



СОВРЕМЕННАЯ НАУКА :
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

ЭКОНОМИКА И ПРАВО № 11 2013 (ноябрь)

Учредитель журнала Общество с ограниченной ответственностью
«НАУЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Редакционный совет

- В.Н. Боробов** – д.э.н., проф. Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
Ю.Б. Миндлин – к.э.н., доцент, Московский государственный индустриальный университет
А.М. Абрамов – д.ю.н., проф. Российской таможенной академии
В.И. Бусов – д.э.н., проф. Государственного университета управления
А.М. Воронов – д.ю.н., проф. Финансовый университет при Правительстве РФ
В.А. Горемыкин – д.э.н., проф. Национального института бизнеса
В.И. Дорофеев – д.э.н., проф. г.н.с., НИЦ "Московский психолого–социологический университет"
С.П. Ермаков – д.э.н., проф. Института социально–экономических проблем народонаселения РАН
Н.А. Лебедев – д.э.н., проф. ведущий научный сотрудник Института экономики РАН
Б.Б. Леонтьев – д.э.н., проф., директор Федерального института сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса
М.М. Мальшева – д.э.н., ведущий научный сотрудник Института социально–экономических проблем народонаселения РАН
Б.Л. Межиров – д.э.н., проф. Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
В.Н. Незамайкин – д.э.н., проф. Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
Н.С. Нижник – д.ю.н., проф. Санкт–Петербургского университета МВД России
Р.Б. Новрузов – д.э.н., проф. Московский государственный индустриальный университет
И.Н. Рыкова – д.э.н., проф., Зам. директора Научно–исследовательского финансового института
М.А. Рыльская – д.ю.н, доцент Российской таможенной академии
А.А. Сумин – д.ю.н., проф. Московского университета МВД России
А.А. Фатьянов – д.ю.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Издатель: Общество с ограниченной ответственностью
«Научные технологии»
 Адрес редакции и издателя:
 109443, Москва, Волгоградский пр–т, 116–1–10
 Тел./факс: 8(495) 755–1913
 E–mail: redaktor@nauteh–journal.ru
 Http: // www.nauteh–journal.ru
 Http: // www.vipstd.ru/nauteh

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия.
 Свидетельство о регистрации
 ПИ № ФС 77–44914 от 04.05.2011 г.

Scientific and practical journal



В НОМЕРЕ:

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ
 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ,
 ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ,
 ПРАВО

Журнал издается с 2011 года

Редакция:

Главный редактор

В.Н. Боробов

Выпускающий редактор

Ю.Б. Миндлин

Верстка

VIP Studio ИНФО (www.vipstd.ru)

Подписной индекс издания
 в каталоге агентства «Почта России» – 10472

В течение года можно произвести
 подписку на журнал непосредственно в редакции

Авторы статей
 несут полную ответственность за точность
 приведенных сведений, данных и дат

При перепечатке ссылка на журнал
 «Современная наука: Актуальные проблемы
 теории и практики» обязательна

Журнал отпечатан в типографии

ООО «КОПИ–ПРИНТ»
 тел./факс: (495) 973–8296

Подписано в печать 8.12.2013г.
 Формат 84x108 1/16
 Печать цифровая

Заказ № 0000
 Тираж 2000 экз.

ISSN 2223-2974



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

- А.Р. Сафиуллин** – Развитие человека как основа формирования экономики знаний
A. Safiullin – Human development as a foundation for the formation of knowledge economy3

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

- Н.А. Дмитриева** – Социально-экономические аспекты функционирования вуза: маркетинговый подход
N. Dmitrieva – Socio-Economic aspects of the university6
- Е.А. Евдокимова** – Новые формы занятости в сфере услуг
E. Evdokimova – New forms of employment in service economy .9
- М.М. Иванова** – Внедрение ERP-системы на промышленных предприятиях: критерии, сложности, факторы успеха
M. Ivanova – The introduction of erp-system in industrial enterprises: criteria, difficulties, success factors12
- Е.Г. Наркевич** – Оценка франчайзи и варианты поведения франчайзера при окончании срока действия договора франчайзинга
E. Narkevich – Franchisee evaluation and franchisor's possible strategies at the expiration of franchising agreement18
- И.В. Перишко** – Цель и задачи рекламы субъектов туристической деятельности
I. Perishko – The purpose and tasks of advertising in tourism .21
- Н.П. Родинова, В.М. Остроухов** – Концептуальный подход к формированию организационных структур предприятия
V. Ostroukhov, N. Rodinova – The conceptual approach to the development of organizational structures of the enterprise ...25
- А.С. Самсонова** – Алгоритм организации сотрудничества аутсорсера с заказчиком
A. Samsonova – An algorithm of cooperation between outsourcer and customer28
- В.П. Силин** – О соотношении местного и муниципального хозяйства
V. Silin – About correlation local and municipal economy31
- В.П. Силин** – О методологии муниципального управления
V. Silin – About of the municipal governance methodology34
- Н.А. Симченко, А.А. Махонько** – Инновационно ориентированное управление персоналом в проектных командах
N. Simchenko, A. Mokhonko – Innovative oriented management of human resources in the project teams39
- Н.С. Советкина** – Совершенствование механизма управления финансовыми результатами торгового предприятия на региональном уровне
N. Sovetkina – Improvement of financial results management of a sales company on the regional level43
- М.А. Хивинцев** – Целевое управление компанией с использованием систем имитационного моделирования
M. Hivintsev – The target company's management with the use of simulation systems46
- А.И. Шлафман** – Экономические циклы интеграционных процессов экономики РФ
A. Shlafman – Economic cycles of integration processes of the economy of the Russian Federation53

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

- С.В. Большаков** – Краткосрочные источники финансирования и инструменты краткосрочного заимствования компании
S. Bolshakov – Short-term funding sources and instruments of short-term borrowings of the company55
- Е.Н. Дурнева** – Обоснование выбора варианта структуры капитала для обеспечения финансовой безопасности предприятия
E. Durneva – Justification of the choice of the variant of the capital structure to ensure the financial security of the enterprise66
- В.Т. Камалова** – Совершенствование системы валютного регулирования и валютного контроля в Российской Федерации
V. Kamalova – Improvement of currency regulation and currency control in Russian Federations69
- Л.Ф. Хамадуллина** – Инновации сферы ипотечного кредитования: проблемы и перспективы развития на примере ЗАО ВТБ24
L. Khamadullina – Innovations of the sphere of mortgage lending: problems & development prospects on example of VTB 2472
- Л.В. Чернышова, Н.В. Сергеева** – Совершенствование системы банковского маркетинга
L. Chernyshova, N. Sergeeva – Bank marketing system improvement75

ПРАВО

- В.С. Белявский** – Криминалистические проблемы обеспечения возмещения ущерба, причиненного преступлением
V. Bielawski – Criminalistics problems of compensation harms caused by offense' reparation79
- В.С. Богочаров** – Холдинговые отношения как результат заключения договоров
V. Bogocharov – Holding relationships as result of contracting .82
- В.С. Богочаров** – К вопросу о понятии холдинга в российской правовой науке
V. Bogocharov – On concept of holding in Rus legal science ...85
- В.В. Бочкарев** – Профилактические мероприятия по предупреждению побегов осужденных из мест лишения свободы
V. Bochkarev – Preventive measures to prevent escapes of convicts from prison88
- В.Г. Пурцакин** – Зарубежный опыт лицензирования фармацевтической деятельности
V. Purtsakin – International experience of pharmacy licensing .91
- П.О. Ранчинская** – Правовая система, регулирующая деятельность ВТО в области арбитража
P. Banchinskaya – Legal system governing the activities of the WTO in the field of arbitration97
- Н.А. Чупракова** – Выявление необычных сделок профессиональным участником рынка ценных бумаг
N. Chuprakova – The identification of unusual transactions by a professional participant of the securities market101
- Н.А. Чупракова** – Организация финансового контроля профессиональным участником рынка ценных бумаг
N. Chuprakova – Organization of financial control professional participant of the securities market104
- В.Б. Юрист** – Заимствование зарубежного опыта публичной регламентации саморегулирования
V. Yurist – Borrowing experience in public selfregulation107

ИНФОРМАЦИЯ

- Наши Авторы / Our Authors112
- Требования к оформлению рукописей и статей для публикации в журнале114

РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕКА КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

HUMAN DEVELOPMENT AS A FOUNDATION FOR THE FORMA- TION OF KNOWLEDGE ECONOMY

A. Safullin

Annotation

This article discusses the formation of the knowledge economy in the context of human development concept, analyzes the impact on the knowledge economy of some elements of human development such as health and education and examines continuing education (lifelong education) as one of the conditions of knowledge economy formation.

Keywords: knowledge-based economy, human development, education.

Сафиуллин Антон Рифкатович
К.э.н., доцент,
Ульяновский государственный
технический университет

Аннотация

В статье рассматривается формирование экономики знаний в контексте концепции развития человека. Проанализировано влияние на экономику знаний таких элементов развития человека, как здоровье и образование. Выделено непрерывное образование как одно из условий формирования экономики знаний.

Ключевые слова:

Экономика знаний, развитие человека, образование.

Еще в 1996 г. появилась публикация ОЭСР, в которой достижение максимальной производительности и благосостояния в экономике знаний было определено в качестве содержания научно-технической и промышленной политики [1]. Публикация работы "Экономика, основанная на знаниях" задала новое направление исследований, внимание которых было направлено на анализ тенденций, обуславливающих усиление значения знаний и интеллекта, науки и технологий, а также возрастание роли человеческого фактора в достижении конкурентных преимуществ и нового качества экономического роста.

Рост знаниеемкости современной экономики обусловлен не только наукой, технологиями (например, ИКТ) или инновациями (табл. 1). Он неотделим от человека, интеллектуальными усилиями которого разнородная информация (экономическая, научно-техническая, массовая и другая) превращается в знания, которые используются в бизнесе, повышают эффективность производства, трансформируют потребление [4]. Особую роль в экономике знаний играет именно субъект и его интеллектуальный потенциал, то есть способности человека, коллектива или общества создавать и осваивать новые знания. В производстве и распространении знаний в такой экономике участвуют и ученый или конструктор, занятый исследованиями и разработками, и предприниматель, который идет на риск, генерируя оригинальные идеи и делая ставку на новшества, и работник, которые использует знания на рабочем месте, управляя оборудованием и

механизмами, и каждый из нас, когда мы обмениваемся опытом в Интернете, готовы экспериментировать с новыми продуктами.

В контексте концепции человеческого развития формирование экономики знаний тесно связано с созданием такой среды, в которой люди имеют возможности "полностью развивать свой потенциал и вести продуктивную, творческую жизнь в соответствии со своими потребностями и интересами" [5, с. 40]. Авторы "Доклада о человеческом развитии" отмечают, что большинство людей сегодня живут дольше, они лучше образованы, имеют более широкий доступ к товарам и услугам, чем раньше. Если в древности средняя продолжительность жизни населения составляла 20–22 года, в XVIII в. 30 лет, в начале XX в. в странах Западной Европы средняя продолжительность жизни была уже примерно 56 лет, то на данный момент в этих странах она превышает 75 лет. В 2012 году ожидаемая продолжительность жизни при рождении в среднем составила 70,1 года, а странах с очень высоким уровнем развития человека, которые также являются лидерами в формировании экономики знаний, она составляет 80,1 года. Долголетие и здоровье не только следствия, но и важнейшие предпосылки активности человека в экономике знаний в такой же степени, что и образование.

Многочисленными исследованиями установлено, что образование влияет на разные аспекты развития человека – состояние здоровья, политическую активность,

Таблица 1.

Экономика знаний и развитие человека

| | ШВЕЦИЯ | ФИНЛЯНДИЯ | ДАНИЯ | НИДЕРЛАНДЫ | НОРВЕГИЯ | ГЕРМАНИЯ | АВСТРАЛИЯ | США | РОССИЯ |
|--|--------|-----------|--------|------------|----------|----------|-----------|--------|--------|
| Индекс экономики знаний и его компоненты, 2012: | 9,43 | 9,33 | 9,16 | 9,11 | 9,11 | 8,90 | 8,88 | 8,77 | 5,78 |
| - экономические стимулы и институциональная система | 9,58 | 9,65 | 9,63 | 8,79 | 9,47 | 9,10 | 8,56 | 8,41 | 2,23 |
| - инновационная система | 9,74 | 9,66 | 9,49 | 9,46 | 9,01 | 9,11 | 8,92 | 9,46 | 6,93 |
| - образование и человеческие ресурсы | 8,92 | 8,77 | 8,63 | 8,75 | 9,43 | 8,20 | 9,71 | 8,70 | 6,79 |
| - информационно-коммуникационные технологии (далее - ИКТ) | 9,49 | 9,22 | 8,88 | 9,45 | 8,53 | 9,17 | 8,32 | 8,51 | 7,16 |
| Индекс человеческого развития и его компоненты, 2012 | 0,916 | 0,892 | 0,901 | 0,921 | 0,955 | 0,920 | 0,938 | 0,937 | 0,788 |
| - ожидаемая продолжительность жизни при рождении, в годах | 81,6 | 80,1 | 79,0 | 80,8 | 81,3 | 80,6 | 82,0 | 78,7 | 69,1 |
| - средняя продолжительность обучения, в годах, 2010 | 11,7 | 10,3 | 11,4 | 11,6 | 12,6 | 12,2 | 12,0 | 13,3 | 11,7 |
| - валовой национальный доход на душу населения, в долл. США по ППС | 36 143 | 32 510 | 33 518 | 37 282 | 48 688 | 35 431 | 34 340 | 43 480 | 14 461 |
| Общая удовлетворенность жизнью, 2007-2011 (полностью не удовлетворены - 0, полностью удовлетворены - 10) | 7,5 | 7,4 | 7,8 | 7,6 | 7,6 | 6,7 | 7,4 | 7,1 | 5,4 |
| Индекс человеческого развития, скорректированный с учетом неравенства, 2012 | 0,859 | 0,839 | 0,845 | 0,857 | 0,894 | 0,856 | 0,864 | 0,821 | - |

Источник: составлено автором по [2, 3].

скорость распространения информации и новых знаний, сотрудничество между людьми, наделение полномочиями и многое другое. Образование повышает самооценку людей, позволяет им находить лучшие рабочие места.

Именно образование обеспечивает передачу культурного наследия от поколения к поколению, в образовательных учреждениях человек не только приобретает профессиональные навыки и знания, но и приобщается к

нравственным идеалам и общественным взглядам на отношения в окружающем мире.

Кроме того, наблюдается и заметный экономический эффект. Знания и способности, полученные от образования и профессиональной подготовки, оказывают положительное влияние на производительность, экономический рост, личный доход. Было установлено, что производительность труда городской рабочей силы возрастает на 2,8% пропорционально каждому году дополнительного обучения [6]. По данным ОЭСР, увеличение среднестатистического срока обучения жителей страны на 1 год повышает ВВП на 3–6%. В экономике знаний знаниеемким становится практически любой труд, что требует от работника соответствующего уровня образования. Например, труд современного фермера – это еще и применение таких технологий, как: снимки со спутника и системы глобального позиционирования, компьютеры и робототехника, геоинформационные системы и специальные программы для агроменеджмента. Рабочие конвейера на заводах теперь имеют навыки управления роботами и сами устраняют неисправности в оборудовании. Современный работник трудится в диспетчерской, наблюдая за дисплеями, счетчиками и циферблатами, постоянно имея дело с данными и информацией, которые должен уметь интерпретировать и реагировать на их изменения.

Динамичное развитие системы образования – важное условие формирования экономики знаний. По мнению В.М. Сергеева, ряд стран на данном этапе развития уже стали специализироваться на экспорте образования [7]. Например, в Австралии получение высшего образования, сопоставимого со среднеамериканским, стоит в разы де-

шевле, поэтому Австралия становится естественным местом получения образования для выходцев из Азии. В итоге Австралия производит около 10% ВВП именно в этой сфере. Аналогичная ситуация наблюдается в Нидерландах, где имеется около 30 крупных университетов, треть из них с высоким международным статусом, а значительная часть студентов – это иностранцы.

Особенностью развития современного образования как одного из условий формирования экономики знаний становится его неограниченность в пространстве (оно не ограничивается стенами образовательных учреждений) и во времени (оно не завершается начальным образованием, а может продолжаться в течение всей жизни человека). В динамичном и сложном мире экономики знаний, скорость обновления которых возрастает, становится необходимым продолжать учебу всю жизнь. Поэтому появились предложения ввести своего рода "талон на образование", выдаваемый в конце обязательного школьного образования, который бы давал каждому человеку право на определенное количество лет обучения, которое он может использовать в зависимости от своего выбора, своего личного пути, своего опыта и по удобному для него расписанию [8, с.59, 84].

