0,28	0,26	0,17	0,15	0,10	0,00
	K ₂	0,00	0,03	0,09	0,14	0,29	0,43	0,51	0,62	0,66	0,71	0,71	0,77	0,86	0,89	0,89	0,92	0,97	0,97	1,00	1,00	1,00
	K ₃	1,00	1,00	1,01	1,01	1,06	1,11	1,15	1,21	1,20	1,22	1,20	1,23	1,28	1,25	1,23	1,20	1,23	1,14	1,15	1,10	1,00
	K ₄	1,00	0,94	0,84	0,73	0,49	0,25	0,12	0,03	0,12	0,20	0,22	0,31	0,43	0,52	0,55	0,63	0,71	0,80	0,85	0,90	1,00
	K ₅	0,00	0,00	0,01	0,01	0,06	0,11	0,15	0,21	0,20	0,22	0,20	0,23	0,28	0,25	0,23	0,20	0,23	0,14	0,15	0,10	0,00
	K ₆	0,50	0,51	0,54	0,56	0,63	0,67	0,70	0,73	0,71	0,70	0,70	0,71	0,74	0,70	0,67	0,66	0,66	0,59	0,59	0,56	0,50
	AUC	0,03	0,05	0,05	0,11	0,10	0,05	0,06	0,02	0,02	0,00	0,02	0,04	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

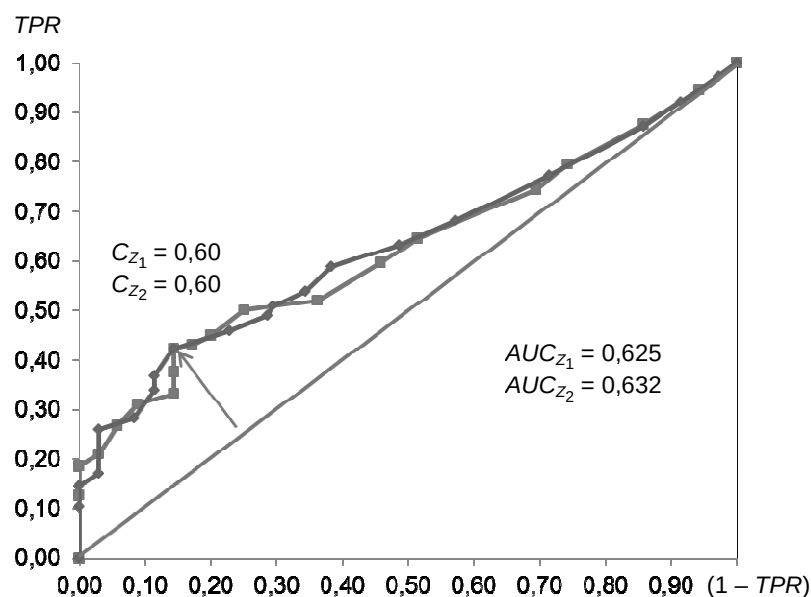


Рис. 1. Полученные ROC-кривые
($\blacksquare$) – Z_1 ; ($\blacklozenge$) – Z_2

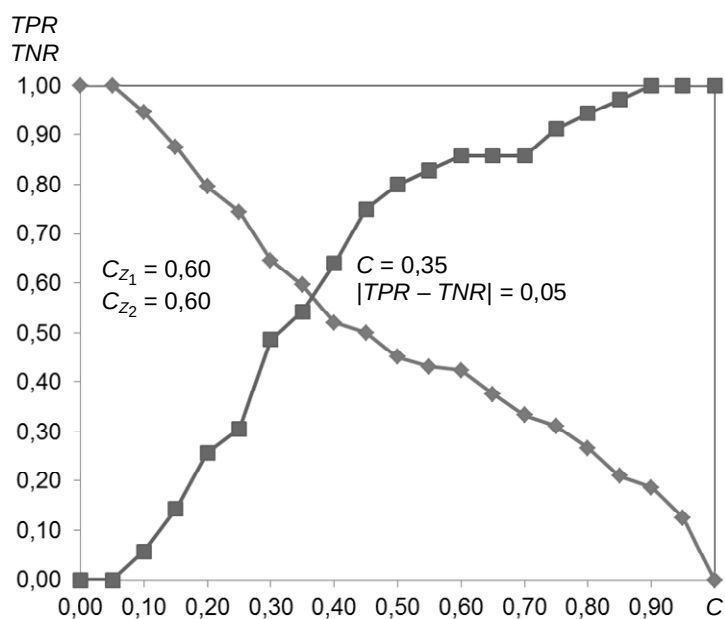


Рис. 2. Баланс между чувствительностью и специфичностью модели Z_1
($\blacklozenge$) – TPR; ($\blacksquare$) – TNR

На практике банки стремятся достичь баланса между специфичностью и чувствительностью или достичь их максимальных значений. Максимум чувствительности и специфичности для модели Z_1 достигается при пороговом значении рейтинга 0,60. Чувствительность равна 42 %. Это означает, что 42 % благонадежных

заемщиков будут выявлены классификатором. Специфичность равна 86 %, следовательно, 14 % недобросовестных заемщиков получают одобрение в кредитовании. Баланс между чувствительностью и специфичностью для модели Z_1 достигается при значении рейтинга 0,35, что видно на рис. 2.



С точки зрения управления кредитным риском ROC-анализ можно применять для решения следующих задач:

1. Оценка точности классификации заемщиков, а также уровня чувствительности и специфичности кредит-скоринговой модели.

2. Сравнение прогностических свойств моделей, применяемых для оценки кредитного риска.

3. Нахождение приемлемого порогового значения кредитного рейтинга для принятия решения о кредитовании.

4. Параметры кредит-скоринговой модели, оцениваемые на основе ROC-анализа, могут стать индикаторами, показывающими необходимость корректировки модели. В качестве таких индикаторов можно рассматривать снижение чувствительности модели, повышение числа ложно положительных исходов.

Таким образом, в статье показана возможность применения ROC-анализа в решении практических задач анализа кредитных рисков и оценки прогностических свойств кредит-скоринговых моделей. Направлением дальней-

ших исследований может стать, во-первых, адаптация проведения ROC-анализа с точки зрения экономических показателей, а не числа правильно или ложно классифицированных заемщиков. Таким экономическим показателем могут выступать, например, экономические выгоды и потери от правильно и ложно классифицируемых кредитных заявок. Использование экономических показателей при оценке параметров кредит-скоринговых моделей с целью определения приемлемого порогового значения для рационального отбора кредитных заявок сделает анализ более обоснованным и учитывающим результаты финансово-хозяйственной деятельности банка. Во-вторых, областью исследования может стать изучение влияния настраиваемых параметров классификаторов, например размера выборки, метода включения переменных на показатель AUC , что позволит дать рекомендации по настройке классификаторов, обладающих лучшими прогностическими свойствами. В-третьих, возможно применение рассмотренного подхода для оценки более двух классов заемщиков, что предпринято в работе [9].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дуболазов, В.А. Нечетко-множественный подход к оценке кредитоспособности физических лиц [Текст] / В.А. Дуболазов, Н.С. Лукашевич // Финансы и кредит. – 2009. – № 13(349). – С. 35–45.
2. Ефимова, Ю.В. Оценка заемщиков малого бизнеса с учетом международных требований [Текст] / Ю.В. Ефимова // Банковское кредитование. 2009. – № 6(28). – С. 55–72.
3. Лукашевич, Н.С. Сравнение нейросетевых и статистических методов оценки кредитного риска [Текст] / Н.С. Лукашевич // Финансы и кредит. – 2011. – № 1(433). – С. 32–41.
4. Паклин, Н.Б. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям: учебное пособие для вузов [Текст] / Н.Б. Паклин, В.И. Орешков. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2010. – 701 с.
5. Уланов, С.В. Генетический алгоритм для отбора признаков при разработке скоринговых карт [Текст] / С.В. Уланов, А.И. Якупов // Вестник Ижевского государственного технического университета. – 2010. – № 2 (46). – С. 54–57.
6. Drummond, C. What ROC curves can't do (and cost curves can) [Text] / C. Drummond, R. Holte // ROCAI. – 2004. – P. 19–26.
7. Egan, J.P. Signal detection theory and ROC analysis [Text] / J.P. Egan. – New York: Acad. Press, 1975. – 386 p.
8. Fawcett, T. ROC Graphs: Notes and Practical Considerations for Researchers [Text] / T. Fawcett. – Kluwer Acad. Publ., 2004. – 38 p.
9. Hand, D.J. A simple generalization of the area under the ROC curve to multiple class classification problems [Text] / D.J. Hand, R.J. Till // Machine Learning. – 2001. – № 45(2). – P. 171–186.
10. Swets, J.A. Measuring the accuracy of diagnostic systems [Text] / J.A. Swets // Science. – 1988. – № 240. – P. 1285–1292.
11. Youden, W.J. Index for rating diagnostic tests [Text] / W.J. Youden // Cancer. – 1950. – № 3. – P. 32–35.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИТУАЦИОННОГО ПОДХОДА (НА ПРИМЕРЕ ВУЗА)

Управление проектами сегодня стало признанной во всем мире методологией проектно-ориентированной деятельности.

Понятие проекта позволяет охватить, с точки зрения управления, самые разные аспекты деятельности, в частности такие важные понятия, как «инновационный процесс» и «инновационный проект». Инновационные процессы, деятельность по воплощению их в новых продуктах, технологиях и социальной жизни – основа экономического развития общества. Инновационный проект представляет собой подготовку, осуществление и распространение инноваций и состоит из взаимосвязанных фаз, образующих единое комплексное целое. В результате этого процесса появляется реализованное, материализованное новшество.

Рассматривая планирование и управление проектами, особенно инновационными, необходимо помнить, что речь идет об управлении динамическим объектом. Поэтому система управления проектами должна быть достаточно гибкой, чтобы допускать частые модификации без всеобщих изменений в рабочей программе. Тем самым определение проекта еще в большей степени отвечает конкретным рыночным потребностям.

Также основанием для реформирования высшего образования в современных условиях может стать реализация системного, процессного и ситуационного подходов и использование креативных технологий в управлении проектами университетов [1, 4].