Таким образом, развитие человека – основа формирования экономики знаний. Проводя политику развития человека, поддерживая образование и здравоохранение, обеспечивая равным доступ к этим общественным благам для всех и сглаживая неравенство, государство может добиться существенных успехов в формировании экономики знаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. The Knowledge-based Economy. – Paris: OECD, 1996. – 46 p.
2. KEI and KI Indexes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp.
3. Доклад о человеческом развитии 2013. Возвышение Юга: человеческий прогресс в многообразном мире. – М.: Издательство "Весь Мир", 2013. – 203 с.
4. Сафиуллин А.Р. Человек в зеркале "новой экономики" // Вестник НГУЭУ. – 2013. – №1. – С.61–75.
5. Человеческое развитие: новое измерение социально-экономического прогресса. – М., 2008. – 636 с.
6. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал новый источник богатства организации // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. ВЛ. Иноземцева. – М., 1999. – С. 372–400.
7. Сергеев В.М. Экономика знаний. Роль образования и науки в современном мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.igpi.ru/center/seminars/party_6-09_02/party_6-09_02-sergeev.html.
8. К обществам знаний. Всемирный доклад ЮНЕСКО. – Париж, Издательство ЮНЕСКО, 2005. – 239 с.
9. Сайфуллаев Ш.Р. О ПОНЯТИИ "ЭКОНОМИКА" ОБЩЕСТВА // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия "Экономика и право". – 2012. – №5–6 С. 19–23

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВУЗА: МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД

SOCIO-ECONOMIC ASPECTS OF THE OPERATION OF THE UNIVERSITY: MARKETING APPROACH

N. Dmitrieva

Annotation

The article considers the problem of efficiency of functioning of the university in modern conditions of instability of the environment. Describes the factors of the marketing environment functioning of the university and their influence on his work. The possibility of the application of the marketing mix in order to effectively build relationships with external marketing of the university environment and the corresponding adaptation of its internal environment.

Keywords: efficiency, operation, marketing management, marketing mix, marketing microsphere, marketing macrospheres.

Дмитриева Надежда Александровна

Ст. преподаватель кафедры

"Дизайн и гуманитарные дисциплины"

Самарский институт индустрии питания
и бизнеса МГУТУ им. К.Г. Разумовского

Аннотация

В статье рассматривается проблема эффективности функционирования вуза в современных условиях нестабильности внешней среды. Описываются факторы маркетинговой среды функционирования вуза и их влияние на его деятельность. Анализируется возможность применения комплекса маркетинга в целях эффективного построения взаимоотношения вуза с внешней маркетинговой средой и соответственной адаптации собственной внутренней среды.

Ключевые слова:

ВУЗ, эффективность, функционирование, маркетинговое управление, комплекс маркетинга, маркетинговая микросреда, маркетинговая макросреда.

На процесс функционирования ВУЗов действует множество факторов маркетинговой среды как внешних, так и внутренних. В отличие от других сфер экономики, образование имеет наиболее широкие, устойчивые и сильные обратные связи со своей макро-средой, т.к. формирует целые поколения политиков, правоведов, ученых и других специалистов, которые в своей дальнейшей деятельности начинают определять изменения этой среды.

Кризисная демографическая ситуация в РФ имеющая место сегодня следствием которой является диспропорция между предложением ВУЗов и уменьшающимся контингентом абитуриентов.

Ухудшение экономического развития порождает неспособность большого числа населения оплачивать все возрастающие в цене образовательные услуги.

В связи с этим остро возникает необходимость регулирования системы управления ВУЗами, что признается как научным сообществом [1,8,910,], так и обществом в целом.

Высшие учебные заведения являются частью социально-экономической среды и все происходящие в ней изменения отражаются на ВУЗах. ВУЗы являются полноценными участниками рыночных отношений. Усиление

конкуренции в сфере образовательных услуг вызывает необходимость применения маркетингового подхода к управлению ВУЗом [5].

Маркетинговая среда современной образовательной организации взаимодействует с огромным числом различных объектов.

Макросреда функционирования вуза:

- ◆ факторы демографической среды;
- ◆ факторы социально-экономической среды;
- ◆ факторы научно-технической среды;
- ◆ факторы политико-правовой среды

Микросреда функционирования вуза:

- ◆ потребители образовательных услуг – абитуриенты, слушатели дополнительных образовательных программ;
- ◆ поставщики контингента обучающихся – школы, колледжи, организации различных видов деятельности;
- ◆ конкуренты – другие вузы;
- ◆ контактные аудитории – СМ, банки, органы государственной власти;
- ◆ посредники – центры занятости, рекламные агентства, кадровые агентства.

Данные факторы практически полностью не контролируемые со стороны вуза, а следовательно их необходимо тщательно исследовать, для адаптации вуза к условиям внешней среды.

Анализ факторов внешней среды ВУЗа показывает, что деятельность образовательных учреждений носит социальный характер [4]. Социальная направленность деятельности образовательных учреждений формирует условия для решения широкого круга общественно-значимых проблем.

Поскольку ВУЗ является участником рыночных отношений, то большое значение приобретает его способность к оперативной адаптации к изменениям внешней среды.

Адаптация к изменениям внешней среды, структуризация ее элементов возможны только на основе применения маркетингового подхода. От правильно выбранной стратегии и тактики маркетинга зависит устойчивость образовательного учреждения.

Анализируя различные понятия устойчивости [2,3,10] необходимо уточнить определение устойчивости ВУЗа, которое заключается в способности стабильного удовлетворения потребностей в образовательных услугах, выполнения им своей миссии, обеспечивающей непрерывное воспроизводство компетенций в условиях возмущающего воздействия факторов внешней среды.

Как показало проведенное исследование, многие ВУЗы только в настоящее время приходят к необходимо-

сти внедрения маркетингового управления в свою деятельность [1,6,7], что носит характер тактических действий в ответ на возмущения внешней среды, что не способствует устойчивости их функционирования.

Таким образом, возникает необходимость анализа и разработки методов маркетингового управления устойчивостью функционирования ВУЗа, методических рекомендаций по осуществлению управленческих действий в условиях нестабильности внешней среды. [5]

Исследования влияния внешней среды на функционирование ВУЗов показали, что особенно важными внешними факторами, воздействующими на устойчивое функционирование ВУЗов являются экономический, демографический и социально-экономический.

Анализ демографической среды функционирования ВУЗа позволил выявить следующие негативные тенденции: пик демографического кризиса в России приходится на 2009–2013 гг., постоянное сокращение численности населения в Самарской области, как и в других регионах РФ, наблюдается развитие процессов депопуляции, в связи с чем, резко сокращается спрос на образовательные услуги.

В таких условиях ВУЗы вынуждены перестраивать структуру оказываемых услуг посредством расширения услуг дополнительного образования.

Достаточно отчетливо видна неблагоприятная демографическая ситуация при анализе динамики выпуска школ Самарской области (рис. 1)

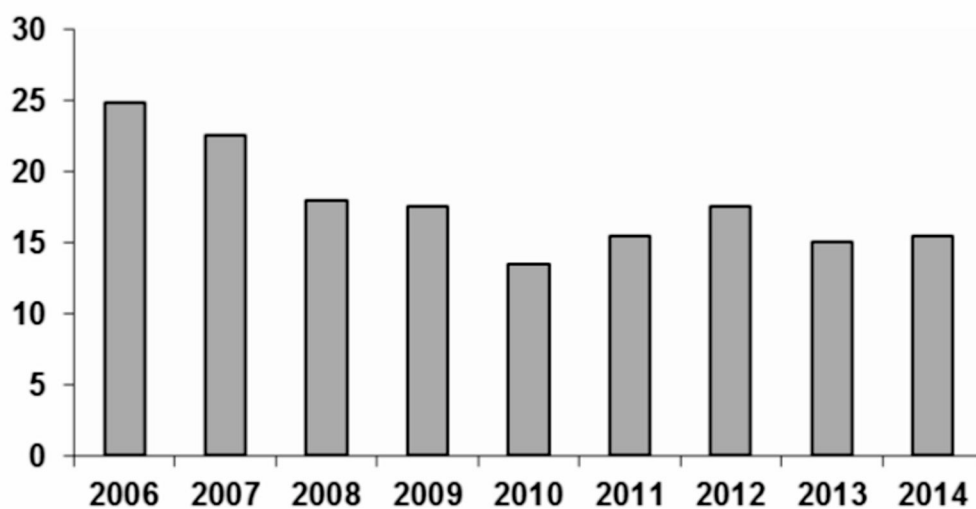


Рисунок 1. Динамика выпуска школ Самарской области в 2006-2014гг. (тыс. чел.)

Перемены в экономической ситуации в стране после плановой экономики привели к изменениям в государственном финансировании деятельности ВУЗов.

Одним из параметров устойчивого функционирования ВУЗов является его привлекательность среди абитуриентов. В виду сокращения числа абитуриентов вследствие демографического спада ВУЗам следует обращать пристальное внимание на собственную привлекательность [5].

В этой ситуации особое значение приобретает использование комплекса маркетинга как совокупности инструментов управления отношениями со своими клиентами [10]. На сегодняшний день существует, наряду с классическими вариантами 4P, 7P и 4C, значительное число других разновидностей комплекса маркетинга [11], адаптированных под специфику отрасли, общественные ценности и т. д. В настоящее время в нашей стране, в тех сравнительно редких случаях, когда образовательные организации все же целенаправленно приме-

няют маркетинговый инструментарий в своей деятельности (именно целенаправленно – поскольку его стихийное, интуитивное использование распространено достаточно широко), обычно речь идет о комплексе маркетинга в варианте 4P или 7P. По нашему мнению, было бы целесообразно поставить важную научную и практическую задачу разработки комплекса маркетинга, состав которого учитывал бы специфику образовательных услуг.

Именно маркетинговый подход к анализу и развитию эффективного функционирования вуза, исследуя высоко значимые факторы маркетинговой среды, даст ответ на вопрос каковы будут направления деятельности вуза в дальнейшем.

Результатом реализации маркетинговых мероприятий, направленных на повышение эффективности функционирования вуза должна следовать структуризация внутренней маркетинговой среды и организация взаимодействия вуза с внешней средой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бобкова Е.Ю. Образовательный web-сайт в системе подготовки специалиста-маркетолога // Письма в Эмиссия.Оффлайн (The Emissia.Offline Letters): электронный научный журнал. 2007. № 12. С. 1223
2. Бобкова Е.Ю. Локальный образовательный ресурс как элемент педагогической системы формирования конкурентоспособного маркетолога // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2008. № 45. С. 26–29
3. Бобкова Е.Ю. Проблемы формирования информационной компетентности специалиста-маркетолога // Среднее профессиональное образование. 2008. № 2. С. 71–72
4. Григорьянц И.А. Маркетинговое исследование категории "привлекательность" в обеспечении устойчивости вуза // Вестник Самарского муниципального института управления. 2011. № 1. С. 91–95.
5. Григорьянц И.А. Методические основы маркетингового управления устойчивостью управления вузом // Вопросы экономики. 2010. № 6. С. 87
6. Григорьянц И.А. Методические основы маркетингового управления устойчивостью функционирования вуза // Экономика образования. 2010. № 6. С. 84–90.
7. Григорьянц И.А. Методический подход к моделированию маркетингового управления устойчивостью вуза // Вестник Самарского муниципального института управления. 2010. № 2. С. 63–68
8. Григорьянц И.А. Современные модели и механизмы управления человеческими ресурсами в учреждениях здравоохранения как социально-экономической системе // Известия Академии управления: теория, стратегии, инновации. 2012. № 3 (10). С. 33–36
9. Косарева Т.Н., Комаров В.В., Бобкова Е.Ю. Правовое регулирование маркетинговой деятельности: учебное пособие // Современные проблемы науки и образования. 2009. № 1. С. 76–76.
10. Котляров И. Д. Комплекс маркетинга: попытка критического анализа // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – № 4. Доступно онлайн по адресу: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/4/kotliarov.pdf>. Дата обращения: 30.11.2013.
11. Чебыкина М.В., Бобкова Е.Ю. Маркетинг в торговой деятельности (учебник) // Международный журнал экспериментального образования. 2013. Т. 2013. № 5. С. 131–132
12. Миндлин Ю.Б. Управление системой качества на предприятии сферы услуг // Тренды и управление. – 2013. – №1 С. 111–114

НОВЫЕ ФОРМЫ ЗАНЯТОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ

NEW FORMS OF EMPLOYMENT IN SERVICE ECONOMY

E. Evdokimova

Annotation

The paper contains a description of new forms of employment in service economy. Conditions that generated these new form are analyzed.

Keywords: employer, employee, service economy.

Евдокимова Евгения Андреевна
Аспирант,
Санкт–Петербургский институт
гуманитарного образования

Аннотация

В статье дано описание новых форм занятости на предприятиях сферы услуг. Описаны условия, приведшие к возникновению этих форм.

Ключевые слова:

Работник, работодатель, сфера услуг.

Персонал в условиях перехода от индустриальной к сервисной экономике играет ключевую роль в обеспечении успешного функционирования предприятия, поскольку он не только выполняет свои непосредственные обязанности по оказанию услуги, но также и формирует у клиента впечатление о фирме. Качество работы персонала во многом обуславливает как способность фирмы сформировать конкурентное преимущество за счет дифференциации (а в современных условиях, когда товары и услуги отличаются высокой степенью сходства, именно дифференциация служит основой успеха на рынке [1]), так и возникновение у покупателей лояльности к ней (если несколько упростить ситуацию, клиенты приходят не к фирме, а к продавцу – разумеется, при условии, что основные характеристики продукта их в целом устраивают [6]). Наконец, именно от уровня работы персонала зависит, сможет ли компания выстроить долгосрочные отношения со своими потребителями.

Все сказанное выше означает, что для успеха фирмы большое значение имеет мотивация персонала, его заинтересованность в долгосрочной эффективной работе на благо компании. При всей очевидности этого тезиса на практике реализовать его достаточно трудно. Дело в том, что для его внедрения необходимо, чтобы интересы работника были тесно связаны с интересами фирмы, однако между работником и работодателем существует объективный конфликт интересов, препятствующий их сближению. Традиционные же инструменты стимулирования персонала, по сути дела, сводящиеся к разработке более или менее запутанных схем оплаты труда, показали свою недостаточную эффективность, поскольку они

ведут к формированию у работника исключительно материальной мотивации при отсутствии лояльности к работодателю (иными словами, работник готов легко сменить место работы в том случае, если ему предложат более высокую оплату). Проблему могло бы отчасти решить более активное использование нематериальных стимулов, но его потенциал в условиях доминирования материальной мотивации также ограничен (хотя, разумеется, пренебрегать им не стоит [2]).

Следовательно, перед предприятием стоит задача не просто управлять мотивацией своих работников, но управлять отношениями с ними (что в целом соответствует современным представлениям о том, что фирма должна быть конкурентоспособной не только на рынке конечных потребителей, но и на всех рынках, на которых она работает, в том числе и на рынке труда), что, на наш взгляд, заключается в выполнении следующих условий:

- ◆ Получаемое работником материальное вознаграждение должно быть достаточным для удовлетворения его потребностей (это традиционное требование, применимое ко всем системам стимулирования);
- ◆ Сотрудник должен иметь возможность управлять размером своего вознаграждения (иными словами, сотрудник не просто получает выплаты в определенном размере, установленном фирмой, но способен сам влиять на размер своего вознаграждения пропорционально затраченным усилиям). В конечном счете это означает, что сотрудник получает право сам определять, какой объем работы и по какому графику он готов выполнять;

◆ Размер вознаграждения должен зависеть от того, насколько эффективно работник трудится для достижения целей фирмы (иначе говоря, оплата должна быть привязана не к каким-то заранее заданным нормативам, а к реально полученным результатам). По сути дела, фирма хочет переложить на работника часть своих рисков – поскольку получаемый ею доход напрямую зависит от того, насколько эффективно персонал взаимодействует с клиентами, фирма будет стремиться к тому, чтобы доход работника в максимальной степени зависел бы от того, какой доход он приносит компании;

◆ Деятельность для достижения целей фирмы должна способствовать удовлетворению не только материальных, но и нематериальных потребностей работника (т. е. обеспечивая достижение целей компании, работник также получает удовлетворение своих нематериальных запросов). Это означает, что работник выступает не безмолвным исполнителем не до конца понятных ему задач, а, напротив, самостоятельно (хотя бы отчасти) ставит перед собой задачи и определяет инструменты их выполнения (разумеется, в определенных пределах). Кроме того, эти задачи могут носить достаточно комплексный характер (т. е. уровень разделения труда между отдельными исполнителями сравнительно низкий).

Легко убедиться в том, что эти условия соответствуют специфике сервисной экономики, когда ключевое значение имеет способность удовлетворить запросы конкретного клиента и побудить его приобрести услугу или товар, и при этом они практически невыполнимы в рамках индустриальной экономики, где необходимо слаженно выполнять повторяющиеся однообразные дробные операции, а деятельность производственного персонала практически никак не влияет на величину дохода фирмы.

Проблема, однако, состоит в том, что работодатели, привыкшие к традиционным (индустриальным) способам управления персоналом, не всегда готовы перестроиться на новые отношения с персоналом (а выполнение этих условий с неизбежностью означает переход к новым отношениям, предполагающим большее доверие между работником и работодателем). Эти отношения неизбежно ведут к снижению способности работодателя контроли-

ровать поведение работника и усиливают зависимость работодателя от своего персонала (сотрудники становятся в полном смысле человеческим капиталом, обуславливающим успех бизнеса). Фактически работник перестает быть просто рабочей силой, отчужденной как от предпринимательских рисков, так и от предпринимательской прибыли, и сам становится мини-предпринимателем, ведущим хозяйственную деятельность под эгидой своего работодателя (де-факто – старшего партнера по совместному бизнесу) [3]. Более того, нередко он сам регистрируется в качестве предпринимателя.

Иначе говоря, он частично выводится во внешнюю среду фирмы, подвергаясь квази-экстернализации. Фирмам, работающим в сфере услуг, важно суметь перестроиться к этим новым условиям трудового (вероятно, правильнее будет сказать – квазитрудового) партнерства, чтобы максимально полно реализовать потенциал своих работников для повышения эффективности своего бизнеса.

Переход к новым условиям сотрудничества фирмы и работника был обусловлен не только ростом сервисной экономики (нуждающейся в этих условиях), но и изменениями в запросах работников, которые хотят большей индивидуализации условий труда и заинтересованы в самореализации. Можно говорить, что происходит плавная эволюция людей от наемных работников к свободным агентам [4].

Можно привести следующие примеры реализации новой модели отношений между работником и работодателем:

◆ Арендная модель, при которой работник выплачивает фирме определенную плату за право использовать предоставляемое ему рабочее место, и в дальнейшем на его основе самостоятельно оказывает услуги клиентом по установленному фирмой тарифу. Классические примеры такой модели – водители маршрутных и обычных такси, сотрудники салонов красоты. Благодаря ей фирма минимизирует свои риски и получает гарантированный регулярный доход от предоставления в аренду рабочих мест;



◆ Арендная модель с разделением рисков – в этом случае работник отдает в качестве платы за использование рабочего места не фиксированную сумму за определенный период времени, а долю от полученного дохода. Пример – тренеры в фитнес-центрах при предоставлении индивидуальных занятий. В этом случае фирма несет риски недостаточного дохода;

◆ Отдельные разновидности модели "франшиза-рабочее место" [5], где франчайзи, хотя и является формально самостоятельным предпринимателем, взаимодействует с клиентами через посредство франчайзера.

Пример такой модели – таксопарк, привлекающий водителей со своими автомобилями, и выполняющий для них функции диспетчера.

Однако использование этих инновационных форм взаимодействия работника и работодателя не означает, что фирма может снять с себя все свои обязательства перед сотрудниками. Речь идет не о минимизации обязательств компании перед персоналом, а о создании условий для максимальной самореализации сотрудников, в том числе и за счет частичного перекалывания на них рисков предпринимательской деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакальская Е. Сфера торговли: сущность дифференциации // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – № 7–8. – С. 135–139.
2. Евдокимова Е. А. Соревнование как инструмент повышения эффективности работы персонала предприятия сферы услуг // Экономика и экологический менеджмент (электронный научный журнал). – 2012. – № 2. – С. 161–165. Доступно онлайн по адресу: http://economics.iibt.ifmo.ru/ru/article/182/sorevnovanie_kak_instrument_povysheniya_effektivnosti_raboty_personala_predpriyatiya_sfery_uslug.htm. Проверено 02.12.2013.
3. Котляров И. Д. Экосистема: новые формы взаимодействия компании с работниками, клиентами и широкой публикой // Вестник НГУЭУ. – 2013. – № 4.
4. Пинк Д. Нация свободных агентов: как новые независимые работники меняют жизнь Америки. М.: Издательский дом "Секрет Фирмы", 2005. – 328 с.
5. Стэнворт Дж., Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 200 с.
6. Gronroos C. In the Marketplace There Is Only Service – Facilitating Customers' Value Creation // ECIS 2011, Aalto University, June 9–11, 2011. Helsinki: Aalto University, 2011. Available online at: <http://www.ecis2011.fi/keynotes/index.html>. Accessed on 10.03.2013.
7. Миндлин Ю.Б. Управление системой качества на предприятии сферы услуг // Тренды и управление. – 2013. – №1 С. 111–114
8. Евдокимова Е.А. Эффективное использование персонала в сфере услуг // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия "Экономика и право". – 2012. – №7 С. 44–46

© Е.А. Евдокимова, (jenyffer@gmail.com), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



ВНЕДРЕНИЕ ERP-СИСТЕМЫ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ: КРИТЕРИИ, СЛОЖНОСТИ, ФАКТОРЫ УСПЕХА

THE INTRODUCTION OF ERP-SYSTEM IN INDUSTRIAL ENTERPRISES: CRITERIA, DIFFICULTIES, SUCCESS FACTORS

M. Ivanova

Annotation

In this article, the author provides an overview of the management information system ERP – enterprise management tool. This system allows you to automate all kinds of accounting in the enterprise, as well as replace all other data applications used by the enterprise. The author highlights the criteria for the application in the enterprise, determines the difficulties of implementation and the success factors of its use.

Keywords: information system management, enterprise resource, management solutions, business process.

Иванова Мария Михайловна

К.э.н., доцент,

ФГБОУ ВПО "МГУТУ

им. К.Г. Разумовского" (ИТЛП) г. Москва

Аннотация

В статье автор предлагает обзор информационной системы управления ERP – инструмента управления предприятиями. Эта система позволяет автоматизировать все виды учета на предприятии, а также заменить все другие информационные приложения, используемые предприятием. Автор выделяет критерии применения системы на предприятии, определяет сложности внедрения и факторы успеха ее использования.

Ключевые слова:

Информационная система управления, ресурсы предприятия, управленческие решения, бизнес-процесс.

ERP система (Enterprise Resource Planning – Управление ресурсами предприятия) это – информационная система для идентификации и планирования всех ресурсов предприятия, которые необходимы для осуществления продаж, производства, закупок и учета в процессе деятельности предприятия [1].

ERP системы стали неотъемлемым инструментом управления предприятиями, ориентированными на успех,

ведь для достижения максимальных преимуществ в современной бизнес среде необходимо, чтобы все подразделения предприятия работали как единый и слаженный механизм.

Современные ERP системы позволяют автоматизировать бухгалтерский, финансовый, управленческий, логистический, производственный, складской, кадровый и прочие виды учета (рис. 1).

| | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|----------------------|-------------------------|-----------------------|
| Финансовое управление | Финансовый учет | Клиенты и поставщики | РСБУ, НУ | Основные средства |
| Дистрибуция и производство | Управление запасами | Управление складами | Производство | Планирование ресурсов |
| Отношения с клиентами | Контакты и история клиентов | Управление продажами | Управление маркетингом | Управление сервисом |
| Управление персоналом | Управление персоналом | Кадровый учет | Расчет заработной платы | Портал сотрудника |

Рис. 1. Сфера применения ERP-системы на предприятии

Также в небольших решениях, система реализует задачи документооборота, портала, системы сбалансированных показателей, тогда как в крупных организациях, эти модули представляются отдельными системами. Модульный подход помогает сэкономить силы на интеграцию разнородных систем.

ERP-система для российского предприятия – это не просто инструмент для управления ресурсами предприятия, а скорее новая идеология ведения бизнеса. Поэтому от управленцев и персонала требуется не только соответствующая квалификация (знание новых методик и

стандартов управления, их преимуществ), но и определенная "психологическая готовность", которая зависит от корпоративной культуры предприятия: насколько сотрудники готовы к своевременному выполнению заданий, принимают новшества, осознают значение автоматизации предприятия для перспективного развития (рис. 2).

В пользу внедрения ERP говорит способность этой технологии заменить большинство слабоинтегрированных (и зачастую устаревших) информационных приложений, используемых для управления производством, единой интегрированной системой.

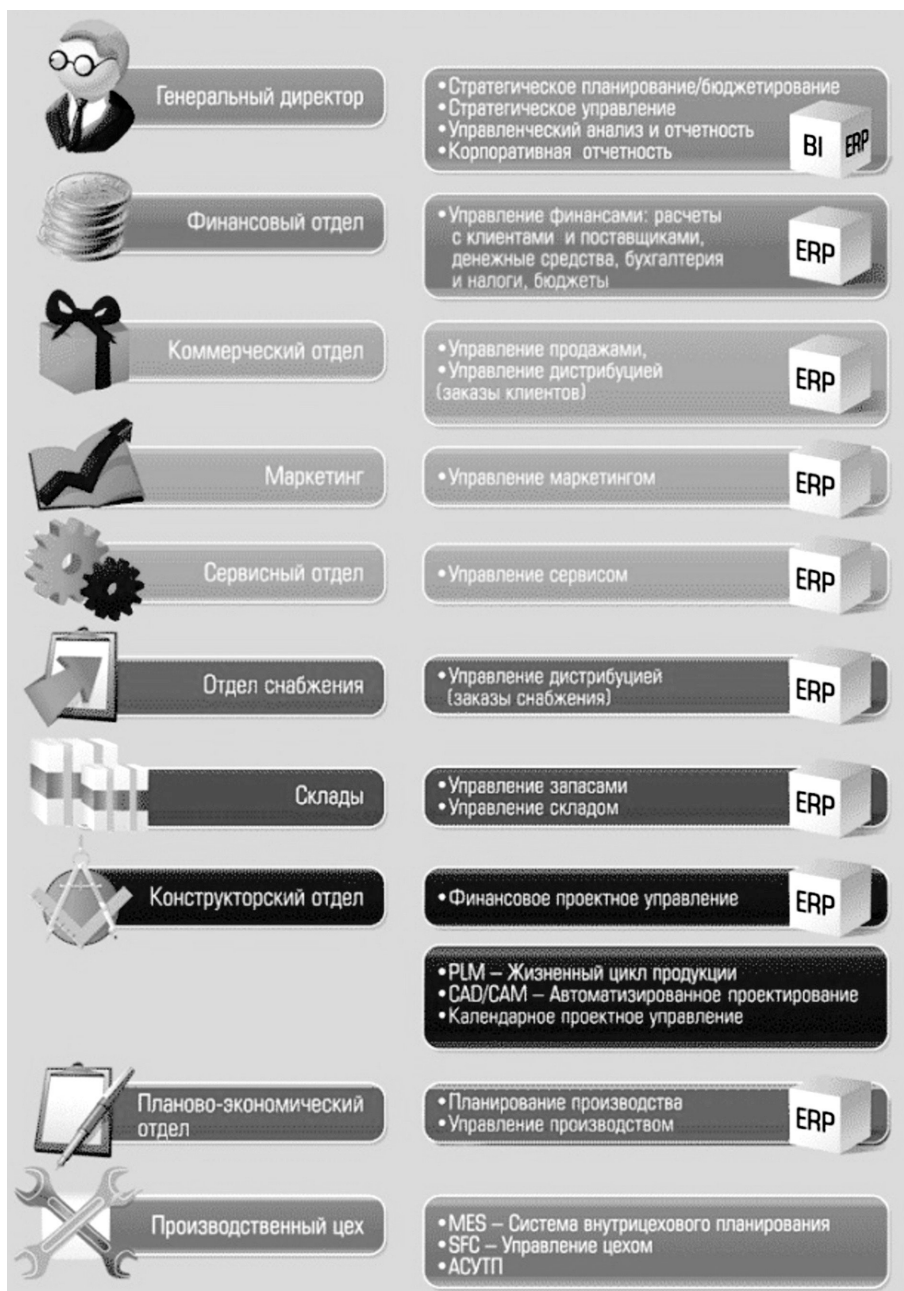


Рис. 2. Роль ERP-систем в работе предприятия.

Оборотная сторона этого вопроса состоит в том, что внедрение ERP на производстве – очень непростая задача, предполагающая определенный риск для предприятия. Процесс перехода к технологиям ERP занимает большой промежуток времени, требует значительных материальных вложений и даже определенной "перестройки сознания" руководства и персонала предприятия.

Информационные системы позволяют сделать бизнес более эффективным, быстрым, а значит, победить в конкурентной борьбе. Конкретными задачами внедрения систем управления являются:

- ◆ Предоставлять руководству информацию для анализа текущего состояния организации и принятия обоснованных управленческих решений;
- ◆ Обеспечить прозрачность и контроль деятельности предприятия на всех уровнях;
- ◆ Выстроить эффективное взаимодействие с контрагентами и клиентами;

- ◆ Снизить трудоемкость процесса бюджетирования и ввести бюджетный контроль расходов;
- ◆ Сократить объем ручной и рутинной работы сотрудников, снизить административные издержки.

Руководством предприятия также ставятся определенные цели внедрения этой системы (рис. 3):

Существует два аспекта [3], когда для предприятия вопрос внедрения производственного ERP-модуля становится по-настоящему актуальным.

1. Внешний (рыночный). Несвоевременные поставки материалов и комплектующих, возможный брак, сроки подготовки продукции, выполнение производственных заказов, внеплановые заказы, сроки подготовки производства продукции – все эти факторы создают ситуацию, когда предприятие не может или не успевает соответствовать требованиям рынка, вовремя откликаться на запросы клиентов.

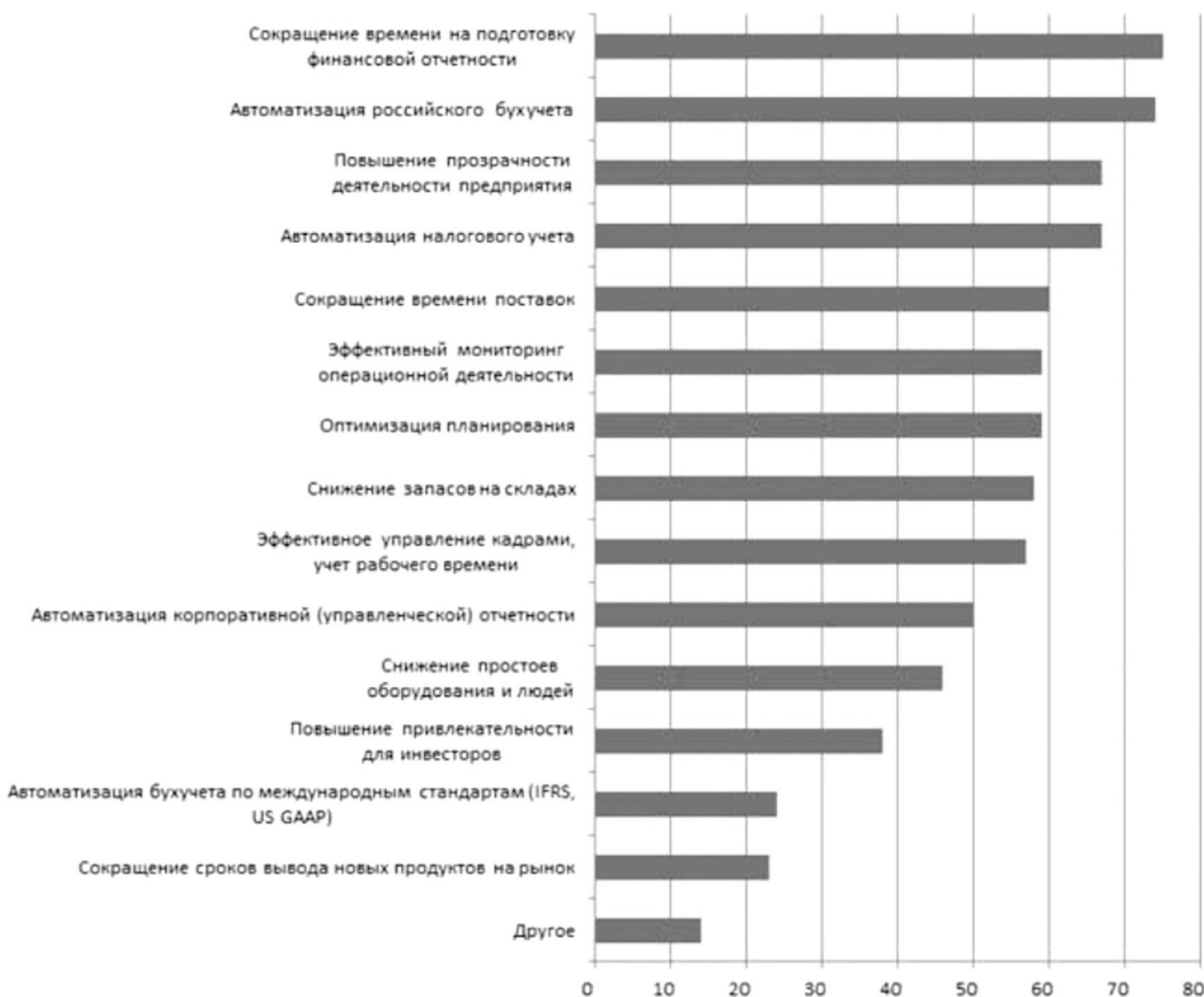


Рис. 3. Цели предприятия при внедрении ERP-системы

2. Внутренний. На предприятии не существует. Предприятие четко не контролирует и не планирует загрузку оборудования, трудозатраты и потребности в сырье, т.к. у него нет четкого представления о себестоимости продукции. Финансовые службы компании также не обеспечены информацией для учета своих расходов на производство продукции, в том числе в разрезе материалов, комплек-

тующих и деталей, входящих в производимые изделия.