Свойство управляемости тесно связано с условиями неопределенности, которые сопутст-

вуют практически любому инновационному проекту. Поэтому для обеспечения управляемости в широком диапазоне изменения характеристик целесообразно использование принципов ситуационного управления, которые учитывают наличие случайных факторов и рискованных ситуаций. Оно основано на том, что пригодность различных методов управления определяется конкретной ситуацией. Самым эффективным методом при этом будет метод, который более всего соответствует данной ситуации, максимально адаптирован к ней. Постоянное отслеживание ситуации создает основу для возможности своевременного выявления новшеств и появления необходимости в новых проектах. Использование ситуационного подхода в учебном процессе вуза позволяет формировать у студентов навыки реального проектирования [3].

Для руководителей в промышленности и бизнесе сегодня не секрет, что молодой специалист, только что окончивший вуз, пока еще не обладает опытом работы и владеет лишь теоретическими профессиональными знаниями. В лучшем случае такой соискатель имеет минимальный опыт работы, если ему удалось совмещать работу и учебу. Поэтому первые лица компаний при приеме на работу выпускников вузов обращают внимание, в первую очередь, на системность мышления кандидата, его креативность и способность принимать решения и нести за них ответственность, а также на амбициозность, самодостаточность, инициативность, способность к обучению, желание работать. Понятно, что уровень и качество знаний выпускника



также учитываются, но представители промышленности и бизнеса отдают себе отчет в том, что в нового сотрудника необходимо вложить еще немало денежных средств и потратить времени, прежде чем тот начнет работать с необходимой отдачей. В практике западной высшей школы применяются методы раннего привлечения (после шестого семестра) студентов для реализации конкретных заданий будущих работодателей. Подобная практика начинает применяться и переловыми вузами России. В частности, в ГУАП функционирует ряд проблемных лабораторий крупных российских (ХК «Ленинец», ФГУ «Гранит», ОАО «Электроавтоматика» и др.) и зарубежных (Intel, Bosh, Simens и др.) компаний. Студенты, работающие в этих лабораториях и выполняющие конкретные задачи, по окончании ГУАП переходят на работу, например, в указанные фирмы и имеют хорошие перспективы для карьеры [4, 5].

В исследовательском университете научная работа преподавателей занимает такой же временной объем, как и учебная деятельность. Следует отметить, что научное направление, которым занимается преподаватель, далеко не всегда в точности совпадает с преподаваемой им дисциплиной. Потребности научной деятельности заставляют самоорганизовываться ученых университета в коллективы по интересам, которые опять же далеко не всегда структурно совпадают с теми учебными подразделениями, где они работают.

Использование ситуационного подхода в организационно-управленческих дисциплинах, таких как менеджмент, маркетинг, теория организации и пр., позволяет органично связывать учебный процесс с исследовательской работой, интересами работодателей и подключать студентов к реальным проектам. В этом случае студент может выступать инициатором проекта, реализуя его как результат учебно-исследовательской деятельности на базе анализа реальной ситуации в конкретной организации.

Символом исследовательского университета выступает пара *аудитория – лаборатория*, задающая двумерную структуру операционного ядра.

Можно говорить о сочетании вертикальной иерархии учебно-научных подразделений и горизонтальной подсистемы, в которой в качестве

подразделений выступают проектные группы (временные творческие коллективы). При этом состав проектных групп «горизонтального университета» формируется из подразделений «вертикального университета». Главным ресурсом, на основе использования которого в настоящих условиях возможно всестороннее развитие университета, является в первую очередь интеллект всего основного состава сотрудников и наличие у сотрудников предпринимательских и лидерских качеств.

В рамках двухпродуктового университета устанавливаются неформальные горизонтальные связи между представителями разных учебных подразделений. Эти связи могут быть оформлены в виде межкафедральных или межкафедральных структур, обычно называемых центрами или институтами. Наиболее полно и последовательно ситуационный подход реализуется в аппаратно-технической среде учебного креативного ситуационного исследовательского центра, включающего в себя компьютерный класс, банки ситуаций, данных, карты знаний и пр.

В связи с этим следует отметить появление еще одного самостоятельного продукта деятельности университета и соответственно многопродуктовой модели университета [4, 5].

Дальнейшая логика развития многопродуктовой модели университета может быть основана на диверсификации основных результатов работы научно-преподавательского коллектива. Новые продукты университета появляются, например, в результате различных форм реализации одной и той же образовательной программы. Самостоятельными продуктами являются ускоренные программы обучения, дистанционное обучение, обучение иностранцев, обучение по программам, заказанным конкретным предприятием. Кроме запроса на стандартные образовательные программы, возникают запросы на множество нестандартных программ, включая междисциплинарные программы, курсы переподготовки и повышения квалификации различной длительности, консультационные услуги. Для выполнения всех этих задач формируются те или иные дополнительные организационные подструктуры (например, в ГУАП – иностранный факультет, факультет дополни-

тельных видов образования, факультет дистанционного образования, факультет инноватики и магистерской подготовки). Другими словами, университет ориентируется на разные рынки, что означает появление еще одного (рыночного) измерения университета.

Межкафедральные или межфакультетские структуры могут быть виртуальными. Такая организация фирмы – одна из современных организационных инноваций. Идея виртуальной организации состоит в том, что при современных информационных технологиях нет необходимости собирать сотрудников в одном месте и тратить большие средства на штаб-квартиру корпорации. Контакты и обмен информацией могут осуществляться на основе сетевых компьютерных технологий. Проиллюстрируем примером создание проекта в одном из институтов университета. Допустим, что одно из предприятий региона заказало университету программу краткосрочного повышения квалификации своих сотрудников, для оплаты которой они имеют оговоренные финансовые средства. Подобные программы обучения носят «малосерийный» характер. Как правило, речь в таких случаях идет об обучении по определяемой совместно с предприятием программе нескольких групп сотрудников в заданные сроки (обычно несколько месяцев, причем даты начала и конца обучения могут быть фиксированными). Важной особенностью подобных программ является тот факт, что заказчик обычно выдвигает дополнительные требования к программе обучения, придающие ей междисциплинарный характер. Очевидно, что в данном случае мы имеем дело с ограниченной во времени работой, носящей характер проекта. Может быть, конечно, подобный заказ повторится и в будущем, однако на данном этапе параметры будущей работы определить, как правило, не представляется возможным, хотя бы по причине невозможности спрогнозировать финансовую ситуацию. Следует предположить, что в условиях острой конкуренции за подобные заказы, руководство университета поставит задачу его выполнения на максимально высоком качественном уровне по всем основным параметрам: качество занятий (лучшие преподаватели), качество технического обеспечения (современная оргтехника, средства

презентации, лучший компьютерный класс), лучшие аудитории, оказание дополнительных сервисных услуг. Подобный проект может быть достаточно эффективно реализован в рамках ситуационного подхода, когда используется общая управленческая ситуация, рассматривающая организацию как единый объект управления, а междисциплинарный характер обеспечивается анализом различных аспектов единой ситуации в процессе обучения при тесной связи с интересами заказчика, которые могут быть связаны с выполнением определенного проекта.

Современные тенденции развития экономики, основанной на знаниях, призваны способствовать формированию глобального инновационного общества посредством развития и интеграции всех трех элементов «треугольника знаний» (образование, исследования, инновации), крупномасштабного инвестирования в человеческие ресурсы, развития профессиональных навыков и научных исследований, а также путем поддержки модернизации системы образования.

Ключевое положение проектно-ориентированного подхода состоит в поощрении и поддержке инициатив сотрудников университета. Технология ситуационного подхода в вузе может внедряться в следующих формах.

Внедрение – технология нововведений, в которой процесс нововведений осуществляется самим разработчиком ситуаций. Используется для инновации, не требующей всего комплекса инновационных услуг.

Тренинг – технология нововведений, обеспечивающая этап подготовки кадрового сопровождения инновации, в том числе, например, создания малого предприятия. Выполняется фирмами, специализирующимися в этом виде инновационных технологий (инкубаторы, технологические парки, центры и др.). Эти функции можно осуществлять в рамках учебного креативного ситуационного исследовательского центра

Консалтинг – технология нововведений, обеспечивающая этап выбора стратегии и бизнес-планирования инновационной деятельности. Выполняется фирмами, специализирующимися в области экспертизы и консультаций, а также при достаточной квалификации самими разработчиками ситуаций.



Трансфер – технология нововведений, обеспечивающая реализацию инновационного проекта за счет передачи освоенных технологий в иную предметную или географическую сферу. Требуется определенной коррекции ситуаций для новой среды.

Инжиниринг – комплексная технология нововведений, наиболее полно охватывающая все этапы инновационного цикла: от маркетинга, предпроектного обследования, бизнес-планирования, разработки и до комплектной поставки оборудования и кадрового сопровождения, сдачи «под ключ» и последующего сервисного обслуживания. Включает в себя все этапы и формы работы с управленческими ситуациями.