Однако внедрение подобных систем управления всегда сопряжено с ядом трудностей (рис. 4):

Факторами же успеха внедрения эксперты называют следующие (рис. 5):



Рис. 4. Основные сложности при внедрении ERP-систем в России, % [4]



Рис. 5. Факторы успеха внедрения ERP-системы, % [4]

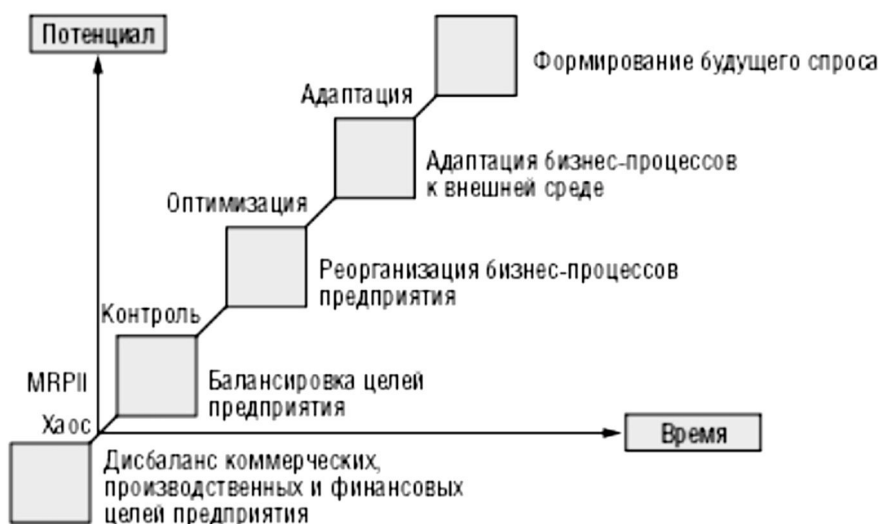


Рис. 6. Повышение эффективности работы предприятия [5]

ERP-системы сфокусированы на точности учета всех ресурсов и обеспечении видения обстановки за пределами собственного промышленного предприятия независимо оттого, к какому типу производства относится предприятие. Таким образом, данная система призвана повысить эффективность работы предприятия (рис. 6)

При этом система должна максимально удовлетворять отраслевым стандартам. Очевидно, что в каждой отрасли производство имеет свою специфику. Если система имеет необходимую предприятию отраслевую специализацию – это идеальный вариант с точки зрения простоты внедрения. Здесь все зависит от желания заказчика, что ему проще и дешевле – ставить опробованное отраслевое решение либо подгонять ERP-систему под стандарты своего производства.

Одним из критериев выбора ERP-системы для производства является наличие в системе стандартизованных средств разработки, которые дают возможность добавлять новую функциональность или изменять существующую быстро и с минимальными усилиями. Помимо отраслевых нюансов производства нужно учитывать, что каждое предприятие по-своему уникально и имеет свои корпоративные стандарты, возможно, обладает своими технологическими ноу-хау, которые под стандартное ядро производственного модуля ERP-систем могут не подходить. Чтобы адаптировать производственный модуль до идеального соответствия бизнес-процессам, специфичным для конкретного производственного предприятия, необходимо, чтобы ERP-система обладала теми "кирпичиками", с помощью которых можно было бы "достроить" недостающие блоки. Более того, легко конфигурируемые ERP-системы, оснащенные встроенными средствами разработки, позволяют системе легко эволюционировать вместе с производством. В случае если на производстве что-то меняется (увеличиваются его масштабы, внедря-

ются новые технологии, происходит переориентация на новые рынки и т.п.), у предприятия не возникает необходимости кардинально менять информационную систему или же прибегать к внедрению новой.

При выборе ERP-системы для производственного предприятия важным критерием является возможность интеграции с другими приложениями, используемыми на производстве. Например, с системами управления данными о продукте – PDM (product data management) или системами автоматизированного проектирования (CAD/CAM), которые являются очень важными для промышленного предприятия, поскольку обеспечивают документооборот всей конструкторской и технологической документации. Чтобы реализовать полный цикл подготовки, планирования и производства продукции, необходимо интегрировать ERP с системами PDM и САПР. Интеграция решает одну из основных проблем внедрения ERP-систем – сложность создания единой базы информации.

ERP-система по сути является собой формализованное представление бизнес-процессов типичной западной компании. Соответственно, она налагает определенные рамки на бизнес-процессы предприятия, на котором она внедряется. Поэтому внедрение ERP-системы невозможно и бессмысленно без управленческих реформ. Инициировать же их и контролировать могут только руководители предприятия.

Первым шагом на пути внедрения автоматизированной системы управления должен стать мониторинг существующих ERP-систем (табл. 1):

Решение о том, покупать систему или нет, – решение серьезное, связанное со снижением издержек, повышением эффективности и инвестиционной привлекательности предприятия.

Таблица 1.

Основные иностранные ERP-системы, представленные на российском рынке [7]

| Решение | Сфера применения | Срок внедрения | Стоимость внедрения |
|----------------------|--|---------------------------|---|
| SAP R/3 | Оборонные предприятия, компании нефтегазового комплекса, металлургия, энергетика телекоммуникации, банковский сектор. | 1-5 лет и более | Лицензия на 50 рабочих мест стоит около \$350 тыс. Стоимость внедрения может в несколько раз превышать стоимость решения. |
| Oracle Applications | Тяжелая промышленность (преимущественно металлургия), телекоммуникационные компании, финансовый сектор, химическая промышленность. | 1-5 лет и более | Стоимость решения на одно рабочее место составляет около \$5 тыс. Полная стоимость существенно зависит от требуемой функциональности и сложности внедрения. |
| IFS Application | Предприятия машиностроительного комплекса, энергетика, пищевая промышленность, фармацевтика, кабельная промышленность. | 0,8-3 года и более | Полная стоимость внедрения может достигать \$250 тыс. и более. Также существенно зависит от требуемой функциональности. |
| Baan ERP | Автомобилестроение, химическая промышленность, фармацевтика, пищевая промышленность. | 6 мес.-1,5 года и более | Стоимость одного рабочего места - \$3 тыс. Соотношение цены решения и расходов на внедрение 1:1-1:3. |
| iRenaissance | Пищевая промышленность, химические компании, металлургическая промышленность нефтеперерабатывающие, целлюлозно-бумажные, фармацевтические предприятия. | 4 мес. - 1,3 года и более | Стоимость внедрения в среднем \$200 тыс. |
| MBS Axapta, Navision | Предприятия нефтяной отрасли, пищевой промышленности, торговые компании, металлургия, дистрибуция, телекоммуникационная отрасль | 6 мес. - 2 года и более | В среднем стоимость решения на одно рабочее место - \$3,5 тыс. Стоимость внедрения составляет 100-250% стоимости решения. |
| iScala | Машиностроение, телекоммуникационная отрасль, пищевая промышленность. | 3 мес. - 1,5 года и более | Средняя стоимость iScala 2.1 составляет \$2-5 тыс. за одно рабочее место. |
| MFG/PRO | Автомобильная, авиационная, электронная, электротехническая, химическая, фармацевтическая и пищевая промышленность. | 3 мес. - 1,5 года и более | Стоимость лицензии на одно рабочее место \$2-5 тыс. в зависимости от конфигурации. Внедрение обходится в 100-200% этой суммы. |
| J.D.Edwards OneWorld | Горнодобывающая промышленность, строительные организации, торговые компании, нефтегазовый сектор. | 7 мес. - 1,5 года и более | Стоимость рабочего места OneWorld варьируется от \$400 до \$4000. |
| SyteLine ERP | Производители измерительного и электрооборудования, деревообработка, полиграфия, машиностроение. | 6 - 9 месяцев и более | Стоимость лицензии на одно рабочее место \$2-4 тыс. Примерно во столько же обойдется внедрение. |

Система может быть внедрена там, где есть руководитель западного типа, который хочет привести все в порядок, сделать стройную систему взаимодействия бизнес-процессов и избежать дублирования одних и тех же

функций в разных подразделениях. Говорить о том, что сегодня все российские предприятия готовы к этому, – неправильно. Но большинство уже ощущает такую необходимость.

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://www.vedisoft.info/services/erp/>
2. <http://notbe.ucoz.ru/news/kompiuterpress/2012-05-15-5>
3. http://www.lawlinks.ru/view_data.php?id=74683
4. <http://www.interface.ru/fset.asp?Url=/erp/tsardelo.htm>
5. <http://www.compress.ru/article.aspx?id=11993&iid=464>
6. http://expert.ru/ratings/table_104582/
7. <http://ab.bl.by/articles/78567.php>

ОЦЕНКА ФРАНЧАЙЗИ И ВАРИАНТЫ ПОВЕДЕНИЯ ФРАНЧАЙЗЕРА ПРИ ОКОНЧАНИИ СРОКА ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА ФРАНЧАЙЗИНГА

FRANCHISEE EVALUATION AND FRANCHISOR'S POSSIBLE STRATEGIES AT THE EXPIRATION OF FRANCHISING AGREEMENT

E. Narkevich

Annotation

The paper contains an algorithm of final evaluation of franchisee by franchisor. Franchisor's possible strategies are described for different results of this evaluation.

Keywords: franchising, franchisee, franchisor, evaluation.

Наркевич Елена Григорьевна

Аспирант,

Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования

Аннотация

В статье предложен алгоритм оценки итоговой оценки франчайзи франчайзером. Исходя из этой оценки сформулированы возможные варианты поведения франчайзера при окончании срока действия договора франчайзинга.

Ключевые слова:

Франчайзинг, франчайзи, франчайзер, оценка.

В существующих научных и практических публикациях по франчайзингу речь идет в первую очередь о начальных стадиях сотрудничества франчайзера и франчайзи (оценка привлекательности франшизы для потенциального франчайзи [1], методы отбора франчайзи [2, 3], обеспечение текущего контроля деятельности франчайзи и т. д.). Внимание также уделяется стратегическим вопросам – в частности, определению целесообразности развития посредством франчайзинга как для потенциального франчайзера, так и для потенциального франчайзи [1], а также проблеме внедрения франчайзинга франчайзером [4].

Однако, по нашему мнению, большое значение имеет также правильное проведение завершающей стадии сотрудничества, когда срок действия франчайзингового договора заканчивается, и сторонам необходимо принять решение о его продлении, или же об отказе от продления.

Франчайзи традиционно более заинтересован в продлении договора, поскольку отказ от него автоматически означает потерю действующего бизнеса – в соответствии с распространенными подходами к составлению франчайзинговых договоров франчайзи после окончания его действия не имеет права работать в том же регионе в том же бизнесе в течение определенного периода времени. Эти ограничения связаны с необходимостью защиты интеллектуальной собственности франчайзера и с защитой его от конкуренции со стороны бывшего франчайзи. Таким образом, фактически решение о продлении

или непродлении договора в основном определяется заинтересованностью франчайзера в сотрудничестве с данным конкретным франчайзи.

При этом франчайзер не до конца свободен в своих решениях. Прежде всего, отказ от продления договора влечет для него потерю своего представительства в соответствующем регионе, при этом найти нового франчайзи не так просто. Кроме того, факт закрытия предыдущего франчайзи негативно повлияет на мотивацию потенциальных кандидатов во франчайзи, так как они увидят, что в этом регионе данный бренд успехом не пользуется.

Наконец, чем чаще франчайзер отказывается в продлении договор, тем ниже средняя вероятность продления договора после окончания срока его действия, и, как следствие, тем ниже средний срок существования франчайзи и тем ниже его средний ожидаемый доход. Это также негативно сказывается на привлекательности франшизы для потенциальных франчайзи. По этой причине франчайзеру очень важно иметь как адекватную методику оценки франчайзи по итогам его функционирования в течение срока действия франчайзингового договора, так и набор стратегий поведения для каждого результата оценки.

Франчайзер проводит окончательную оценку работы франчайзи с учетом как факторов, зависящих от самого франчайзи, так и факторов, находящихся вне его контроля. Под контролируемые факторами понимается эф-

фективность организации работы самого франчайзи, под неконтролируемыми – те факторы, повлиять на которые франчайзи не может, или же это влияние сильно ограничено (например, местонахождение торговой точки или восприятие бренда франчайзера местным населением).

Для оценки факторов можно предложить шкалу, представленную в табл. 1.

Таблица 1.

Шкала оценок качества контролируемых и неконтролируемых факторов деятельности франчайзи

| Значение фактора | Описание |
|------------------|-------------------|
| 4 | Очень хорошо |
| 2 | Хорошо |
| 0 | Удовлетворительно |
| - 2 | Плохо |
| - 4 | Очень плохо |

Значения факторам выставляются либо экспертно, либо в соответствии с разработанной франчайзером шкалой перевода наблюдаемых значений фактора в балльную оценку.

Итоговые оценки качества контролируемых и неконтролируемых факторов имеют вид

$$Q_{con} = \sum_{i=1}^n w_i Q_i^{con}$$

$$Q_{unc} = \sum_{j=1}^m w_j Q_j^{unc}$$

где

Q_{con} – итоговая оценка контролируемых факторов;

n – общее число контролируемых факторов;

w_i – вес i -го контролируемого фактора;

Q_i^{con} – значение i -го контролируемого фактора;

Q_{unc} – итоговая оценка неконтролируемых факторов;

m – общее число неконтролируемых факторов;

w_j – вес j -го неконтролируемого фактора;

Q_j^{unc} – значение j -го неконтролируемого фактора.

Для выбора возможного варианта поведения можно рекомендовать матрицу, представленную в табл. 2.

Таблица 2. Матрица принятия решения о продолжении сотрудничества с франчайзи

| | | Эффективность организации работы франчайзи | |
|------------------------------------|---------|---|--|
| | | Высокая | Низкая |
| Качество неконтролируемых факторов | Высокое | Продление договора с франчайзи | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Переподготовка франчайзи (если причины неэффективности могут быть устранены); ◆ Смена франчайзи; ◆ Выкуп франчайзером торговой точки и самостоятельное ведение бизнеса |
| | Низкое | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Продление договора с франчайзи с внесением коррективов в деятельность франчайзи для минимизации негативного воздействия неконтролируемых факторов; ◆ Непродление договора с франчайзи (если устранить негативное влияние внешней среды невозможно) | Непродление договора с франчайзи, смена местонахождения торговой точки или уход с рынка |

Вкратце охарактеризуем эти варианты поведения.

Самый простой случай – когда высокую оценку получают как контролируемые, так и неконтролируемые факторы. В этой ситуации самым логичным вариантом поведения франчайзера служит продление договора. Однако важно помнить, что высокие оценки не означают того, что франчайзи безупречен. Проведение оценки позволяет выявить отдельные его недоработки, и сформулировать

рекомендации по их устранению.

Столь же важно понимать, что оценивание данного конкретного франчайзи не в коем случае не является делом только этого франчайзи и франчайзера. Франчайзера отвечает за функционирование всей франчайзинговой сети в целом, и поэтому итоги оценки франчайзи должны учитываться им при управлении всей сетью – в частности, через механизм перенесения успешного опы-

та и через информирование остальных франчайзи о возможных проблемах.

В том случае, если франчайзи демонстрирует высокие организаторские навыки, однако качество неконтролируемых факторов невысоко, франчайзеру (возможно, совместно с франчайзи) необходимо определить, чем вызвана низкая оценка неконтролируемых факторов, и возможно ли ее повысить. Инструментами устранения негативного влияния внешних факторов может быть перенос торговой точки франчайзи на новое место (в том случае, если ее текущее местоположение не позволяет получать достаточный доход), или же некоторая адаптация концепции франшизы к специфике локальной аудитории. Если использование таких инструментов возможно, то целесообразно попытаться их применить и продлить франчайзинговый договор. Если же использование затруднительно (по причине неготовности франчайзи и/или франчайзера) или нецелесообразно (анализ показывает, что оно не приведет к улучшению положения), то единственным логичным вариантом поведения становится отказ франчайзера от продления договора. При этом, однако, франчайзер может освободить франчайзи от наложенных на него ограничений по занятию бизнесом (поскольку отказ от продления договора вызван не недобросовестностью франчайзи, а негативным действием неконтролируемых факторов).

Если, напротив, качество работы франчайзи низкое, но при этом неконтролируемые факторы благоприятствуют ведению бизнеса, то франчайзер должен определить (возможно, совместно с франчайзи), могут ли быть устранены причины недостаточно эффективной работы франчайзи (например, за счет его дополнительного обучения, или более жесткого контроля со стороны франчайзера, или же путем большего объема консультационной и маркетинговой поддержки). Если устранение причин неэффективности представляется достаточно вероятным, то франчайзеру следует продлить договор – возможно, на неполный срок. Если же устранить причины неэффективности невозможно, то продление договора нецелесообразно. Франчайзер в этом случае имеет два ва-

рианта поведения:

- ◆ Поиск нового франчайзи (если рыночная конъюнктура благоприятствует ведению бизнеса франчайзинговой сети, а качество торговой точки предыдущего франчайзи существенного значения для франчайзера не имело);

- ◆ Выкуп бизнеса франчайзи и ведение коммерческой деятельности в данной торговой точке силами самого франчайзера. Этот вариант оправдан, если качество торговой точки высоко. Разумеется, при реализации этого варианта франчайзер не должен оказывать давления на франчайзи с целью отобрать его бизнес. Если франчайзи не готов переуступить права на торговую точку, то франчайзеру придется искать нового франчайзи.

Наконец, если низкую оценку получили как контролируемые, так и неконтролируемые факторы, то франчайзеру необходимо принять решение не только о продлении договора с франчайзи (это решение очевидно – продление договора нецелесообразно), но и о том, следует ли продолжать вести бизнес под своей торговой маркой в соответствующем регионе. Если негативное действие неконтролируемых факторов было связано с неудачным расположением торговой точки и/или с несоответствием политики франшизы предпочтениям локальных потребителей, то франчайзер может попробовать найти нового франчайзи с более удобной торговой точкой и/или несколько адаптировать политику бренда к местным условиям. В противном случае продолжение ведения бизнеса на данном рынке нецелесообразно, и франчайзеру следует уйти с него.

Важно помнить, что франчайзер должен непрерывно корректировать и пересматривать все элементы, связанные с развитием франчайзинговой сети. Те факторы, которые ранее способствовали ее расширению и привлекательности в глазах потребителей, могут привести к ухудшению ее имиджа в будущем из-за изменения предпочтений клиентов. Иными словами, франчайзер должен добросовестно ответить на вопрос, не связаны ли провалы отдельных франчайзи не с их неэффективной деятельностью, а с неправильной политикой бренда.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котляров И. Д. Принятие решения о приобретении франшизы: вероятностный подход // Труды Института системного анализа Российской академии наук. – 2011. – Т. 61. – № 3. – С. 84–91.
2. Наркевич Е. Г. Формализация алгоритма отбора потенциальных франчайзи // Экономика и экологический менеджмент (электронный научный журнал). – 2012. – № 2. – С. 346–349. Доступно онлайн по адресу: <http://economics.open-mechanics.com/articles/630.pdf>. Проверено 01.12.2012.
3. Наркевич Е. Г. Критерии отбора франчайзи // В мире научных открытий. – 2013. – № 4. – С. 48–65.
4. Наркевич Е. Г. Алгоритм внедрения франчайзинга франчайзером // Экономика и экологический менеджмент (электронный научный журнал). – 2013. – № 2. Доступно онлайн по адресу: http://economics.ihbt.ifmo.ru/ru/article/670/algorithm_vnedreniya_franchayzinga_franchayzerom.htm. Проверено 02.12.2013.
5. Наркевич Е. Г. Значение франчайзинга для сферы услуг // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия "Экономика и право". – 2012. – №7 С. 57–59
6. Наркевич Е. Г. Шкалы оценки франчайзи // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия "Экономика и право". – 2013. – №7–8 С. 73–75

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РЕКЛАМЫ СУБЪЕКТОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

THE PURPOSE AND TASKS OF ADVERTISING IN TOURISM

I. Perishko

Annotation

Aspects of advertising on tourist services in the tourism activity are discussed in the article. The essence of the advertising and its tasks in the tourism industry are revealed. The purpose of advertising which is followed up the strategy of development of the tourism business and its marketing policy is justified.

Keywords: advertising, travel services, tourism industry, tourism enterprises, marketing.

Перишко Ирина Владимировна

*Соискатель, Дрогобычский
государственный педагогический
университет им. Ивана Франко*

Аннотация

В статье рассматриваются аспекты размещения рекламы о туристических услугах в системе туристической деятельности. Раскрыта сущность рекламной пропаганды и ее задачи в туристической отрасли. Обосновывается цель рекламы, которая вытекает из стратегии развития туристического предприятия, его маркетинговой политики.

Ключевые слова:

Реклама, туристические услуги, туристическая отрасль, туристическое предприятие, маркетинг.

Субъект туристической деятельности должен разместить на видном месте информацию о тарифах и условиях обслуживания им туристов, рекламные, информационные, справочные материалы (справочники гостиниц, других средств размещения, предприятий питания, расписания движения и тарифы на перевозку различными видами транспорта и др.), в соответствии с лицензионными условиями осуществления хозяйственной деятельности по организации иностранного, внутреннего, зарубежного туризма, экскурсионной деятельности.

Основанием для размещения в рекламных объявлениях информации относительно субъекта туристической деятельности, его возможностей в предоставлении туристических услуг является наличие у него лицензии на осуществление туристической деятельности, а также заключенных договоров с партнерами по организации таких услуг.

Аспектам рекламы посвящено научно – методические работы авторов: Алешина И. [1], Амблер Т. [2], Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. [4], Бландел Г. [5], Дайновский Ю.А. [7], Дейян А. [8], Денисон Д., Тоби Л. [9], Картер Г. [10], Королько В.Г. [11], Котлер Ф. [12], Вачевский М.В., [6], Мокшанцев Р.И. [13], Примак Т.А. [14], Ромат Е.В. [15], Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти Сю. [18], Чармэссон Г. [19].

Реклама занимает особое место в системе туристической деятельности. Часто ее выделяют в самостоя-

тельное направление, однако, как показывает мировая практика, наибольшей эффективности реклама приобретает только в комплексе маркетинга.

Реклама – это любая платная форма неличных предложений товаров и услуг от имени определенного спонсора, с целью повлиять определенным образом на аудиторию потребителей. С помощью рекламы формируется определенное представление покупателя об особенностях товара или услуги.

Цель рекламы в туристической деятельности – привлечь внимание, вызвать интерес к туристическим походам, передать потребителю информацию и заставить его действовать определенным образом. Выработать туристический продукт еще недостаточно, важно, чтобы он нашел своего потребителя, клиента туристических походов, отдыха, ознакомления с историей и культурой этого региона, в котором не проживает или не был потребитель рекламной информации.

Как утверждает Вачевский М.В. [6, 350], каким бы хорошим не был товар, объем его продаж во многом зависит от привлекательности его образа, а также от осуществления мероприятий по стимулированию сбыта, а именно от рекламы, пропаганды, собственно продажи.

Реклама – целенаправленное информационное воздействие на потребителя, которое происходит через посредников по распространению информации о товаре и

его свойствах на рынках сбыта.

Разрабатывая программу рекламной деятельности для туристической отрасли (поездки, размещение, питание и развлечения), необходимо выяснить вид и цели рекламы, определить идеи обращения, т.е. определить основные мотивы (рациональные, чувственные), на которые следует действовать рекламой на клиентов туристического предприятия.

Для рекламы в туризме, прежде всего, необходимо выбрать вариант обращения. Существует три варианта: на основе желательности, исключительности, правдивости.

Рекламное обращение в области туризма, должно сообщать нечто важное и интересное для потребителя, что-то исключительное, особенное, чего нет в других товарах. Обращение в рекламе должно быть правдивым, доказательным и произнесенным доступно, вовремя, чтобы привлечь внимание покупателя и заинтересовать его товаром или услугой.

Задачи рекламы могут быть разными: доведение информации до потребителей, расширение представлений потребителей о товаре, создание хорошего мнения в процессе рекламирования и цены, условия продажи, использования и т.п.

Таким образом, реклама в туристической отрасли доводит информацию, является хорошим средством коммуникации между производителем и потребителем, способствует стимулированию продажи и носит в себе пропагандистскую деятельность.

Реклама, как общественное явление, имеет давнюю историю. Она тесно связана с экономической жизнью общества в целом, торговли и промышленности, перемещением населения с одних регионов в другие для расширения знаний, отдыха, походов.

Генеалогическое дерево туристической рекламы уходит своими корнями к первым шагам организации человеческого общества. Реклама – это конструктивная оценка, стимул для развития, который позволяет идти в ногу с сегодняшними потребностями и настроениями. Но какой бы ни была реклама в области туризма, нельзя забывать, что она не существует сама по себе. Реклама всего лишь инструмент туристического рынка. Она выступает как средство связи между производителем и потребителем туристических услуг. Без рекламы производитель не может осуществлять обмен "туристический продукт – деньги". Реклама дает потенциальному покупателю аргументы в пользу туристического товара или услуги. Для этого она говорит о проблемах потенциального покупателя, рассматривая туристический продукт его

глазами. В условиях рынка и жесткой конкуренции реклама не только сообщает покупателю о потребительских качествах туристического продукта и надлежащие услуги, которые желает клиент получить, но и пытается изменить поведение человека, привлечь ее к решению о покупке именно этого туристического продукта. Реклама – это своеобразное орудие конкуренции .

Следует отметить, что реклама, как и другие науки, имеет свою историю развития, как отмечает А. Старостина в работе [16, 137]. Туристическое предприятие заранее готовит текст рекламы, формулирует ее задачи, содержание, аргументацию и т.д. Все это может выполняться в разных вариантах, а именно:

- ◆ зарисовки с натуры; необходимо представить одного или нескольких персонажей, использующих товар или услугу в привычной обстановке;
- ◆ акцентирование образа жизни; надо сделать упор на том, что туристический продукт вписывается в определенный образ жизни;
- ◆ создание фантазийной обстановки; ситуация, при которой сам туристический продукт на рекламном изображении может отсутствовать;
- ◆ формирование настроения или образа; вокруг туристических услуг имитируется соответствующее настроение или образ (красоты, любви, безмятежности, при этом не делают никакие дополнительные положительные пассажи в пользу этого туристического продукта);
- ◆ создание специального мюзикла; солист либо группа лиц выполняют специально написанную песню о туристических товарах и услугах;
- ◆ использование символического персонажа, олицетворяющего собой товар (мифический герой, реальный человек, животное и т.п.);
- ◆ подчеркивание технического и профессионального уровня; демонстрируется технический и профессиональный опыт туристического предприятия в производстве конкретного товара и предоставления клиентам услуг;
- ◆ привлечение данных научного характера; приводятся следующие данные о преимуществах туристических услуг, его большую эффективность по сравнению с другими;
- ◆ использование информации об изобретении, товарных знаков; популяризируются товары, имеющие более высокий технический уровень по сравнению с лучшими мировыми аналогами.

В настоящее время большинство предприятий туристической отрасли (туристические операторы, гостиницы, сфера питания, производители товаров и услуг), свою деятельность связывают с рекламой, доведение информации до потребителя.

Реклама в туризме опирается на источники информации, должна вызывать полное доверие к рекламируемому товару, а также стимулировать одобрительные отзывы о нем. Этим возвышается авторитет туристического предприятия, его работников.

Слова, используемые в рекламе туристической деятельности, должны легко запоминаться, привлекать к себе внимание. При размещении объявлений надо исходить из умеренных его размеров, продумать иллюстративную часть, чтобы усилить действие рекламы. Следующая задача рекламодателя – выбрать средства для размещения своего рекламного обращения. Этот выбор состоит из следующих этапов:

- ◆ принятие решения о широте объявления рекламы;
- ◆ уточнение способов распространения рекламы;
- ◆ определение частоты объявлений рекламы.

Существует много средств рекламы, которые можно сгруппировать следующим образом: акустические, графические, экранные, а также средства декоративной, предметной рекламы и другие средства.

Туристическое предприятие при выборе средства рекламы должно учитывать все положительные и отрицательные последствия.

О своих достижениях, характеристику проведения туров и его свойства в регионе, предприятия могут размещать рекламу в научно-популярных журналах, периодических отраслевых изданиях, выпускать специальные прайс-листы с контактами, адреса, телефоны руководителя, бухгалтера, факс, компьютерной сети, фотографии интересных туристических объектов.

Реклама имеет цель не только зародить у потребителя мнение о необходимости в какой-то туристической услуге, но и вызвать желание прибегать к услугам банков для получения кредитов, создавать свои собственные предприятия, предприниматели находят новые пути деятельности, у людей формируются новые чувства, прагматическое поведение, возбуждается интерес к активным действиям.

Маркетологи туристических предприятий должны знать, что дезинформация, которая иногда поступает в рекламу, наносит значительный ущерб, отвлекает людей,

у них складывается критическая мысль о репутации туристического предприятия и его товар.

В рыночной экономике без рекламы туристическое предприятие не может должным образом формировать рынок своих туристических продуктов и услуг, превращать потенциально существующие потребности на спрос. Круг туристических продуктов, услуг, идей постоянно расширяется, что побуждает покупателя обращаться за советом к специалистам, а реклама является тем средством, которое побуждает потенциального покупателя делать свой выбор туристического продукта, который предлагается средствами информации. Цель рекламы вытекает из стратегии развития туристического предприятия, его маркетинговой политики, на основные аспекты которой направлена реклама. Одновременно оцениваются расходы предприятия на рекламу и ожидаемые доходы от нее, анализируются результаты рекламной продажи.

Реклама помогает туристическим предприятиям осваивать новые рынки сбыта, расширять объемы продаж, увеличивать доходы и обеспечивать надлежащую оплату труда персонала и благоприятный морально-психологический климат в коллективе. Большое значение рекламы и в установлении обратной связи туристической фирмы с рынком. Это позволяет контролировать продвижение туристических услуг, вносить коррективы в деятельность сбыта, создавать и закреплять у потребителей устойчивую систему предпочтений к определенным туристическим продуктам.

Разработка рекламной программы включает соответствующие этапы: определение целей; постановка задач, выбор рекламной стратегии; принятия решения о рекламных обращениях в средствах информации; донесение информации до потребителя, оценка эффективности рекламы.

Средства рекламы могут быть самыми разнообразными. Как показал опыт, наиболее эффективными оказались следующие: пресса, телевидение, радио, видеоролики, почтовые отправления, наружная реклама, сувенирная реклама.

Итак, для предприятий туристической отрасли насущной является проблема формирования стратегии управления маркетинговыми коммуникациями, которая должна предусматривать органическое сочетание всех средств и методов маркетинговых коммуникаций. Иначе говоря, стратегия маркетинговых коммуникаций должна разрабатываться на основе концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Подготовкой и реализацией рекламы на малых туристических предприятиях занимается один сотрудник, который может работать в отделе реализации туристичес-

ких продуктов или маркетинга. Большинство туристических предприятий теперь пользуются услугами агентов рекламных фирм, которые приобрели значительный опыт выполнения самых заказов, имеют соответствующих специалистов, обладающих необходимыми техническими средствами. Рекламные агентства (фирмы) готовят тексты рекламы, размещают ее, договариваются о повторяемости рекламы.