Опытные данные, накопленные за последние годы при разработке системы менеджмента качества образования и ее международной сертификации, а также использование ситуационного подхода позволяют сделать следующие выводы:

- проекты в области образовательной деятельности и университетского управления могут быть построены на изучении конкретных практических случаев (case study), их анализе и обобщении;
- проектно-ориентированный ситуационный подход открывает возможности предпринимательской деятельности внутри университета на основе принципов проектной организации и связей с коммерческими структурами;
- ситуационный подход не отрицает никаких традиций академического сообщества, т. е. является органичным управленческим методом. Он развивает, дополняет и обобщает ряд управленческих находок и методов, уже применяемых

в практике университетского управления и принятых университетским сообществом;

- ситуационный подход задает алгоритм управленческих мероприятий, которые нужно провести с целью поддержки инициативных сотрудников, ориентированных на поиск и получение средств из разнообразных дополнительных источников финансирования;
- создание проектно-ориентированной организации университета – это цель развития вуза. Ситуационный подход и ситуационные стратегии являются частью стратегического управления университетом и определяют степень включения ситуационного подхода в проекты. При этом отслеживание управленческих ситуаций обеспечивает гибкий, динамический характер проектно-ориентированной организации, создает условия для самообновления и облегчает дальнейший процесс стратегического управления и активной связи с заказчиком;
- ситуационный проектно-ориентированный подход является организационным средством обеспечения синергетического эффекта при развитии отраслей знаний, поскольку преодолевает барьеры традиционной дисциплинарной департаментализации образования и науки, позволяя создавать творческие коллективы сотрудников, принадлежащих разным подразделениям университета и внешним организациям;
- проектно-ориентированный ситуационный подход требует эволюционного внедрения, постепенного «выращивания» новой организационной культуры, формирования умения работать в различных организационных инновационных структурах, таких, например, как обучающаяся, интеллектуальная и консультативная.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Лысов, О.Е.** Ситуационный подход в управлении организациями [Текст] / О.Е. Лысов. – СПб.: ГУАП, 2009. – 157 с
2. **Лысов, О.Е.** Ситуационный подход в управлении знаниями [Текст] / О.Е. Лысов. – СПб.: ГУАП, 2009. – 157 с
3. **Лысов, О.Е.** Способ принятия управленческих решений на основе ситуационного анализа [Текст] / О.Е. Лысов // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2011. – № 1.
4. **Оводенко, А.А.** Креативные технологии управления проектами университета [Текст] : моногр. / А.А. Оводенко. – СПб.: ГУАП, 2010. – 344 с.
5. **Оводенко, А.А.** Обеспечение качества образования в технических университетах России при реализации Болонской декларации [Текст] : моногр. / А.А. Оводенко. – СПб.: ГУАП, 2010. – 278 с.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ

АБРАМОВ Сергей Сергеевич – аспирант кафедры организации производства и управления Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса.

346500, Ростовская область, г. Шахты, ул. Шевченко, д. 147, rossmv@mail.ru

АКСЁНОВА Ольга Александровна – профессор кафедры управления в социально-экономических системах Санкт-Петербургского Государственного Политехнического университета, доктор экономических наук, профессор.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, olgaksenova@yandex.ru

АНТИПИНА Полина Витальевна – аспирант кафедры логистики и коммерции Байкальского государственного университета экономики и права.

664003, г. Иркутск, ул. Ленина, д. 11, antipinapv@yandex.ru

БАБКИН Александр Васильевич – профессор кафедры экономики и менеджмента в машиностроении Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, доктор экономических наук, профессор.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, тел. (812)297-18-21, babkin@nic.spbstu.ru

БЕКОВ Руслан Басирович – соискатель кафедры менеджмента Дагестанского государственного института народного хозяйства при Правительстве Республики Дагестан, кандидат экономических наук.

367008, Республика Дагестан, г. Махачкала, ул. Д. Атаева, д. 5, ra9898@mail.ru

БРЕСЛАВЦЕВА Нина Александровна – ведущий кафедрой бухгалтерского учета Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса, доктор экономических наук, профессор.

346500, Ростовская область, г. Шахты, ул. Шевченко, д. 147, breslavceva_na@mail.ru

ВЕРТЕШЕВ Антон Сергеевич – аспирант кафедры международных экономических отношений Международной высшей школы управления Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, тел. (812)329-47-96, a_verteshev@mail.ru

ВОРОНИН Михаил Сергеевич – доцент кафедры международных экономических отношений Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, кандидат экономических наук.

191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21, (812)710-57-32, ier2002@mail.ru

ГАДЖИЕВ Магомедрасул Магомедович – старший преподаватель кафедры менеджмента Дагестанского государственного института народного хозяйства при Правительстве Республики Дагестан, кандидат экономических наук.

367008, Республика Дагестан, г. Махачкала, ул. Д. Атаева, д. 5, ra9898@mail.ru

ГРАЧЕВ Александр Владимирович – старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Санкт-Петербургского университета МВД России, кандидат экономических наук.

198206, Санкт-Петербург, ул. Летчика Пилютова, д. 1, grachevalexunder@rambler.ru

ГУСЕВ Роман Николаевич – аспирант кафедры организации производства и управления Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса.

346500, Ростовская область, г. Шахты, ул. Шевченко, д. 147, gusevrn@rov.uralsib.ru

ГУСЕВА Анастасия Николаевна – аспирант кафедры организации производства и управления Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса.

346513, Ростовская область, г. Шахты, ул. Шевченко, д. 147, anasti@list.ru



ДАНГ Нгуен Фыонг Ву – аспирант кафедры международных экономических отношений Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов.

191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21, тел. (812)710-57-32, ier2002@mail.ru

ДЕМИДЕНКО Даниил Семенович – заместитель заведующего кафедрой финансов и денежного обращения Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, доктор экономических наук, профессор.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, тел. (812)534-73-31.

ДОМАКОВ Вячеслав Вениаминович – профессор кафедры национальной безопасности Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, доктор экономических наук, профессор.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, тел. (812)294-22-82, vvdoma@mail.ru

ЕВСЕЕВА Светлана Анатольевна – аспирант, ассистент кафедры международных экономических отношений Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29 тел. (812)329-47-96, yevsvetlana@mail.ru

ЗАНГИЕВА Ирема Асланбековна – аспирант кафедры отраслевой экономики Российской академии государственной службы при Президенте РФ.

119606, Москва, пр. Вернадского, д. 84, тел. (495)436-01-01, iremazan@mail.ru

ИВАНОВ Сергей Олегович – соискатель Балтийской академии туризма и предпринимательства.

197198, Санкт-Петербург, ул. Петрозаводская, д. 13, mail@batpr.ru

КАЛУГИН Иван Андреевич – аспирант кафедры национальной экономики факультета экономики и менеджмента Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, kalugin-ivan@yandex.ru

КИЯТКИНА Екатерина Петровна – доцент кафедры экономика и менеджмента в строительстве Самарского государственного архитектурно-строительного университета.

443100, г. Самара, ул. Молодогвардейская, д. 194, тел. (846)340-0219, ems_kafedra@mail.ru

КЛИМИН Анастасий Игоревич – доцент кафедры предпринимательства и коммерции Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, кандидат экономических наук.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, тел. (812)534-74-82, a-klimin@yandex.ru

КОЗЛОВСКАЯ Эра Анатольевна – заведующий кафедрой финансов и денежного обращения Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, доктор экономических наук, профессор.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, тел. (812)534-73-31.

КУРОЧКИНА Анна Александровна – заведующая кафедрой менеджмента Санкт-Петербургского государственного торгово-экономического института, доктор экономических наук, профессор.

194021, Санкт-Петербург, ул. Новороссийская, д. 50, aak@ice.spb.ru

ЛУКАШЕВИЧ Никита Сергеевич – доцент кафедры предпринимательства и коммерции Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, кандидат экономических наук.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, nikita@pikgroup.com

ЛЫСОВ Олег Евдокимович – доцент кафедры менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения.

190000, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 67, тел. (812)312-50-75, lysov_06@mail.ru

МАЛИНИНА Татьяна Всеволодовна – доцент кафедры экономики и менеджмента в энергетике и природопользовании Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, кандидат экономических наук.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, тел. (812)552-09-72.

МАЛЫЦАГОВА Тома Маульдыевна – аспирант Псковского государственного политехнического института.

180000, г. Псков, ул. Л. Толстого, д. 4, тел. (8112)79-76-06.

МАРКУШИНА Елена Владимировна – старший преподаватель Альметьевского государственного института муниципальной службы.

423450, Татарстан, г. Альметьевск, ул. М. Джалиля, д. 9, тел. (8553)45-80-71, referent-almi@mail.ru, rector-almi@mail.ru

МИНАТУЛЛАЕВ Арслан Айнутдинович – заведующий кафедрой менеджмента Дагестанского государственного института народного хозяйства при Правительстве Республики Дагестан, кандидат экономических наук.

367008, Республика Дагестан, г. Махачкала, ул. Д. Атаева, д. 5, ga9898@mail.ru

МИНГАЛЕВА Жанна Аркадьевна – заведующий кафедрой национальной экономики и экономической безопасности Пермского государственного университета, доктор экономических наук, профессор.

614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15, тел. (342)237-17-39, mingall@psu.ru

МИХАЙЛОВА Наталья Викторовна – доцент кафедры бухгалтерского учета Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса, кандидат экономических наук, доцент.

346500, Ростовская область, г. Шахты, ул. Шевченко, д. 147.

МОЛЧАНОВ Николай Николаевич – профессор кафедры экономики исследований и разработок экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета, доктор экономических наук, профессор.

192194, Санкт-Петербург, ул. Чайковского, д. 62, тел. (812)272-97-84, n.molchanov@econ.spb.ru

МУРАВЬЕВА Ксения Александровна – аспирант кафедры менеджмента Санкт-Петербургского торгово-экономического института.

194021, Санкт-Петербург, ул. Новороссийская, д. 50, kseniya_muraveva@list.ru

НАУМОВ Алексей Васильевич – студент пятого курса специальности «Национальная экономика» Пермского государственного университета.

614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15, тел. (342)237-17-39, askimos@mail.ru

НИКИФОРОВА Валерия Михайловна – аспирант кафедры управления в социально-экономических системах Санкт-Петербургского Государственного Политехнического университета.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, valeria.nikiforova@yandex.ru

НИКОЛАЕВ Михаил Алексеевич – декан финансово-экономического факультета Псковского государственного политехнического института, доктор экономических наук, профессор.

180000, г. Псков, ул. Л. Толстого, д. 4, тел. (8112)79-76-06, mnikolaev@rambler.ru

ОПАРИН Сергей Геннадиевич – заведующий кафедрой экономики и менеджмента в строительстве, директор Института строительных и инвестиционных проектов Петербургского государственного университета путей сообщения, доктор технических наук, профессор.

190031, Санкт-Петербург, Московский пр., д. 9, oparinsg@mail.ru

ОЩЕПКОВ Виктор Михайлович – старший преподаватель кафедры менеджмента Пермского государственного университета.

614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15, тел. (342)239-68-25, viko@psu.ru

ПЕРВАДЧУК Владимир Павлович – профессор кафедры прикладной математики Пермского государственного технического университета, доктор технических наук, профессор.