Итак, отметим, что маркетинг и реклама – это два понятия, которые неотделимы друг от друга, хотя реклама и возникла задолго до маркетинга.

Маркетинг туризма включает рекламные мероприятия, которые должны ориентироваться на стратегические цели маркетингового планирования. Взаимосвязь всех звеньев туристического маркетинга – это основа единой стратегии и тактики рекламной деятельности в системе маркетинга туристической деятельности. При разработке и осуществлении плана рекламной кампании необходимо, прежде всего, согласовать его цели и принципы с общим маркетинговым планом туристического

предприятия.

Маркетинг предполагает не только решение относительно пассивной задачи детального и тщательного изучения потребностей конечных потребителей туристических услуг, но и активной задачи по формированию и стимулированию спроса на туристические продукты в целях увеличения продаж, повышения эффективности и прибыльности туристической предпринимательской деятельности. Конечно, осуществить полное управление процессом воздействия на потребителя со стороны туристического предприятия невозможно, однако потребителям необходимо предоставить информацию с тем, чтобы убедить их в преимуществах туристических услуг и, рассеять недоверие, сформировать и активизировать спрос на туристические продукты и услуги.

Реклама способствует реализации туристических продуктов, процесса преобразования туристического продукта в деньги, способствует ускоренному и успешному завершению процесса сбыта туристических продуктов, оборота средств, т.е. процесса воспроизводства на уровне туристического предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алешина И. В. Public relations for managers and marketers / И. Алешина; Ассоц. авт. и изд. "Тандем". М. Изд-во ООО "Гном-пресс". – 255 с.
2. Амблер Т. Практический маркетинг. Пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 1999. – 400 с.
3. Багиев, Г.Л. Международный маркетинг / Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, С.Н. Никифорова. СПб, 2001.
4. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. СПб: Питер, 2001.
5. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Принципы и практика в эпоху информации. Серия: Теория и практика менеджмента. Питер, 2000 г.
6. Вачевський М.В. Маркетинг формування професійної компетенції. Підручник. – К.: Професіонал, 2005. – 512 с.
7. Дайновский Ю. А. 505 приемов бизнеса: маркетинг, менеджмент, реклама, торговля, производство, налоги, стимулирование труда / Ю. А. Дайновский. – Киев: А.С.К., 1998. – 269 с.
8. Дейян А. Реклама: Пер. с фр. / Общ. ред. В.С. Загашвили. – М.: Прогресс – Универс., 1993.
9. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. Мн.: СЛК, 1996. – 117 с.
10. Картер Г. Эффективная реклама. Путеводитель для мелких предприятий. Перевод с английского В. Б. Боброва. – Москва: Прогресс, 1991. – 156 с.
11. Королько В.Г. Основы публич рилейшенз. –М: "Рефл-бук", К.: "Ваклер", 2000.
12. Котлер Ф. Основы маркетинга. Перевод с английского В.Б.Боброва. Общая редакция и вступительная статья Е.М.Пеньковой. Москва. Издательство "Прогресс". 1991.
13. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. Издательство: Инфра-М, 2009. – 232 с.
14. Примак Т. О. Маркетинг: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2004. – 228 с.
15. Ромат Е. В. Реклама. Учебник для вузов. – Харьков: Студцентр, 2000. – 480 с.
16. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. – К.: ТОВ "Лазарит-Поліграф", 2012 – 480 с.
17. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия. Издательский дом "Питер", 2010. – 317 с.
18. Уэллс У., Бернет Д., Мориарти С. Реклама: принципы и практика: [Учеб.]: Пер. с англ. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб.: Питер, 2001. – 797 с.
19. Чармэссон Г. Торговая марка как создать имя, которое принесет миллионы. Перевод: Корпан Л. Издательство: "Питер", 1999. – 222 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР ПРЕДПРИЯТИЯ

THE CONCEPTUAL APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONAL STRUCTURES OF THE ENTERPRISE

*N. Rodinova
V. Ostroukhov*

Annotation

Proposed conceptual approaches to the formation of organizational structures of the enterprise on the basis of integration of the objectives of the overall company and its subdivisions, and the development of the most optimal conditions for the development of the enterprise personnel.

Keywords: organizational structure, the evaluation of activities, management.

Родинова Надежда Петровна

*Д.э.н., профессор, ФГБОУ ВПО "МГУТУ
им. К.Г. Разумовского" (ИТЛП)*

г. Москва

Остроухов Владимир Михайлович

*К.э.н., доцент, ФГБОУ ВПО "МГУТУ
им. К.Г. Разумовского" (ИТЛП)*

г. Москва

Аннотация

Предложены концептуальные подходы и к формированию организационных структур предприятия на основе взаимоувязки целей деятельности предприятия в целом и его подразделений, и формирования наиболее оптимальных условий для развития персонала предприятия.

Ключевые слова:

Организационная структура, оценка деятельности, управление.

С точки зрения управления на предприятии можно выделить две организационные подсистемы:

- 1) подсистема перерабатывающая ресурсы в готовую продукцию, товары и услуги и
- 2) подсистема обеспечивающая функции координации взаимодействия всех подразделений предприятия. Как и любая подсистема, она имеет свою структуру, которая должна обеспечивать условия эффективной деятельности предприятия.

Вместе с тем эта подсистема не только дает управленческие команды, но и проводит тщательный анализ "откликов" на них, поступающих от управляемых подразделений, на основе которых менеджмент в свою очередь должен своевременно приводить структуру в соответствие с изменившимися условиями, что является одной из важнейших задач управления.

Отметим, что изменение организационной структуры управления может также оказывать существенное влияние на определяющую стратегию предприятия, поскольку они по своей концептуальной сути взаимодетерминированы. Отсюда организационная структура предприятия не может рассматриваться как застывший набор органов, соответствующих каждой специализированной функции управления. В основе её концепции должна быть заложена способность к постоянной трансформации с соответствующим "запасом прочности" обеспечиваю-

щим функционирование предприятия в динамично изменяющейся нестабильной среде.

Возникает вопрос, как решить эту сложную многоаспектную задачу?

Если суммировать требования, которым должна соответствовать такая организационная структура, то их можно представить в следующих пунктах:

- 1) обеспечить бесперебойную, слаженную работу всех составных частей фирмы, четкое выполнение ее функций;
- 2) обладать необходимой гибкостью и маневренностью, чтобы быстро реагировать на изменения экономической конъюнктуры и других внешних условий;
- 3) избегать социальных конфликтов, осуществлять управление фирмой с учетом интересов трудового коллектива, на основе принципов "социального партнерства";
- 4) не допускать излишеств в численности управленческого аппарата и в расходах на его содержание, так как эти расходы увеличивают хозяйственные издержки;
- 5) обеспечить высокие конечные результаты, получение необходимой прибыли при своевременном выполне-

нии всех обязательств перед поставщиками и покупателями, бюджетом и банками [3,4].

Прежде всего, организационная структура управления определяет способ соединения задач рабочего места и процесса труда для достижения определенной цели. Она фиксирует моментальное состояние отношений управления и носит преимущественно статический характер [1]. В связи с этим необходимо тщательно проработать саму концепцию организационной структуры, а также провести как можно более точную квалификацию и аттестацию рабочих мест для осознания сотрудниками целей деятельности предприятия и достижения соответствия организационной структуры целям его деятельности. Сущностное содержание каждого рабочего места и деловые и творческие качества сотрудников занимающих эти места должны максимально совпадать, а взаимосвязи как между сотрудниками одного, так и различных иерархических уровней должны обеспечивать стимулирование их творческой активности.

Область задач руководителя и сотрудников нужно ясно разграничить, определить едиными критериями. Каждый обязан осознать связанные с этим свои полномочия и ответственность.

Четко сформулированные отношения подчинения между сотрудниками уменьшают трения между ними. Каждый сотрудник должен постоянно иметь не больше одного непосредственного руководителя.

Необходимо обеспечить постоянный мониторинг состояния эффективности организационной структуры должен быть постоянным для чего нужна эффективная система мотивации сотрудников.

Сфера контроля руководителя не должна быть чрезмерно большой, чтобы в любое время обеспечить руководителю возможность ориентироваться в обстановке, что позволит поддерживать личные контакты между сотрудниками и непосредственными руководителями и принимать эффективные управленческие решения [2].

Следует обратить внимание на вопрос делегирования ответственности его сотрудникам, то есть нужно определить границы их личной ответственности. Необходимо решить, не будут ли во многих случаях сотрудники лучше выполнять ту работу, которую в настоящее время выполняет сам руководитель, что не дает ему возможности заниматься более важными задачами. Поэтому самое серьезное внимание в организации должно быть уделено подготовке и постоянному квалификационному тренингу персонала.

Следует предложить, в части практической необходимости, руководителям передавать своим сотрудникам большой объем ответственности и полномочий, отражая

это в квалификационных характеристиках рабочих мест. Руководителю следует дать сотрудникам права, необходимые и достаточные для выполнения работы. Права и отношения подчинения нужно разграничивать так, чтобы всем это было известно и понятно, а область задач была обозрима, то есть обеспечивала бы руководителю возможность контроля происходящих процессов. При этом ответственность и компетенция должны соответствовать друг другу. Предпринимателям стоит интенсивнее стараться использовать сотрудников в соответствии с их образованием и опытом, стремясь тем самым приблизиться к достижению цели – "нужный человек на нужном месте".

Структурная схема организационной структуры предприятия должна обеспечивать возможность её постоянного совершенствования, в том числе обеспечивать возможность быстрого изменения, например, в связи с изменением бизнес – модели, или бизнес – процессов предприятия.

Необходимо обеспечить решение такой проблемы как преодоление систематических ошибок, что позволяет принимать качественные управленческие решения и, следовательно, существенно повысить конкурентоспособность предприятий. В связи с этим менеджеры должны владеть достаточным объемом информации, в том числе по различным иерархическим уровням. При этом в менеджменте должна быть создана такая среда, при которой возможен свободный обмен мнениями между управленческим персоналом предприятия.

Концептуально организационная структура должна обеспечить реализацию так называемого командного принципа работы, при котором достигается наиболее полный эффект согласования целей деятельности предприятия в целом и отдельных его подразделений, а также создаются наиболее оптимальные условия для развития персонала предприятия, поскольку командная работа является важным фактором, обеспечивающим конкурентные преимущества. Основу данной оргструктуры составляют межфункциональные команды менеджеров, что позволяет формировать необходимые связи между участниками и позволит, в свою очередь, обеспечить так называемый синергетический эффект.

Использование в качестве основы командного стиля работы обеспечивает формирование системы эффективного контроля за всеми процессами, протекающими на предприятии, так как вопросы обеспечения качества будут занимать одно из важнейших мест в деятельности предприятия.

Обеспечивается снижение рисков при принятии решений, так как командная работа способствует постоянному тренингу персонала, преодолевает его сопротивление изменениям и является, таким образом, средством

решения многих проблем менеджмента.

Однако, как бы ни была привлекательна работа в команде, на определённом её этапе или этапах возникнет необходимость индивидуальной оценки вклада каждого сотрудника, исходя из его объективных индивидуальных психологических особенностей.

В связи с этим обязательно встанет вопрос о разработке индивидуальных систем оценки деятельности каждого сотрудника в отдельности. Мы считаем, что такая система могла бы базироваться на сочетании ряда комплексных показателей, учитывающих все аспекты деятельности сотрудника. При этом в качестве основополагающего принципа оценки должен быть выбран принцип не достижения определённых показателей, а их превышения, например по сравнению с ранее достигнутыми величинами. А наиболее оптимальной, по нашему мне-

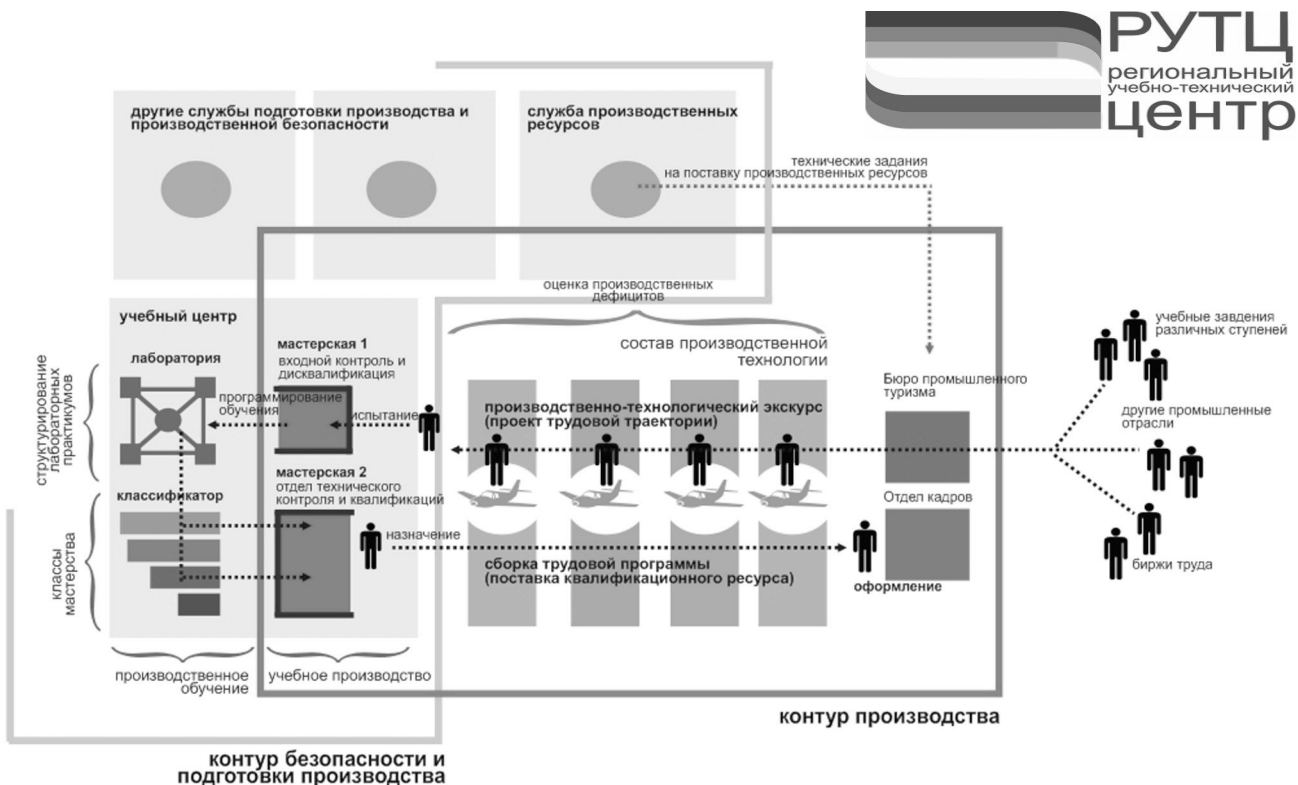
нию должна быть система мотивации, основанная на эффективном сочетании оценок как командной и индивидуальной работы, что позволит разрешить, отмеченный выше недостаток.

Всё вышесказанное имеет в современных экономических условиях весьма актуальное значение, поскольку эффективность работы персонала один из ключевых факторов, обеспечивающих рост производительности труда. Причём по разным оценкам на отечественных предприятиях необходимо обеспечить её многократный рост. Для этих целей нужно не просто высокотехнологичное оборудование, а в первую очередь, новая модель организации производства. Низкая производительность труда ведёт к тому, что совокупные потери с учётом численности персонала на предприятиях выливаются в колоссальные суммы, которые тем выше, чем размер выплачиваемой заработной платы в организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карякин А. М. Командная работа: основы теории и практики. – Ивановский государственный энергетический университет. – Иваново, 2003.
2. Син Ю. Развитие бизнес-корпораций методами организационного проектирования <http://www.cfin.ru>
3. Типовые организационные структуры предприятий// http://www.cfin.ru/management/iso9000/iso9000_orgchart.shtml
4. <http://www.center-yf.ru/data/ip/Organizacionnaya-struktura.php>

© Н.П. Родинова, В.М. Остроухов, (ekonburchuch@gmail.com), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



АЛГОРИТМ ОРГАНИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА АУТСОРСЕРА С ЗАКАЗЧИКОМ

AN ALGORITHM OF COOPERATION BETWEEN OUTSOURCER AND CUSTOMER

A. Samsonova

Annotation

The paper contains recommendations for organization of cooperation between outsourcer and customer.

Keywords: cooperation, outsourcer, customer.

Самсонова Алена Сергеевна

Аспирант

*Санкт-Петербургского института
гуманитарного образования*

Аннотация

Статья содержит обзор основных этапов организации сотрудничества аутсорсера с заказчиком.

Ключевые слова:

Сотрудничество, аутсорсер, заказчик.

Характерной проблемой современного подхода к исследованию аутсорсинга является то, что он изучается практически исключительно с точки зрения заказчика. Существует большое количество публикаций по проблемам отбора аутсорсера [12, 22, 25], по оценке рисков, связанных с сотрудничеством с аутсорсером, и управлению ими [2, 4, 11, 17, 18, 21, 26], по оценке эффективности аутсорсинга для заказчика [10, 15, 20], по алгоритмам внедрения аутсорсинга на предприятии-заказчике [5], по организации взаимодействия заказчика с аутсорсером [3, 13, 14, 24] и т. д., при этом соответствующие аспекты деятельности аутсорсера остаются практически без внимания (в качестве исключений можно назвать работы [1, 19]). Интересно отметить, что такое положение дел типично не только для России, и, шире, постсоветского пространства (где аутсорсинг является сравнительно новой формой межфирменного сотрудничества [16]), но и для других стран, в которых основное внимание также уделяется, по сути дела, защите интересов заказчика, тогда как публикации, посвященные проблемам обеспечения интересов аутсорсера, крайне малочисленны [27].

В последнее время положение стало несколько исправляться. Появились публикации по алгоритму отбора аутсорсером потенциальных заказчиков и оценке экономического эффекта от сотрудничества с ними [9], по потенциальным стратегиям аутсорсера [7, 23] и по механизму согласования интересов аутсорсера и заказчика при установлении цены за выполнение переданного на аутсорсинг бизнес-процесса [6, 8]. Однако ряд вопросов по организации деятельности аутсорсера пока остается нерешенным. В предлагаемой статье мы хотели бы рассмотреть возможную последовательность этапов организации взаимодействия аутсорсера с потенциальным заказчиком.

Эта последовательность, на наш взгляд, носит следу-

ющий вид:

1. Установление первичных контактов с заказчиком;
2. Формирование у заказчика представления о себе как о наиболее подходящем исполнителе;
3. Подготовка наиболее привлекательного для заказчика предложения;
4. Окончательное согласование параметров контракта;
5. Выполнение аутсорсером взятых на себя перед заказчиком обязательств;
6. Оценка качества сотрудничества с заказчиком.

Отметим, что от сервисного провайдера, каковым является аутсорсер, требуется хорошее знание рынка заказчиков. Если на рынке бытовых услуг сервисный оператор работает обезличенно, продвигая свои услуги среди всей целевой аудитории, и обслуживает непрерывный поток заказов от разных клиентов, то в сфере b2b-обслуживания ситуация имеет принципиально иной характер. Провайдер работает адресно, с небольшим числом крупных заказчиков. Аналогично, продвигает свои услуги он также не обезличенно путем рекламы (хотя этот инструмент маркетинговых коммуникаций тоже используется), а при помощи личного взаимодействия с перспективными клиентами. На этом рынке ключевую роль играют личные продажи, причем в качестве продавцов выступают высокопоставленные сотрудники сервисного провайдера. Это связано с тем, что контракты на техническое обслуживание имеют большое значение для заказчика, а их суммы достаточно велики, и решение об их заключении принимаются первыми лицами фирмы-заказчика. Соответственно, вести переговоры о заключении таких контрактов также должны первые лица фирмы-оператора.

В b2b-маркетинге речь идет уже не просто о выборе целевой аудитории, но о выборе целевых клиентов. Не

следует пытаться гнаться за всеми потенциальными заказчиками, это приведет только к излишнему распылению ресурсов на подготовку к тендерам [19]. Провайдер должен четко представлять себе профиль тех клиентов, на объявленных которыми тендерах он, скорее всего, сумеет победить, и которые способны генерировать значительный денежный поток в долгосрочной перспективе (этот критерий может дополняться, и отчасти замещаться имиджевой значимостью заказчика – т. е. важностью заказчика для формирования репутации оператора). Остальные клиенты должны отсекаются.

Кроме того, провайдер должен хорошо знать своих конкурентов и быть способным формировать более привлекательные для своих клиентов предложения. Это требование во многом связано с предыдущими: подготовка оптимального предложения немислима как без знания конкурентов, так и без знания клиентов.

Первому этапу соответствует установление первичных контактов между потенциальным заказчиком и потенциальным исполнителем. Задача провайдера на этом этапе состоит в выявлении запросов заказчика, определении желаемого вида обслуживания и ценовых предпочтений. Провайдер должен проинформировать заказчика о технических и экономических преимуществах передачи обслуживания внешнему оператору. Для этого, разумеется, провайдер должен сам четко знать эти преимущества и уметь их представить не только в вербальной, но и количественной форме. Цель маркетинговой деятельности провайдера на этом этапе заключается в формировании у заказчика готовности передать техническое обслуживание своего оборудования внешнему провайдеру.

Может возникнуть ситуация, когда заказчик, уже сотрудничающий с внешним провайдером услуг технического сервиса, желает сменить партнера. В этом случае необходимо выявить причины недовольства заказчика, установить, могут ли они возникнуть при сотрудничестве с данным провайдером, и если ответ будет отрицательным – начать формировать у заказчика представление о себе как о предпочтительном подрядчике.

На втором этапе провайдер должен создать у заказчика представление о себе как о предпочтительном операторе путем формирования своего образа как компетентного и эффективного исполнителя. Это достигается за счет длительных контактов с руководством заказчика и установлении личных отношений, а также при помощи предварительного сотрудничества с заказчиком (пробное обслуживание оборудования, консультации по методам его оптимального использования, содействие в выборе при покупке нового оборудования и т. д.). Это предварительное сотрудничество может осуществляться как на коммерческой, так и на безвозмездной основе. Оно имеет исключительно большое значение, так как приучает заказчика к определенным стандартам деятельности. В конечном счете это приведет к тому, что заказчик при разработке критериев отбора подрядчиков и при подготовке примерного контракта будет вольно или невольно ориентироваться на специфику данного провайдера.

Укажем, что результатом реализации этих двух этапов может быть отказ провайдера от дальнейшего сотрудни-

чества с заказчиком. Таким образом, эти этапы служат как для формирования первичных контактов, так и для окончательного отсева нежелательных заказчиков.

На третьем этапе провайдер, уже будучи хорошо знакомым с требованиями заказчика и установив с его представителями рабочие и личные контакты, должен подготовить наиболее привлекательное для него предложение. Легче всего этого добиться, если тендер будет объявлен "под данного аутсорсера". Во избежание двусмысленности уточним, что речь не идет о коррупционной составляющей или иных формах недобросовестного взаимодействия между заказчиком и исполнителем. Напротив, повторим, что в том случае, если заказчик удовлетворен общением с провайдером на более ранних этапах, то он будет ориентироваться на его специфику. И именно это провайдер должен обеспечить. С другой стороны, на основе уже полученной информации о сущности запросов заказчика, провайдеру существенно проще адаптировать свое предложение под его специфику, чем потенциальным конкурентам.

Подрядчику желательно хорошо знать критерии, на основе которых заказчик будет принимать решение о выборе оператора. В большинстве случаев решение принимается на основе интегрального показателя эффективности заказчика, однако входящие в него частные критерии и методика их свертки могут существенно различаться [12, 22, 25]. Получение информации об этих аспектах важно для подготовки наиболее привлекательного предложения.

На четвертом этапе подрядчику необходимо окончательно согласовать параметры контракта, чтобы защитить свои интересы (в частности, от досрочного расторжения).

Задачи пятого этапа состоят в максимально добросовестном исполнении подрядчиком взятых на себя обязательств и в своевременном устранении всех претензий заказчика. По сути дела, подрядчик должен окончательно закрепить в глазах заказчика свой образ как наиболее предпочтительного партнера, и обеспечить себе продление контракта.

На шестом этапе аутсорсер должен оценить качество сотрудничества с данным заказчиком. По сути дела, этот этап разбивается на стадии текущей и итоговой оценки. При текущей оценке аутсорсер проводит регулярный мониторинг добросовестности выполнения заказчиком своих обязательств, и, в случае необходимости, добивается от заказчика устранения допущенных недочетов. Под недочетами могут пониматься как срывы заказчиком финансовых условий контракта, так и невыполнение им технических рекомендаций провайдера (поскольку это влечет за собой невозможность для провайдера выполнить уже свои собственные обязательства перед заказчиком). Если заказчик не может или не считает нужным исправлять соответствующие недочеты, целесообразно рассмотреть возможность изменения условий контракта или его прекращения.

Финальная оценка производится при окончании срока действия контракта. На ее основе аутсорсер принимает решение о возможности дальнейшего сотрудничества

с данным заказчиком (в том случае, если последний про-должает нуждаться в услугах внешнего провайдера для выполнения соответствующего бизнес-процесса), а так-же выявляет собственные недоработки с целью их после-дующего устранения.

Выполненный нами анализ наглядно показывает, что

получение заказа на предоставление услуг технического сервиса представляет собой длительный и трудоемкий процесс, требующий от исполнителя высокого професси-онализма и готовность инвестировать. Если эти условия не выполняются, маркетинговая деятельность подрядчи-ка вряд ли будет успешной.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горяинов А. Н., Галкин А. С. Алгоритм выбора клиента перевозчиком // Коммунальное хозяйство городов. – 2008. – С. 337–344. Доступно онлайн по адресу: <http://eprints.kname.edu.ua/5730/>. Проверено 03.05.2013.
2. Дідух О. В. Управління ризиками аутсорсингу на основі розроблення механізму розподілу сподіваних втрат між підприємством–замовником і аутсорсером // Бізнес Інформ. – 2013. – № 10. – С. 379–383.
3. Долбина С. А. Алгоритм управления отношениями с аутсорсерами // Российское предпринимательство. – 2010. – № 12–2. – С. 60–66.
4. Железко О. Е. Методические подходы к оценке рисков в аутсорсинге // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2009. – № 3. – С. 111–115.
5. Котляров И. Д. Аутсорсинг: уточненная классификация и описание этапов внедрения // Экономика и предпринимательство. – 2013. – Т. 7. – № 1. – С. 347–351.
6. Котляров И. Д. Анализ механизма формирования цены на услуги аутсорсера // Организатор производства. – 2013. – № 3. – С. 73–77.
7. Котляров И. Д. Анализ возможных стратегий выхода фирмы на рынок аутсорсинга в качестве аутсорсера // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия: Экономика. – 2013. – № 2. – С. 142–151.
8. Котляров И. Д. Методологические проблемы определения цены на услуги аутсорсера // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2013. – № 11. – С. 21–24.
9. Котляров И. Д. Принятие аутсорсером решения о сотрудничестве с заказчиком на основе критерия ожидаемого экономического эффекта // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2013. – № 7. – С. 15–20.
10. Котляров И. Д. Проблемы оценки экономического эффекта аутсорсинга // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2013. – № 6. – С. 9–13.
11. Котляров И. Д. Оценка рисков сотрудничества с аутсорсером // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2012. № 11. – С. 34–37.
12. Котляров И. Д. Алгоритм отбора аутсорсеров по критерию способности обеспечить целевые значения показателей, описывающих передаваемый процесс // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2012. – № 10. – С. 50–54.
13. Курбанов А. Х. Алгоритм управления отношениями с аутсорсером // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – № 1. – С. 25–36.
14. Курбанов А. Х. Передача функций организации на удаленное администрирование // Экономика и экологический менеджмент (электронный научный журнал). – 2012. – № 2. – С. 241–246.
15. Курбанов А. Х. Методика оценки эффективности деятельности сторонних организаций, привлекаемых в рамках аутсорсинговых контрактов // Фундаментальные исследования. – 2012. – № 6–1. – С. 239–243.
16. Курбанов А. Х., Плотников В. А. Аутсорсинг в России: социальное содержание и экономические условия применения // Управленческое консультирование. – 2011. – № 3. – С. 123–131.
17. Марков Д. Аутсорсинг. Анализ рисков и причин неудач. Выбор надежного поставщика услуг // Век качества. – 2012. – № 1/2. – С. 67–70.
18. Марцынковский Д. А. Процессы аутсорсинга в СМК: степень управления, анализ рисков // Компетентность. – 2009. – № 4. – С. 40–47.
19. Напалкова А. Отбросить лишнее // Эксперт. – 2012. – № 38. Доступно онлайн по адресу: <http://expert.ru/expert/2012/38/otbrosit-lishnee/>. Проверено 08.04.2013.
20. Партин Г. О., Дідух О. В. Система показників оцінювання ефективності впровадження і реалізації аутсорсингових операцій // Економіка сьогодні: актуальні питання та перспективи. Збірник наукових праць. – 2012. – № 2. – С. 11–22.
21. Партин Г. О., Дідух О. В. Ризики аутсорсингу та їх оцінювання // Технологический аудит и резервы производства. – 2013. – № 3/2. – С. 45–48.
22. Руденко Е. Н., Кравец О. Я. Моделирование выбора поставщика Интернет-услуг на основе системы поддержки принятия решений // Экономика и менеджмент систем управления. – 2012. – Т. 4. – № 2. – С. 74–79.
23. Самсонова А. С. Организация маркетингового взаимодействия провайдера услуг технического сервиса с заказчиком // Экономика и экологический менеджмент (электронный научный журнал). – 2013. – № 2. Доступно онлайн по адресу: http://economics.ihbt.ifmo.ru/en/article/678/organizaciya_marketingovogo_vzaimodeystviya_provyadera_uslug_tehnicheskogo_servisa_s_zakazchikom.htm. Проверено 01.12.2013.
24. Самсонова А. С. Модели взаимодействия поставщика и потребителя услуг технического сервиса // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 5. – С. 410–412.
25. Самсонова А. С. Метод отбора провайдера услуг технического сервиса // Экономика и экологический менеджмент (электронный научный журнал). – 2012. – № 2. – С. 416–421. Доступно онлайн по адресу: <http://economics.open-mechanics.com/articles/639.pdf>. Проверено 01.12.2012.
26. Тагиев К. Ф. Технология обоснования альтернатив в системе риск-менеджмента // Экономические науки. – 2010. – № 5. – С. 116–120.
27. Han S. Seung, Lee Young, Ock Jong H. (2002). Corporate Risk Management for Global Contractors. In: KSCE Journal of Civil Engineering, Vol. 6, No 2, pp. 77–78.

О СООТНОШЕНИИ МЕСТНОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

ABOUT CORRELATION LOCAL AND MUNICIPAL ECONOMY

V. Silin

Annotation

The author analyzed maintenance of the actual conception of local and municipal economy. He demonstrated, that these conceptions are incorrect. More exact conceptions are formulated. They except every non-specification of sence of these elements of municipal governance. There is the definition of the local economy structure, including municipal economy.

Keywords: Municipal governance, local economy, municipal economy.

Силин Валерий Петрович

Д.э.н., профессор, Московский
государственный строительный университет,
каф. "Государственное и муниципальное
управление"

Аннотация

Проанализировано содержание действующих понятий местного и муниципального хозяйства. Показана их некорректность. Сформулированы более точные понятия, исключающие любую неопределенность их толкования. Определена структура местного хозяйства, включающего и муниципальное хозяйство.

Ключевые слова:

Муниципальное управление, местное хозяйство, муниципальное хозяйство.

Практика местного самоуправления в нашей стране постоянно сталкивается с до сих пор существующей неопределенностью понятий "местное" и "муниципальное" хозяйство.

В научной литературе встречаются определения муниципального хозяйства и в виде совокупности предприятий и организаций муниципальной собственности, и в виде хозяйствующих субъектов, действующих на территории муниципального образования, в определенной степени подвластных органам местного самоуправления. Иногда в это понятия включаются хозяйствующие субъекты любой формы собственности, деятельность которых направлена на удовлетворение коллективных потребностей населения муниципального образования.

Большинство авторов придерживается той точки зрения, что наиболее системной является формулировка муниципального хозяйства, данная Велиховым Л.А.[1]. Под муниципальным хозяйством он понимает совокупность организаций, предприятий и учреждений, осуществляющих на территории муниципального образования хозяйственную деятельность, направленную на удовлетворение общественных потребностей населения. При этом в муниципальное хозяйство им включаются и органы местного самоуправления (ОМСУ).

И как при таком разном в толковании основополагающих понятий прикажете эффективно управлять муни-

ципальным образованием?