614000, г. Пермь, Комсомольский пр., д. 29а, olga@pstu.ru

ПИЛЮГИН Михаил Анатольевич – доцент кафедры финансов и экономического анализа Уфимского государственного авиационного технического университета, кандидат экономических наук.

450000, г. Уфа, ул. К. Маркса, д. 12.

ПЛАТЫНЮК Инна Игоревна – старший преподаватель кафедры экономики Березниковского филиала Пермского государственного университета.

614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15, тел. (342)237-17-39, inna-platynyuk@yandex.ru

ПУЗЫРЕВСКИЙ Леонид Сергеевич – профессор кафедры финансов и налогообложения Санкт-Петербургского университета МВД России, доктор экономических наук, профессор.

198206, Санкт-Петербург, ул. Летчика Пилутова, д. 1, lanfk@rambler.ru

РУСИНОВ Дмитрий Павлович – аспирант кафедры экономической теории Костромского государственного технологического университета.

156000, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17, тел. (4942)31-79-30, alasard@yandex.ru

САЛИХОВ Валерий Альбертович – доцент кафедры экономики Новокузнецкого филиала-института (НФИ) Кемеровского государственного университета, кандидат технических наук, доцент.

654007, г. Новокузнецк, пр. Металлургов, д. 19, тел. (3843)74-64-05, stiger@nkfi.ru



САМАРУХА Виктор Иванович – проректор по научной работе Байкальского государственного университета экономики и права, доктор экономических наук, профессор.

664005, г. Иркутск, ул. Ленина, д. 11, тел. (3952)24-10-61, vis@isea.ru

САФОНОВ Михаил Михайлович – глава Администрации Калининского района Санкт-Петербурга, соискатель кафедры экономики и менеджмента технологий и материалов Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

195009, Санкт-Петербург, Арсенальная наб., д. 13/1, тел. (812)542-23-60.

СВЕРЧКОВА Ольга Федоровна – доцент кафедры бухгалтерского учета Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса, кандидат экономических наук, доцент.

346500, Ростовская область, г. Шахты, ул. Шевченко, д. 147, ylo79@mail.ru

СЕВОДИН Михаил Алексеевич – доцент кафедры прикладной математики Пермского государственного технического университета, кандидат физико-математических наук, доцент.

614000, г. Пермь, Комсомольский пр., д. 29а, m.sevodin@mail.ru

СТЕПАНОВА Наталья Романовна – доцент кафедры государственных и муниципальных финансов Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, кандидат технических наук, доцент.

620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19 тел. (343)368-66-87, f35710@olympus.ru.

СУЛИМА Виктор Васильевич – заместитель генерального директора ФГУ «Дирекция по строительству транспортного обхода Санкт-Петербурга».

199004, Санкт-Петербург, 4-я линия В.О., д. 9, лит. А, pnv-spb@mail.ru

ТИМОФЕЕВА Анна Анатольевна – аспирант, ассистент кафедры международных экономических отношений Международной высшей школы управления Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, тел. (812)329-47-96, anna_ti@mail.ru

УШАНОВА Наталья Анатольевна – доцент кафедры экономики и менеджмента в строительстве Самарского государственного архитектурно-строительного университета, кандидат экономических наук, доцент.

443001, г. Самара, ул. Молодогвардейская, д. 194, тел. (846)242-14-16, ushanovan@mail.ru

ФЕДОСОВ Евгений Александрович – заместитель управляющего Тюменского филиала АКБ «МБРР» (ОАО).

625000, г. Тюмень, ул. Елизарова, д. 8, тел. (3452)44-81-93, evgenfedosov@list.ru

ЧЕМАШКИН Андрей Юрьевич – аспирант кафедры менеджмента организации Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета.

191002, Санкт-Петербург, ул. Марата, 27, andrey.chemashkin@gmail.com

ЧИСТЯКОВА Ольга Владимировна – доцент кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности Байкальского государственного университета экономики и права, кандидат технических наук, доцент.

664005, г. Иркутск, ул. Ленина, д. 11, тел. (3952)39-84-29, chistyakovaov@mail.ru

ШКЛЯРУК Мария Сергеевна – соискатель ученой степени кандидата наук кафедры экономики и менеджмента в энергетике и природопользовании Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, sh_m2011@mail.ru

АННОТАЦИИ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Молчанов Н.Н. ИННОВАТИВНОСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЦИКЛ.

Посвящена явлению экономических циклов. Предложен новый подход к исследованию причин экономических циклов. Экономические циклы исследуются с использованием человеческого фактора в управлении.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЦИКЛ. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР. ИННОВАЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ.

Козловская Э.А., Демиденко Д.С., Партылова Е.И. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ АНТИКРИЗИСНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ.

Дана характеристика программ антикризисных мер Правительства России на 2008–2010 гг. Проанализирована эффективность фискальной политики России в условиях финансового кризиса.

БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА. ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС. ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ.

Степанова Н.Р. СОЦИАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СОБСТВЕННИКОВ И ОБЩЕСТВА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ.

Рассмотрено формирование системы корпоративного управления. Для достижения долгосрочных целей всех участников корпоративных отношений взят принцип социального взаимодействия, который может сбалансировать общие интересы. Корпоративное управление должно как обеспечивать рост стоимости компании в интересах собственников, так и достигать социального компромисса между собственниками, персоналом и обществом в целом.

СТРУКТУРА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ. ВНЕШНЯЯ СРЕДА КОРПОРАЦИИ. СОЦИАЛЬНЫЙ КОМПРОМИСС МЕЖДУ ЧАСТНЫМИ СОБСТВЕННИКАМИ И ОБЩЕСТВОМ. КОРПОРАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Данг Нгуен Фьонг Ву, Воронин М.С. ГЕНЕЗИС ТЕОРИЙ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: ЭВОЛЮЦИЯ, ДВИЖУЩИЕ СИЛЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.

Охарактеризована эволюция теорий прямых иностранных инвестиций. Кроме того, представлены результаты исследования теоретического подхода, рассматривающего теории прямых иностранных инвестиций с позиции комплексного понимания их природы. Данный подход должен, в частности, основываться на таких теориях и моделях, как эклектическая парадигма Дж. Даннинга, теория интернализации, теория «летающих гусей» и теория конкурентного преимущества М. Портера.

ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ. СТРАТЕГИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ. ИНТЕГРИРОВАННЫЙ ПОДХОД.

Шклярук М.С., Малинина Т.В. ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КОМПЕНСАЦИИ ЗАТРАТ НА РАЗВИТИЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ГЕРМАНИИ).

Рассмотрены проблемы компенсации затрат на развитие возобновляемой энергетики как элемента системы поддержки ВИЭ и влияние выбранного инструмента компенсации на цену электроэнергии для конечного потребителя.

ВОЗОБНОВЛЯЕМАЯ ЭНЕРГЕТИКА. ФОРМИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ. КОМПЕНСАЦИЯ ЗАТРАТ.

Абрамов С.С. ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СФЕРЫ УСЛУГ РЕГИОНА.

Представлена методика комплексной оценки социально-экономической эффективности сферы услуг на уровне государства, отрасли и региона. Проведен анализ социально-экономической эффективности сферы услуг Южного федерального округа по регионам.

СФЕРА УСЛУГ. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ. РЕГИОН. ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ.

Иванов С.О. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.

Рассматриваются проблемы формирования организационно-экономического механизма здравоохранения. Изложены проблемы использования рыночных отношений в структуре управления регионами.

РЕГИОН. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ. ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ. МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ. КВАЗИРЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ.

Кияткина Е.П. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ БАЗЫ В РЕГИОНАЛЬНОМ ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ.

Рассмотрена методика исследований жилищного рынка Самарской области. Выявлен потенциальный состав и структура потребителей жилищного строительства. Определены жилищные приоритеты и дана оценка потенциального объема инвестиций от потребительских групп в жилищной строительной сфере в условиях развития системы финансирования строительства жилья в регионе.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС. КРЕДИТОВАНИЕ. ЖИЛИЩНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ГРУППЫ.

Опарин С.Г., Сулима В.В. РАЗВИТИЕ КОНКУРСОВ НА ПРАВО ЗАКЛЮЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРАКТА НА СТРОИТЕЛЬСТВО ОБЪЕКТОВ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ.

Рассмотрены проблемы и перспективы развития конкурсов на право заключения государственного контракта при размещении заказов на строительство и содержание объектов транспортной инфраструктуры по критериям цена, качество и надежность. На основе зарубежного и отечественного опыта закупок, требований действующих стандартов в области менеджмента качества обоснованы принципы конкурсного отбора и рассмотрены критерии надежности, которые могут быть использованы при выборе поставщика.

КОНКУРС НА ПРАВО ЗАКЛЮЧЕНИЯ КОНТРАКТА. КОНКУРСНЫЙ ОТБОР. НАДЕЖНОСТЬ ПОСТАВЩИКА. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ НАДЕЖНОСТИ ПОСТАВЩИКА.

Ощепков В.М. НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ КАК ФАКТОР СТОИМОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ.

Проанализировано формирование стоимости корпораций, выявлены проблемы недооцененности нематериальных активов. Предложены управленческие действия по включению нематериальных активов в хозяйственный оборот корпораций с целью привлечения дополнительных инвестиций.

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ. НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ. КАПИТАЛИЗАЦИЯ КОМПАНИИ. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ДЕЙСТВИЯ.

Салихов В.А. ЭТАПЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ПОПУТНЫХ ПОЛЕЗНЫХ КОМПОНЕНТОВ УГОЛЬНЫХ МЕСТОРОЖДЕНИЙ.

На основе анализа тенденций развития минерально-сырьевой базы металлических полезных ископаемых в мире и России обоснована перспективность извлечения ценных цветных и редких металлов из углеводородного сырья (углей Кузбасса). Дана классификация попутных полезных компонентов, извлекаемых из комплексных руд и техногенных отходов. Обоснованы методологические принципы экономической оценки техногенных месторождений.

МЕСТОРОЖДЕНИЯ УГЛЕВОДОРОДОВ. УГЛИ. ЗОЛО-ШЛАКОВЫЕ ОТХОДЫ УГЛЕЙ. ЦВЕТНЫЕ И РЕДКИЕ МЕТАЛЛЫ. МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ.

Ушанова Н.А. РЕСУРСНО-ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ПОДХОД К РЕШЕНИЮ ЖИЛИЩНОЙ ПРОБЛЕМЫ МЕГАПОЛИСА.

Рассмотрено применение ресурсно-потенциального подхода к решению жилищной проблемы, позволяющего разработать всеобъемлющую модель, описывающую специфические свойства жилья, а также смоделировать развитие рынка жилья крупного города.

РЕСУРСНО-ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ПОДХОД. ЖИЛИЩНАЯ ПРОБЛЕМА. ПЛАТЕЖЕСПОСОБНЫЙ СПРОС. ОЦЕНКА ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ. ДИНАМИКА ЦЕН.

Гусева А.Н. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В РОССИИ И ЕЕ РЕГИОНАХ.

Выявлены ключевые проблемы отрасли сферы услуг в России с учетом ее региональности. Проведен структурный и сравнительный анализ оказания платных услуг по России и Ростовской области. Обозначены и рассмотрены основные проблемы и специфические особенности в сфере услуг, основанные на межрегиональной диспропорции.

УСЛУГА. АНАЛИЗ. ДИНАМИКА. ИННОВАЦИИ. ДИСПРОПОРЦИЯ. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ.

Аксёнова О.А., Никифорова В.М. ПОСЕЩАЕМОСТЬ КАК КРИТЕРИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ САЙТОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ АДМИНИСТРАЦИЙ.

Предложен алгоритм оценки посещаемости сайтов региональных туристских администраций. Произведена комплексная оценка посещаемости 15 сайтов региональных туристских администраций.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ. ИНТЕРНЕТ. ОЦЕНКА САЙТОВ.

Вертешев А.С. РАСПРЕДЕЛЕННАЯ ЭНЕРГЕТИКА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНА.

Посвящена одному из приоритетных направлений развития мировой и российской энергетики – распределенной энергетике. Выявлены основные недостатки традиционных систем энергоснабжения и преимущества распределенных систем. Проведен анализ энергетического потенциала в Псковской области. Приведены факторы, влияющие на энергетическую эффективность, экологическую и энергобезопасность, а также условия, способствующие использованию распределенной энергетики в регионе.

РАСПРЕДЕЛЕННАЯ ЭНЕРГЕТИКА. ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ. ЭНЕРГОБЕЗОПАСНОСТЬ. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ. ЭНЕРГОРЕСУРСЫ. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ РАСПРЕДЕЛЕННОЙ ЭНЕРГЕТИКИ. ПРИНЦИПЫ ВНЕДРЕНИЯ.

Маркушина Е.В. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ ТРАНСПОРТИРОВКИ УГЛЕВОДОРОДОВ.

Показаны основные экономические и региональные факторы развития систем транспортировки углеводородов. Отражены особенности освоения регионального пространства на основе диверсификации экспортных потоков нефти и газа в России по результатам анализа рынков углеводородов.

РЫНОК УГЛЕВОДОРОДОВ. СИСТЕМЫ ТРАНСПОРТИРОВКИ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ.

Чемашкин А.Ю. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ КЛЮЧЕВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФУНКЦИИ.

Рассмотрены проблемы принятия стратегических решений, связанных с рациональным инвестированием основных стратегических ресурсов организации. Предложена методика формирования стратегии организационного развития на основе S-моделей и производственной функции предприятия.

СТРАТЕГИЯ. ИНВЕСТИРОВАНИЕ. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ. КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ. ОРГАНИЗАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ.

Евсеева С.А. ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ МЕНЯЮЩЕЙСЯ СРЕДЫ.

Рассмотрены проблемы разработки конкурентной стратегии промышленного предприятия в условиях меняющейся среды. Изложены принципы, которыми необходимо руководствоваться в современных условиях, и индикаторы изменения внешней среды.

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ. ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ. МЕНЯЮЩАЯСЯ СРЕДА. ПРИНЦИПЫ. ИНДИКАТОРЫ.

Гаджиев М.М., Беков Р.Б. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЗАТРАТ ПРИ СОЗДАНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ИННОВАЦИЙ.

Рассмотрены вопросы классификации затрат и особенности их формирования при создании производственных инноваций. Показано, что необходимо определять предстоящие инновационные затраты и целенаправленно управлять ими для достижения максимальной рентабельности за счет использования имеющихся факторов.

ИННОВАЦИИ. ЗАТРАТЫ. ПРЕДПРИЯТИЯ. ФАКТОРЫ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.

Лысов О.Е. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИТУАЦИОННОГО ПОДХОДА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ.

Рассмотрены особенности ситуационного подхода при формировании интеллектуального капитала. Выявлены факторы, влияющие на этот процесс.

СИТУАЦИЯ. ПОДХОД. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ. УПРАВЛЕНИЕ. ЗНАНИЕ.

Калугин И.А. ВЫБОР ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНОГО ИНВЕСТОРА В РАЗЛИЧНЫХ ФАЗАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЦИКЛА.

Рассмотрены особенности реализации инвестиционной стратегии промышленного предприятия в различных фазах экономического цикла. Сформирован образ потенциального инвестора.

ФАЗА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЦИКЛА. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИНВЕСТИТОР. ТАКТИЧЕСКИЙ ИНВЕСТИТОР. СЛУЧАЙНЫЙ ИНВЕСТИТОР.

Курочкина А.А., Муравьева К.А. МЕСТО ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: СЕТЕВОЙ ПОДХОД.

Рассмотрены основные виды инноваций на предприятии. Особое внимание уделено определению возможностей инновационного развития предприятий потребительской кооперации России в современной экономике. Предложены варианты практического применения инноваций на торговых предприятиях потребительской кооперации.

ИННОВАЦИИ. ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ. ТРЕТИЧНЫЙ СЕКТОР. ТОРГОВАЯ СЕТЬ. ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ.

Мингалева Ж.А., Платынюк И.И. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.

На основе анализа существующих подходов к оценке инновационной активности предприятий предложена авторская методика оценки инновационного потенциала промышленного предприятия. Методика учитывает принципы системного подхода и комплексности.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ. МЕТОДИКА РАСЧЕТА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА.

Николаев М.А., Мальцагова Т.М. МЕХАНИЗМ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЦЕССА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ.

Рассмотрен вопрос финансирования инвестиционного процесса на региональном уровне. Обоснована целесообразность классификации методов регулирования инвестиционной деятельности по целевому признаку и выделения методов мобилизации источников финансирования инвестиций. Систематизирована региональная практики и сформулированы рекомендации по применению этих методов.

ИНВЕСТИЦИИ. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ. ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ. ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ. МЕТОДЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ.

Самаруха В.И., Чистякова О.В. МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ИНТРАПРЕНЕРСТВА ДЛЯ АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.

Обоснована необходимость внедрения интрапренерства для повышения инновационной активности российских предприятий. Предложена модель внедрения интрапренерства, основанная на проектировании желаемого состояния организации и изыскании путей его достижения. Приводятся факторы возможного несоответствия между сконструированным образом и текущим состоянием организации. Определяются цели, задачи и стратегии внедрения интрапренерства.

ИНТРАПРЕНЕРСТВО. ИННОВАЦИИ. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. ВЕНЧУРЫ. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ.

Сафонов М.М. МЕХАНИЗМЫ УСКОРЕНИЯ ТРАНСФЕРА ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

Рассмотрены механизмы ускорения трансфера инновационных технологий.

ИННОВАЦИИ. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ.

Тимофеева А.А. ПОКАЗАТЕЛИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.

Предложена система базовых и результирующих показателей инновационной активности предприятий, самостоятельно производящих инновации или их заимствующих. Рассмотрены методы их оценки, в числе которых традиционный метод, основанный на соизмерении затрат и получаемых результатов, а также методы, основанные на реализации поставленных целей.

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ. ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ. ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Гаджиев М.М., Минатуллаев А.А. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В СИСТЕМНЫЕ НОВОВВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Оценка эффективности инвестиций в новые технологии тесно связана с методами анализа рыночной перспективности инноваций и ресурсных возможностей (показывает эффекты) их реализации на промышленном предприятии в достижении намеченных целей на рынке.

ЭФФЕКТ. ЭФФЕКТИВНОСТЬ. ОЦЕНКА. ДОХОД.

Бреславцева Н.А., Михайлова Н.В., Сверчкова О.Ф. ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ОТЧЕТНОСТИ В СИСТЕМЕ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ.

Рассмотрены вопросы формирования налоговой отчетности как основополагающего метода одной из форм проведения налогового контроля, призванной выполнять контрольную функцию налоговой системы.

ОТЧЕТНОСТЬ. НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ. НАЛОГОВАЯ ПРОВЕРКА. КАМЕРАЛЬНАЯ ПРОВЕРКА.

Федосов Е.А. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ АККРЕДИТАЦИИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ РОССИЙСКИМИ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ.

Выделены основные формы сотрудничества банков со страховыми компаниями применительно к страхованию кредитных сделок. Рассмотрены преимущества и недостатки системы аккредитации по отношению к финансовым институтам и их клиентам. Представлена поэтапная схема аккредитации.

БАНКИ И СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ. БАНКОВСКОЕ СТРАХОВАНИЕ. КРЕДИТОВАНИЕ. АККРЕДИТАЦИЯ. НАДЕЖНОСТЬ.

Зангиева И.А. КРЕДИТНЫЕ ДЕРИВАТИВЫ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ РИСКОМ.

Рассмотрены основные преимущества и недостатки кредитных деривативов. Определены основные направления развития российского рынка кредитных деривативов.

ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ. КРЕДИТНЫЕ ДЕРИВАТИВЫ. РИСК. БАЗЕЛЬ III. КРИЗИС. ФОРВАРДЫ. СВОПЫ. ОПЦИОНЫ. ИНДЕКСНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ.

Баженова В.В., Валеев А.Р. ПОТЕНЦИАЛ ДЕВЕЛОПЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

Излагается сущность девелоперской деятельности как вида предпринимательской деятельности, характеризующей территориальный аспект реализации капитальных вложений. Наряду с теоретическим содержанием, раскрывающим сущность потенциала девелоперской деятельности муниципального образования, представлена информация, характеризующая мотивационное стремление людей вкладывать сбережения в развитие территории.

МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ. ДЕВЕЛОПМЕНТ. КАПИТАЛЬНЫЕ ВЛОЖЕНИЯ. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ. ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС. ВОЛНООБРАЗНЫЙ ХАРАКТЕР ОСВОЕНИЯ КАПИТАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ. ИНТЕГРАЦИЯ.

Русинов Д.П. МОНОПОЛЬНАЯ ВЛАСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В УСЛОВИЯХ ЛОКАЛЬНОГО РЫНКА.

Показана возможность максимизации прибыли при продаже по наибольшей цене, когда предприниматель является монополистом на локальном рынке, т. е. право извлечения монопольной прибыли достигается в жесткой конкурентной борьбе.

СИТУАТИВНАЯ МОНОПОЛИЯ. ТОЧКА ПРИБЫЛИ. МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА. ЕМКОСТЬ РЫНКА. ЦЕНОИСКАТЕЛЬ.

Гусев Р.Н. ЭТАПЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ.

Выявлены ключевые факторы конкурентоспособности предприятий сферы услуг строительного дизайна. Предложена методика оценки уровня конкурентоспособности предприятий сферы услуг строительного дизайна, адаптированная к условиям проведения мониторинга конкурентоспособности.

ПРЕДПРИЯТИЕ. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ. МЕТОДИКА. МОНИТОРИНГ. ДИЗАЙН. УСЛУГА.

Антипина П.В. ЛОГИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС И ЕГО ВИДЫ.

Рассматриваются подходы к определению понятия «логистический сервис» в аспекте различного значения понятия «сервис». Сопоставляются выделяемые в научной литературе основания классификации логистического сервиса.

ЛОГИСТИКА. СЕРВИС. ЛОГИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС. ВИДЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА. СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ.

Домаков В.В. РОССИЙСКИЙ ТЕРРОРИЗМ КАК КРАЙНЕЕ ВЫРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ВОПРОСА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СПОСОБ ЕГО УСТРАНЕНИЯ.

Посвящена проблеме национальной безопасности Российской Федерации, связанной с решением национального вопроса и ликвидацией терроризма. Новое морфологическое представление собственности позволило перейти к публичной собственности, которая исключает материальную основу национального вопроса и терроризма как его крайнего выражения.

НАЦИОНАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ. НАЦИОНАЛЬНЫЙ ВОПРОС. ТЕРРОРИЗМ. МАТЕРИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ.

Мингалева Ж.А., Наумов А.В. ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ТЕРРИТОРИИ».

Анализируется широкий спектр научных подходов к определению понятия «экономическая безопасность» применительно к территориальным образованиям различного иерархического уровня. Дается авторское определение понятий «национальная экономическая безопасность» и «экономическая безопасность муниципального образования».

НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕГИОНА. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

Грачев А.В., Пузыревский Л.С., Бабкин А.В. ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ.

Обосновано наличие у теневой экономики функций безопасности. Доказано, что теневые практики хозяйствования не только оказывают деструктивное воздействие на безопасность хозяйствующих систем, но и реализуют функции по их защите. Рассмотрены различные формы реализации теневой экономикой функций безопасности.

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ. ФУНКЦИИ.

Первадчук В.П., Севодин М.А. О ВЛИЯНИИ ОПЕРАЦИЙ СПЕКУЛЯТИВНОГО ХАРАКТЕРА НА БАЛАНС СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

На основе «паутинообразной» модели рынка одного товара исследована роль операций спекулятивного характера в установлении баланса спроса и предложения. Выделены случаи, когда появление спекуляций приводит к переходу из неустойчивой ситуации в устойчивую.

РАВНОВЕСИЕ. ЦЕНА. СПЕКУЛЯНТ. СПРОС. ПРЕДЛОЖЕНИЕ.

Пилогин М.А. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФУНКЦИИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗНАЧЕНИЙ ВЫРУЧКИ ПРИ МАЛОЙ СТАТИСТИКЕ.

Предложена методика построения закона распределения выручки предприятия при очень малой ее статистике. Методика основана на применении энтропийного метода, позволяющего установить закономерность в случайных величинах при очень малом числе статистических данных. Ее применение проиллюстрировано статистикой выручки от продаж автомобилей.

ВЫРУЧКА. ФУНКЦИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ. ОЧЕНЬ МАЛАЯ СТАТИСТИКА. ЭНТРОПИЯ. ПРАВОПОДОБНАЯ ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТЕЙ. МЕРА НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ.

Климин А.И. МЕТОДЫ УЧЕТА ЗАБЫВАЕМОСТИ РЕКЛАМЫ ПРИ РАСЧЕТЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ.

Рассмотрены подходы к вычислению суммарного рейтинга рекламной кампании с учетом забываемости рекламы. Предложены коэффициенты забываемости рекламы. Проведены расчеты суммарного рейтинга рекламной кампании с учетом забываемости рекламы по различным методикам. Сформулирована оптимизационная задача медиапланирования минимизации бюджета на размещение рекламы при ограничениях на одномоментный охват и показатель суммарного рейтинга рекламной кампании с учетом забываемости рекламы.

ЗАБЫВАЕМОСТЬ РЕКЛАМЫ. СУММАРНЫЙ РЕЙТИНГ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ. МИНИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ НА РЕКЛАМУ.

Лукашевич Н.С. ОЦЕНКА ПАРАМЕТРОВ КРЕДИТ-СКОРИНГОВОЙ МОДЕЛИ НА ОСНОВЕ ROC-АНАЛИЗА.

Рассмотрена возможность применения ROC-анализа в оценке параметров кредит-скоринговых моделей. Рассмотрены возможные параметры. Предложены критерии выбора порогового значения кредитного рейтинга. Проведена апробация ROC-анализа на фактических данных о заемщиках.

КРЕДИТНЫЙ СКОРИНГ. ЛОГИСТИЧЕСКАЯ РЕГРЕССИЯ. ROC-КРИВАЯ. ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТЬ. СПЕЦИФИЧНОСТЬ.

Лысов О.Е. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИТУАЦИОННОГО ПОДХОДА (НА ПРИМЕРЕ ВУЗА).

Рассмотрены особенности ситуационного подхода при управлении проектами вуза, выявлены факторы, влияющие на этот процесс.

СИТУАЦИЯ. ПОДХОД. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ. ЗНАНИЕ.

**ANNOTATION****KEY WORDS**

Molchanov N.N. MANAGEMENT OF INNOVATIONS AND ECONOMIC CYCLE.

The article is devoted to economic cycle phenomenon. The author suggests a new approach for studying causes of economic cycles. Economic cycles are analyzed while using human factor in management.

ECONOMIC CYCLE. HUMAN FACTOR. INNOVATIONS. MANAGEMENT.

Kozlovskaya E.A., Demidenko D.S., Partylova E.I. EFFECTIVENESS OF FISCAL POLICY IN AN ANTICRISIS REGULATION ECONOMY.

The characteristic of programs of anti-recessionary measures of the Government of Russia for 2008–2010 given. Efficiency of a fiscal policy of Russia in the conditions of financial crisis analyzed.

FISCAL POLICY. FINANCIAL CRISIS. IMPORT SUBSTITUTION. EFFECTIVENESS OF FISCAL POLICY.

Stepanova N.R. SOCIAL INTERACTION OF OWNERS AND SOCIETY AT FORMATION OF THE CORPORATE GOVERNANCE SYSTEM.

In article formation of the corporate governance system is considered. It is reached the long-term objectives of all corporate participants relations the principle of social interaction which can balance the general interests. Corporate governance should as to provide growth of the company cost in interests of proprietors, and to reach the social compromise between proprietors, the personnel and a society as a whole.

CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE. CORPORATION ENVIRONMENT. THE SOCIAL COMPROMISE BETWEEN PRIVATE PROPRIETORS AND THE SOCIETY. CORPORATE MANAGEMENT.

Dang Nguyen Phuong Vu, Voronin M.S. GENESIS OF THEORIES OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT: EVOLUTION, DYNAMICS, PROBLEMS AND PROSPECT.

In given works the evolution of theories of foreign direct investment is described. In addition, the results of research about a theoretical approach that considers the theory of foreign direct investment (FDI) from the position of an integrated understanding of their nature. This approach should be based on such theories and models, as the eclectic paradigm of Dunning J., internalization theory, the theory of «flying geese» and the theory of competitive advantage Porter.

FOREIGN DIRECT INVESTMENT. INTERNATIONAL INVESTMENT STRATEGY. INTEGRATED APPROACH.

Shklyaruk M.S., Malinina T.V. FINANCIAL INSTRUMENTS OF EXPENSES COMPENSATION FOR RENEWABLE ENERGY DEVELOPMENT (GERMAN EXPERIENCE).

This article covers expenses compensation mechanism as a part of a support policy for renewable energy development. It also studies influence of compensation system on the energy cost for final consumer.

RENEWABLE ENERGY. MARKET PRICE FORMATION. EXPENSES COMPENSATION.

Abramov S.S. ESTIMATION OF SOCIAL AND ECONOMIC EFFICIENCY OF SPHERE OF SERVICES OF REGION.

In clause the technique of a complex estimation of social and economic efficiency of sphere of services at a level of the state, branch and region is presented. The analysis of social and economic efficiency of sphere of services of Southern federal district on regions is lead.

SPHERE OF SERVICES. SOCIAL AND ECONOMIC EFFICIENCY. REGION. SOUTHERN FEDERAL DISTRICT.

Ivanov S.O. REGIONAL FEATURES OF THE ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM OF PUBLIC HEALTH SERVICES.

In article problems of formation of the organizational-economic mechanism of public health services are considered. Problems of use of market relations in structure of management are stated by regions.

REGION. THE ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM. THE ECONOMIC MECHANISM. MEDICAL INSURANCE. QUASIMARKET RELATIONS.

Kiyatkina E.P. CALCULATING THE CONSUMER BASE IN REGIONAL HOUSING.

The article describes methods of investigation of the housing market of Samara region. Identified the potential composition and structure of consumers of housing. Identified housing priorities and the evaluation of potential investment from consumer groups in the housing construction sector in the development of housing finance in the region.

INVESTMENT PROCESS. LOANS. HOUSING. CONSUMER GROUPS.

Oparin G.S., Sulima V.V. DEVELOPMENT OF COMPETITIONS TO THE RIGHT OF THE CONCLUSION OF STATE CONSTRUCTION CONTRACT OF THE UNITS OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE.

Problems and prospects of development of competitions on the right of the conclusion of the state contract are considered at placing of orders for building and the maintenance of objects of a transport infrastructure by criteria the price, quality and reliability. On the basis of foreign and domestic experience of purchases, requirements of operating standards in the field of quality management principles of competitive selection are proved and criteria of reliability which can be used at a choice of the supplier are considered.

COMPETITION TO THE RIGHT OF CONCLUSION OF A CONTRACT. THE COMPETITIVE SELECTION. THE RELIABILITY OF SUPPLIER. THE CRITERIA OF EVALUATION OF THE RELIABILITY OF SUPPLIER.

Oschepkov V.M. NON-MATERIAL ACTIVES AS THE FACTOR OF COST OF REGIONAL CORPORATIONS.

Having analysed formation of cost of corporations problems of inestimating of non-material actives are revealed. Administrative actions on inclusion of non-material actives in economic circulation of corporations for the purpose of attraction of additional investments are offered.

MANAGEMENT IN COST. NON-MATERIAL ACTIVES. COMPANY CAPITALIZATION. STRATEGIC MANAGEMENT. ADMINISTRATIVE ACTIONS.

Salihov V.A. STAGES OF USEFUL COAL FIELDS CO PRODUCTS ECONOMICAL EVALUATION.

The non-ferrous and rare metals reclaiming of hydrocarbon raw availability is founded and the metal mineral base progress trends analyses all around the word and in russia. Classification of useful co products of complex ores and anthropogenic wastes is given in this article. Methodological foundations of anthropogenic field economical valuation are grounded here.

HYDROCARBON FIELDS. COALS. ASH DUMPS. NON-FERROUS AND RARE METALS. ECONOMICAL VALUATION.

Ushanova N.A. THE RESOURCE-POTENTIAL APPROACH TO SOLVING THE HOUSING PROBLEM IN A BIG CITY.

The article studies the application of the resource-potential approach to solving the housing problem, which makes it possible to develop a comprehensive model describing the peculiar properties of the housing as well as to simulate the housing market development for a big city.

RESOURCE-POTENTIAL APPROACH. HOUSING PROBLEM. SOLVENT DEMAND. HOUSING AFFORDABILITY EVALUATION. PRICE BEHAVIOUR.

Guseva A.N. THE COMPARATIVE ANALYSIS OF STATE AND PROBLEMS OF THE SCOPE OF SERVICES IN RUSSIA AND ITS REGIONS.

The paper identified the key challenges service industry in Russia, given its regionality. A structural and comparative analysis of paid services in Russia and the Rostov region. Identified and dealt with major problems and specific features in the services sector, based on inter-regional disparities.

THE SERVICE. ANALYSIS. DYNAMICS. INNOVATION. IMBALANCES. DIFFERENTIATION. SOCIO-ECONOMIC ROLE. SCIENCE.

Aksenova O.A., Nikiforova V.M. ATTENDANCE AS AN INDICATOR OF REGIONAL TOURIST AUTHORITIES' WEBSITES PERFORMANCE.

The clause describes an algorithm for attendance estimation of the regional tourist authorities' websites. The algorithm has been tested, by analyzing the websites of 15 regional tourist authorities.

INFORMATION TECHNOLOGIES IN TOURISM, INTERNET, WEBSITES APPRAISAL.



Verteshev A.S. THE DISTRIBUTED POWER OF REGION IN MAINTENANCE OF ITS POWER EFFICIENCY AND SAFETY.

Article is devoted one of priority directions of development of world and Russian power – the distributed power. The basic lacks of traditional systems of power supply and advantage of the distributed systems are revealed. The energy potential analysis in Pskov region is carried out. Factors influencing power efficiency, ecological and power safety, and also, the conditions promoting use of distributed power in region are resulted.

DISTRIBUTED POWER. POWER EFFICIENCY. POWER SAFETY. ECOLOGICAL SAFETY. POWER RESOURCES. FACTORS INFLUENCING DEVELOPMENT OF THE DISTRIBUTED POWER. INTRODUCTION PRINCIPLES.

Markushina E.V. ECONOMIC AND REGIONAL FACTORS OF DEVELOPMENT OF SYSTEMS OF TRANSPORTATION OF HYDROCARBONS.

The basic economic and regional factors of development of systems of transportation of hydrocarbons are shown. Features of development of regional space on the basis of a diversification of export streams of oil and gas in Russia by results of the analysis of the markets of hydrocarbons are reflected.

THE MARKET OF HYDROCARBONS. TRANSPORTATION SYSTEMS. BUSINESS FACTORS. REGIONAL FACTORS.

Chemashkin A.Y. FORMING OF THE INVESTMENT STRATEGY OF COMPANY'S KEY RESOURCES BASED ON THE PRODUCTION FUNCTION MODEL.

The paper considers problems of the strategic decision-making about the investment of the main resources of the organization. The technique of forming of the strategy of organizational development based on the S-models and production function is offered.

STRATEGY. INVESTMENT. PRODUCTION FUNCTION. CORE COMPETETENCES. ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT.

Evseeva S.A. PRINCIPLES FOR DEVELOPING A COMPETITIVE STRATEGY OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE IN A CHANGING ENVIRONMENT.

The article deals with the problems of developing a competitive strategy of an industrial enterprise in a changing environment. The principles that should be guide in modern conditions and indicators of environmental changes are stated.

COMPETITIVE STRATEGY. INDUSTRIAL ENTERPRISE. CHANGING ENVIRONMENT. PRINCIPLES. INDICATORS.

Gadzhiev M.M., Bekov R.B. The features of costs formation at creation of industrial innovations.

The author considers questions of classification of expenses and feature of their formation at creation of industrial innovations. It is shown that it is necessary to define forthcoming innovative expenses and purposefully to operate them for achievement of the maximum profitability at the expense of use of available factors.

INNOVATIONS. EXPENSES. THE ENTERPRISES. FACTORS. PRICING.

Lysov O.E. USE OF THE SITUATIONAL APPROACH FOR FORMATION OF THE INTELLECTUAL CAPITAL OF THE ORGANIZATION.

Features of the situational approach are considered at formation of the intellectual capital, the factors influencing this process are revealed.

SITUATION. THE APPROACH. THE INTELLECTUAL CAPITAL. MANAGEMENT. KNOWLEDGE.

Kalugin I.A. SELECTION OF THE PREFERRED INVESTOR IN VARIOUS PHASES OF THE ECONOMIC CYCLE FOR INDUSTRIAL ENTERPRISE.

The article describes the features of the investment strategy of an industrial enterprise in the different phases of economic cycle. Pattern of the potential investor is shaped.

PATTERN. PHASE OF THE ECONOMIC CYCLE. STRATEGIC INVESTOR. TACTICAL INVESTOR. INCIDENTAL INVESTOR.

Kurochkina A.A., Muravyeva K.A. PLACE OF INNOVATIONS IN CONSUMERS' COOPERATIVE SOCIETY SYSTEM: THE NETWORK APPROACH.

The article deals with the kind of enterprises' innovation. Particular attention is given definition of possibilities of innovative development of the enterprises of consumers' cooperative society of Russia in modern economy. Variants of practical application of innovations at consumers' cooperative society trade enterprises are offered.

INNOVATIONS. CONSUMERS' COOPERATIVE SOCIETY. TERTIARY SECTOR. THE TRADING NETWORK. FOOD SAFETY.

Mingaleva Zh.A., Platynyuk I.I. THE METHODS OF ASSESSMENT INNOVATION ACTIVITY OF ENTERPRISE.

In the article the method of approaching in assessment of innovation activity of enterprise is described. The author presents the principal groups of indicators and the algorithm of calculation. The method takes into account the principals of systems approach and comprehensive approach.

INNOVATION DEVELOPMENT OF ENTERPRISE. METHOD OF APPROACHING IN ASSESSMENT OF INNOVATION POTENTIAL.

Nikolaev M., Maltsagova T.M. FINANCINGS OF INVESTMENT PROCESS AT REGIONAL LEVEL.

In work the question of financing of investment process at regional level is considered. The expediency of classification of methods of regulation of investment activity to a target sign and allocation of methods of mobilization of sources of financing of investments is proved. It is systematized regional practice and recommendations about application of these methods are formulated.

INVESTMENTS. INVESTMENT RESOURCES. FINANCIAL RESOURCES. FINANCING SOURCES. FINANCING METHODS.

Samarukha V.I., Chistyakova O.V. THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF INTRAPRENEURING TO ENHANCE INNOVATION OF RUSSIAN COMPANIES.

The article substantiates the need for intrapreneuring implementation in order to enhance innovation activity of russian enterprises. It describes the technique of implementing intrapreneuring which is based on projecting a desired state of the organization and finding of the ways for achieving it. Factors of possible inconsistencies between the constructed image and the current state of the organization are given in the article. The goals, objectives and strategies for implementing of intrapreneuring are defined.

INTRAPRENEURING. INNOVATION. ENTREPRENEURSHIP. VENTURES. COMPETITIVENESS.

Safonov M.M. MECHANISMS OF ACCELERATION OF THE TRANSFER OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES.

In article mechanisms of acceleration of a transfer of innovative technologies are considered.

INNOVATIONS. THE TRANSFER OF TECHNOLOGIES.

Timofeeva A.A. INDICATORS OF THE INNOVATIVE ACTIVITY LEVEL OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES AND METHODS OF ITS ESTIMATION.

The system of the base and resultant indicators of the innovative activity of enterprises independently making or borrowing innovations is offered. Methods of their estimation are considered including the traditional method based on measuring of expenses and received results and also the methods based on the realization of the set of purposes.

INNOVATIVE ACTIVITY. INNOVATIVE POTENTIAL. INDICATORS OF THE ENTERPRISE INNOVATIVE ACTIVITY ESTIMATION.

Gadzhiev M.M., Minatullaev A.A. ESTIMATION OF EFFICIENCY INVESTMENT IN SYSTEM INNOVATIONS OF ENTERPRISE.

The estimation of efficiency investment in new technologies is closely connected with methods of the analysis market перспективности инноваций and ресурсов of the possibilities (shows the effects) to their realization on industrial enterprise in achievement marked integer on the market.

EFFECT. EFFICIENCY. ESTIMATION. INCOME.

Breslavtseva N.A., Mihajlova N.V., Sverchkova O.F. The REPORTING In SYSTEM of TAX CONTROL.

In article questions of formation of the tax reporting as basic method of one of the form of carrying out tax control, called to carry out control function of tax system are considered.

THE REPORTING. TAX CONTROL. TAX CHECK. CAMERALISTIC CHECK.

Fedosov E.A. FORMATION OF SYSTEM OF ACCREDITATION OF INSURANCE COMPANIES BY THE RUSSIAN COMMERCIAL BANKS.

In article the basic forms of cooperation of banks with insurance companies with reference to insurance of credit deals are allocated. Advantages and lacks of system of accreditation in relation to financial institutions and their clients are considered. The stageby-stage diagram of accreditation is presented.

BANKS AND INSURANCE COMPANIES. BANK INSURANCE. CREDITING. ACCREDITATION. RELIABILITY.

Zangieva I.A. CREDIT DERIVATIVES AS AN INSTRUMENT FOR RISK MANAGEMENT.

The dynamic development of the credit derivatives market at the present time, together with the positive influence is the set of threats. In this article, the author has identified the main advantages and disadvantages of credit derivatives. Have been identified the main directions of development of russian market for credit derivatives.

FINANCIAL INSTRUMENTS. CREDIT DERIVATIVES. RISK. BASEL III. CRISIS. FORWARDS. SWAPS. OPTIONS. INDEX TOOLS.

Bazhenova V.V., Valeev A.R. POTENTIAL DEVELOPMENT ACTIVITIES OF THE MUNICIPAL OF EDUCATION.

The essence of development activities as a form of entrepreneurial activity that characterizes the territorial aspect of the implementation of capital investments is described. Along with theoretical content, revealing the essence of capacity development activities of the municipal education, provides information that characterizes the motivation people's desire to invest savings in the development of the area.

MUNICIPAL FORMATION. DEVELOPMENT. CAPITAL INVESTMENT. SOCIO-ECONOMIC POTENTIAL. INVESTMENT ATTRACTION. INVESTMENT-BUILDING COMPLEX. UNDULATING NATURE OF THE DEVELOPMENT OF CAPITAL INVESTMENT. INTEGRATION.

Rusinov D.P. ENTREPRENEUR'S MONOPOLY IN THE LOCAL MARKET CONDITIONS.

Profit maximization on the sale at the highest price is possible if an entrepreneur is a monopolist at the local market. The right of getting a monopoly profit achieves by a hard competitive activity, when the price is reduced lower than the level of marginal production costs for the purpose of other entrepreneurs ejection. Afterwards the raised prices will attract entrepreneurs at the local market again, but at that time when the business rivals are over, the entrepreneur gets the maximum profit.

SITUATIONAL MONOPOLY. POINT OF PROFIT. PROFIT MAXIMIZATION. ELASTICITY OF DEMAND. MARKET CAPACITY. PRICE DETECTOR.

Gusev R.N. STAGES OF THE ESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISES OF SPHERE OF SERVICES.

Key factors of competitiveness of the enterprises of sphere of services of building design are revealed. The technique of an estimation of level of competitiveness of the enterprises of sphere of services of the building design, adapted for conditions of carrying out of monitoring of competitiveness is offered.

ENTERPRISE. COMPETITIVENESS. MONITORING. DESIGN. SERVICE.

Antipina P.V. LOGISTICAL SERVICE AND ITS KINDS.

The article provides different approaches to the definition «logistical service» in the aspect of various meaning concept «service». Also in the article there are compared prevailing in the scientific literature grounds to classification of logistical service.

LOGISTICS. SERVICE. LOGISTICAL SERVICE. KINDS OF LOGISTICAL SERVICE. SERVICE ACTIVITIES.

Domakov V.V. THE RUSSIAN TERRORISM AS EXTREME EXPRESSION OF THE ETHNIC QUESTION AND THE ECONOMIC WAY OF ITS ELIMINATION/

Article is devoted a problem of national safety of the Russian Federation connected with the decision of an ethnic question and liquidation of terrorism. New morphological representation of the property has allowed to pass to the public property which excludes a material basis and an ethnic question, and terrorism as its extreme expression, deprives of their political sense as the share of each citizen of the Russian Federation not allocated from the public property completely provides to it irrespective of a nationality its birth, formation, treatment, habitation, a food, an old age and etc.

NATIONAL SAFETY. ETHNIC QUESTION. TERRORISM. MATERIAL BASES.

Mingaleva ZH.A., Naumov A.V. THE APPROACH OF DEFINITION «ECONOMIC SECURITY OF THE TERRITORY».

The article presents an analysis of a wide range of scientific approaches to the definition of «economic security» of territorial subjects of different hierarchical level. The author gives definitions of «national economic security» and «economic security of the municipality».

NATIONAL ECONOMIC SECURITY. ECONOMIC SECURITY OF THE REGION. ECONOMIC SECURITY OF THE MUNICIPALITY.

Grachev A.V., Puzyrevskiy L.S., Babkin A.V. SHADOW ECONOMY AS A TOOL FOR MAINTENANCE OF ECONOMIC SECURITY BUSINESSES.

The article explains the presence of security features in the shadow economy. The authors argue that the shady management practices not only have a destructive impact on the security of business systems, but also implement functions to protect them. In this case, the article examines the various forms of implementation of the shadow economy, safety features.

MANAGEMENT. STABILITY. TELECOMMUNICATION SYSTEMS. MODELLING. OPTIMIZATION.

Pervadchuk V.P., Sevodin M.A. INFLUENCE OF OPERATIONS OF A SPECULATIVE NATURE ON THE DEMAND-SUPPLY BALANCE.

The "cobweb" model of a market of a certain product has been used to study the role of speculative operations in establishing the supply and demand balance. We have considered some cases in which the appearance of speculative operations lead to a transition from an unstable situation to a stable one.

BALANCE. PRICE. SPECULATOR. DEMAND. SUPPLY.

Piljugin M.A. DEFINITION OF FUNCTIONS OF DISTRIBUTION OF VALUES OF THE GAIN BY REVEALING OF THE TENDENCY OF LAW.

In article the technique of construction of the law of distribution of a gain of the enterprise is offered at its very small statistics. It is based on application a method, allowing to establish law in random variables at very small number of the statistical data. Technique application is illustrated according to a gain from sales of cars.

A GAIN. DISTRIBUTION FUNCTION. VERY SMALL STATISTICS. ENTROPY. A PLAUSIBLE ESTIMATION OF PROBABILITIES. AN UNCERTAINTY MEASURE.

Klimin A.I. METHODS OF ACCOUNT OF ADVERTISING FORGETTING AT CALCULATION OF INDICATORS OF MEDIA PLANNING.

Approaches to calculation of a cumulative rating of an advertizing campaign with the account of advertizing forgetting are considered. Factors of advertizing forgetting are offered. Calculations of a cumulative rating of an advertizing campaign with the account of advertizing forgetting by various techniques are carried out. The optimizing problem of media planning of minimization of the budget on advertizing placing at restrictions on one-stage reach and an indicator of a cumulative rating of an advertizing campaign with the account of advertizing forgetting is formulated.

FORGETTING OF ADVERTIZING. A CUMULATIVE RATING OF AN ADVERTIZING CAMPAIGN. MINIMIZATION OF THE BUDGET ON ADVERTIZING.

Lukashevich N.S. ESTIMATION OF CREDIT SCORING MODELS PARAMETERS ON THE BASIS OF ROC-ANALYSIS.

Possibility of application ROC-analysis in an estimation of credit scoring models parameters is considered. Possible parameters are presented. Choice criteria of threshold value of a credit rating are offered. Roc-analysis approbation on the fact data about borrowers is conducted.

CREDIT SCORING. LOGISTIC REGRESSION. ROC-CURVE. SENSITIVITY. SPECIFICITY.

Lysov O.E. FEATURES OF APPLICATION OF TECHNOLOGIES OF MANAGEMENT OF PROJECTS WITH USE OF THE SITUATIONAL APPROACH (ON AN EXAMPLE OF HIGH SCHOOL).

Features of the situational approach are considered at management of projects of high schools, the factors influencing this process are revealed.

SITUATION. THE APPROACH. MANagements OF PROJECTS. KNOWLEDGE.

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ ВЕДОМОСТИ СПбГУ

№ 3 (125) 2011

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Учредитель — Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Издание зарегистрировано в Госкомпечати РФ, свидетельство № 013165 от 23.12.94

Редакция

д-р экон. наук, профессор *В.В. Глухов* — председатель ред. коллегии

д-р экон. наук, профессор *А.В. Бабкин* — зам. председателя ред. коллегии

д-р экон. наук, профессор *Г.Ю. Силкина* — ответственный секретарь

Н.А. Теплякова, И.А. Гарегина — редакторы

М.О. Давыденко — менеджер по работе с клиентами

И.А. Гарегина — технический секретарь

Телефон редакции 297-18-21

E-mail: economy@spbstu.ru

Компьютерная верстка *Е.А. Корнукова*

Директор Издательства Политехнического университета А.В. Иванов

Лицензия ЛР № 020593 от 07.08.97

Подписано в печать 22.06.2011. Формат 60х84 1/8. Бум. тип. № 1.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 33,0. Уч.-изд. л. 33,0. Тираж 1000. Заказ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет.
Издательство Политехнического университета,
член Издательско-полиграфической ассоциации университетов России.
Адрес университета и издательства: 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29.