Нам представляется, что причина всех этих расхождений кроется в неопределенности вопроса о существовании понятия "хозяйство".

Существуют разные точки зрения на этот счет. Часто можно читать и слышать, что хозяйство это процесс, процесс целенаправленного взаимодействия различных предприятий и органов управления. В таком случае уместно спросить: "Чем тогда отличается понятие "хозяйство" от понятия "хозяйствование"? И можно ли, например, хозяйствовать, не имея хозяйства? Очевидно, нельзя. А, наоборот, имея хозяйство, можно и не хозяйствовать. Это когда хозяйство без хозяина или с плохим хозяином, когда оно разрушается, теряя и стоимость, и потребительские качества.

Считать, что "муниципальное хозяйство – это совокупность предприятий и учреждений, осуществляющих на территории муниципального образования хозяйственную деятельность, направленную на удовлетворение коллективных (общественных) потребностей населения, представляется не совсем корректным. Так как возникает вопрос: "Могут ли авторы привести пример предприятия, находящегося на территории муниципального образования и не участвующего в той или иной мере в удовлетворении коллективных потребностей населения?" Думаем, что ответить на него положительно практически невоз-

можно. Потому что любое предприятие предоставляет населению рабочие места либо непосредственно у себя, либо способствует их увеличению в смежных производствах продукции и услуг. То же можно сказать и о налогах. Таким образом, в данном случае происходит отождествление понятий "местное" и "муниципальное" хозяйство. Что, естественно, не одно и то же.

Анализ большого числа формулировок различных авторов существа рассматриваемых двух понятий "хозяйство" показал, что все они (авторы) исходят из понимания муниципального и местного хозяйства, как признаков (элементов) процесса муниципального управления. Но если рассматривать эти понятия в качестве признаков объекта муниципального управления, каковым является муниципальное образование, то появляется возможность четко определить и одновременно разграничить муниципальное и местное хозяйство.

Нам представляется, что под хозяйством любой территориальной единицы (и муниципальное образование не исключение), то есть под "местным хозяйством", следует понимать совокупность всех объектов естественного и искусственного происхождения, находящихся на территории территориальной единицы, используемых и/или пригодных к использованию в хозяйственной деятельности независимо от форм этой деятельности и собственности на объекты.

Раскроем содержание этих объектов:

- ◆ население территории, являющееся потребителем товаров и услуг, а его работающая часть – еще и их производителем;
- ◆ недвижимое и движимое имущество, (включая его запасы) всех предприятий и организаций любых отраслей и любых форм собственности, находящихся на данной территории;
- ◆ недвижимое и движимое имущество населения территории;
- ◆ земли и водоемы данной территории независимо от форм их собственности;
- ◆ жилищный фонд и объекты придомовой социальной инфраструктуры независимо от форм их собственности.

И пусть никого не смущает тот факт, что население тоже названо объектом хозяйственной деятельности. Действительно, любой из нас всю жизнь подвергается управляющим воздействиям от рождения до ухода в мир

иной (нас учат, нас лечат, нам указывают, что делать на рабочем месте и т.д. и т.п.). И поэтому, даже став частным собственником, то есть субъектом управления, мы все равно не перестаем быть его объектом.

Рассмотренные выше виды расположенных на территории муниципального образования объектов, можно разделить на составляющие по признаку форм их собственности:

- ◆ объекты, принадлежащие всему населению;
- ◆ объекты, принадлежащие государственным (федеральным и региональным) предприятиям и организациям;
- ◆ объекты, принадлежащие частным лицам, предприятиям и организациям.

Сравним цели хозяйствования каждого из названных собственников.

Целью использования богатств, принадлежащих всему населению муниципального образования, является, естественно, удовлетворение общественных потребностей этого населения. Целями деятельности государственных и частных предприятий и организаций является эффективное их функционирование. При этом они частично удовлетворяют общественные потребности населения, например, обеспечивая его рабочими местами, оплачивая труд своих работников и т.п. Но, тем не менее, нацеленность на удовлетворение общественных потребностей населения данной территории не является главным в их работе.

Из сказанного следует, что только объекты, находящиеся в общей собственности всего населения муниципального образования, имеют право называться "муниципальным хозяйством". Конкретно – это земли и водоемы, находящиеся в муниципальной собственности, а также имущество муниципальных предприятий и организаций.

Итак, мы определились с понятиями "местное хозяйство" и его части "муниципальное хозяйство". Какие еще элементы являются частью местного хозяйства? Для ответа на этот вопрос вновь обратимся к составу собственников имущества, находящегося на территории муниципального образования. Из него видно, что еще одной частью местного хозяйства является хозяйство государственных предприятий и организаций. Для пояснения можно вспомнить, что на территории муниципального образования действуют представители региона и федеральных властей, в частности, работники и учреждения МВД и МЧС, у которых могут находиться в собственности

и специальные, и жилые объекты. На территории муниципального образования могут находиться предприятия со 100% государственной собственностью, имеющие свои хозяйственные объекты.

Следующей составляющей местного хозяйства является хозяйство частных предприятий и организаций.

В последние годы в связи с развитием домашнего хозяйства вследствие появления в нашей стране класса мелких и средних собственников возникла необходимость расширения состава местного хозяйства за счет дополнения к ней еще одной составляющей — "домашнее хозяйство". Это позволит в большей степени учесть особенности хозяйствования на местном уровне при разработке планов и программ развития муниципальных образований.

О сущности домашнего хозяйства, как экономической категории, и его роли в развитии местного хозяйства достаточно подробно говорится в работе [2]. В ней автор справедливо указывает на многогранность отношений семьи и общества.

Семья — это та среда, где в общении с близкими людьми формируется не абстрактный, а конкретный человек с вполне определенной системой ценностей и жизненных установок. Каким будет человек, во многом зависит от того, чем располагает семья, каковы ее финансовое состояние, традиции, семейная культура и т. п.

Кроме того, домашнее хозяйство оказывает воздействие и на развитие сферы материальных услуг (коммунально-бытовых, транспортных, общественного питания и т. д.). Они сами в огромных масштабах наладили внутреннее нетоварное производство этих материальных услуг.

Развитие внутрисемейного производства предъявило невиданные запросы к развитию материальных услуг (дороги, станции автообслуживания и заправки, водоснабжение и канализация, различный ремонт и т. д.).

Высокая культура быта повысила стандарты качества и сложность материальных услуг. А это, в свою очередь, вызвало массовый спрос на культурного и квалифицированного работника сферы услуг, подняло издержки и цены предоставляемых услуг.

К сожалению, в российской экономике домохозяйства не стали еще реальным экономическим субъектом рыночных отношений, стоящим "на равных" с предпринимателями и государством. В лучшем случае их рассматривают как потребителей товаров и услуг. Домохозяйства выглядят скорее как объект воздействия, а не полноценный субъект экономической деятельности.

Тем не менее, даже в такой ситуации нельзя не видеть той особой роли, которую в перспективе должны выполнять домохозяйства, являющиеся в нормальной рыночной экономике главным экономическим субъектом. В итоге экономический потенциал домохозяйств определяет жизнеспособность местных сообществ, их силу или слабость.

Подчеркнем еще раз: муниципальное хозяйство является частью местного хозяйства. Помимо него в состав последнего входят находящиеся на территории муниципального образования:

- ◆ хозяйства государственных (федеральных и региональных) предприятий и организаций,
- ◆ хозяйства частных предприятий и организаций,
- ◆ домашнее хозяйство жителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Великов Л.А. Основы городского хозяйства. 1928.
2. Филиппов Ю.В., Авдеева Т.Т. Основы развития местного хозяйства. Учеб. М, Дело. 2000.

© В.П. Силин, [vsilin@mail.ru], Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



О МЕТОДОЛОГИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

ABOUT OF THE MUNICIPAL GOVERNANCE METHODOLOGY

V. Silin

Annotation

The author points out the lack of uniformity of opinion of scientists and specialists on maintenance governance methodology and, in particular, the methodology of the municipal governance. He considers that the methodology of governance is joining of four sequential steps: defining the logic of decision-making, the goals of governance, substantiation of the scorecard and develop recommendations on how to determine their value.

Keywords: methodology, governance, municipal governance.

Аннотация

Автор указывает на отсутствие единства взглядов ученых и специалистов на содержание методологии управления и, в частности, методологии муниципального управления. Он считает, что методология управления представляет совокупность четырех последовательных шагов: определение логики принятия решений, формирование целей управления, обоснование системы показателей и выработка рекомендации по методам определения их значений.

Ключевые слова:

Методология, управление, муниципальное управление.

Познание любого объективно существующего явления происходит, как известно, в несколько этапов. Вначале изучается теория этого явления, содержащая законы, по которым данное явление "живет", принципы, которым оно следует, и функции, которые оно выполняет. Далее исследуется методология явления и, наконец, конкретные методы определения его параметров.

Необходимо сказать, что, если о содержании и роли теории и методов в познании явлений особых разногласий среди ученых и специалистов не наблюдается, то методологии в этом отношении "не повезло". Действительно, достаточно поинтересоваться у любого из них, что они понимают под термином "методология управления", вы получите, гарантирую, совершенно разные ответы.

Такая же ситуация наблюдается в научной литературе. Приведем лишь некоторые примеры. Так, ученые Московского государственного индустриального университета [1] включают в содержание методологии управления следующие компоненты: подходы, парадигмы, проблемы, критерии, ориентиры, альтернативы, процедуры выбора средств и методы управления.

В свою очередь, их коллеги из Современной гуманитарной академии считают, что методология управления включает цели и задачи, законы и принципы, функции, средства и методы, школы управления. [2]

В словаре-справочнике "Социалистическое планиро-

вание" 1988 г. [3] дано следующее определение методологии планирования (будем помнить, что планирование – одна из функций управления): "Методология планирования – система требований к построению планов. Она определяет основные принципы планирования, методы планирования и логику построения планов для различных временных горизонтов, звеньев и уровней народного хозяйства".

Перечень таких примеров можно легко продолжить с теми же результатами. Плохо это или хорошо? Думается, что ни плохо, ни хорошо, а более не допустимо. Недопустимо потому, что любая неточность либо недоговоренность в теории приводит к разнобоям на практике, к потере времени и средств. Вот и в нашем случае методологии управления. Практика этого процесса оперирует системой показателей и объекта управления, и управляющей системы. А каковы структура и содержание этих показателей? Когда, как и кто их определяет? Ответ на эти и другие подобные вопросы один: они (показатели) известны, как говорится, "по определению".

Это означает, что один из важнейших вопросов формирования процесса управления – процесс выбора и обоснования системы его показателей – "выпал" из внимания его методологии.

Уместно напомнить, что во времена СССР работа над очередным пятилетним планом, которая проводилась Госпланом СССР, всеми союзными министерствами и

ведомствами, а также Советами министров всех союзных республик, начиналась именно с корректировки системы плановых показателей по результатам хозяйственной практики предыдущих лет.

Учитывая сказанное выше, а также руководствуясь логикой познания, мы полагаем, что методология управления должна включать четыре элемента или этапа: логику подготовки и принятия управленческих решений, определение целей и задач процесса управления, формирование системы показателей объекта управления, управляющей системы и элементов внешней среды, с которыми контактирует процесс управления, а также выработку рекомендаций о способах и методах определения величин указанных показателей.

Рассмотрим каждый из этих этапов применительно к муниципальному управлению.

1. Логика подготовки и принятия управленческих решений.

Как известно, результатом деятельности системы муниципального управления является управляющее решение, направленное на изменение положения дел в муниципальном образовании. А в какой последовательности необходимо готовить такое решение? С чего следует начинать и какими шагами двигаться?

Логика подсказывает, что начинать следует с объекта управления, с познания его сущности, структуры и состояния. Действительно, это очевидно, что все основные параметры системы управления определяются объектом управления. Так задачи, решаемые при управлении машиностроительным заводом или другим производственным предприятием в корне отличаются от задач управления любым учебным заведением или больницей и т.д. и т.п. То же можно сказать и о методах решения задач, и об особенностях организации управления для разных его объектов.

И муниципальные образования тоже бывают разными и по территории, и по хозяйственной специализации, и по демографическим особенностям. Кроме того, систему муниципального управления можно по-разному формировать в зависимости от того, что рассматривается в качестве объекта управления в рамках муниципального образования: все его хозяйство, или только объекты муниципальной собственности. Рассматривается ли хозяйство, принадлежащее жителям муниципального образования и т.д.

Таким образом, будем считать доказанной необходимость начинать подготовку управленческих решений с четкого определения объекта управления и познания его

существа.

Следующим этапом должно стать определение цели управления, а точнее, комплекса целей. Процесс определения целей муниципального управления (он называется "целеполагание") настолько важен и сложен, что ему посвящен отдельный подраздел (см. ниже).

Еще одним подготовительным этапом является определение состояния обеспечивающих подсистем, то есть ресурсов системы муниципального управления. И начинать следует с кадров, которые, как известно, "в период реконструкции решают все". Для тех, кто не в курсе, сообщая, что это одно из шести важнейших условий осуществления реконструкции народного хозяйства СССР, сформулированных И.В.Сталиным в 1929 году. Необходимо определиться с составом управляющей команды, ее опытом и образованием. Далее наступает очередь материального обеспечения органов местного самоуправления (ОМСУ), оценки необходимых и имеющихся помещений и соответствующего оборудования, определения возможности их финансового обеспечения. И, наконец, должны быть проанализированы структура и состояние информационной базы местного самоуправления.

По завершению названных выше трех подготовительных этапов наступает заключительный четвертый этап, когда ОМСУ, вооружившись знанием о муниципальном образовании, имея четко сформулированную и ранжированную систему целей, обладая необходимыми ресурсами, приступает к выполнению функций и решению задач по выработке управляющих решений.

2. Целеполагание.

Тезис о том, что правильно поставленная цель на 50% определяет успех любого дела, стал общепризнанным. Действительно, если цель сформулирована корректно, то даже не лучшее управленческое решение позволит ее достичь, хотя и с избыточными затратами ресурсов. И, наоборот, в случае неверно определенной цели даже наилучшее управляющее решение приведет совсем не туда, куда хотелось. Думается, сказанного достаточно, чтобы больше не убеждать читателя в важности процесса целеполагания.

Какова же общая цель муниципального управления? При ответе на этот непростой вопрос следует начать с того, что цели муниципального управления – это совершенно новое на сегодня понятие, и поэтому необходимо рассмотреть его более подробно. Совершенно очевидно, что система муниципального управления (местного самоуправления) существует для того, чтобы функционировало муниципальное образование, как социально-экономический организм. Поэтому и общая цель муниципаль-

ного управления должна быть общей целью существования, функционирования муниципального образования.

Существует устойчивое мнение о том, что цель развития муниципального образования – удовлетворение потребностей населения в тех или иных ценностях материальной и духовной культуры. Иногда говорится о повышении качества жизни населения, что, в общем, одно и то же. Во-первых, это вполне справедливое мнение не может быть представлено как единственная цель развития, так как таких ценностей существует множество, а, во-вторых, потому что одна и та же потребность может быть удовлетворена различными способами с использованием различных ресурсов.

Иной взгляд на общую цель муниципального управления состоит в необходимости создания условий для функционирования и комплексного развития муниципального образования. При этом "под комплексным социально-экономическим развитием муниципального образования понимается управляемый процесс изменений в различных сферах жизни муниципального образования, направленный на достижение определенного уровня развития социальной (включая духовную) и экономической сфер на территории муниципального образования, с наименьшим ущербом для природных ресурсов и наибольшим уровнем удовлетворения коллективных потребностей населения и интересов государства." [8]

Имеются предложения [5] о более общей цели в виде сохранения и возможности развития муниципального образования поселения как целостного социально-экономического организма. Следование этой цели позволит сохранить муниципальное образование и тем самым обеспечит возможность удовлетворения коллективных социальных потребностей его населения.

При анализе и постановке целей развития важно понимать, что поселение принадлежит не только нынешнему поколению, но и детям и внукам живущих ныне. В этой связи установка только на удовлетворение потребностей нынешнего поколения без учета социальных и иных последствий для будущего может иметь обратный результат еще при жизни нынешнего поколения.

Анализ других предложений о содержании общей цели муниципального управления показал их частный характер, что исключает возможности играть ими заявленную роль общей цели.

Говоря о содержании общей цели муниципального образования и его управления невозможно пройти мимо понятия "миссия" организации, муниципального образования и любого другого хозяйствующего субъекта.

В науке управления отсутствуют однозначные "рецеп-

ты" определения миссии организации, хотя выполнение одного, наиболее общего правила считается обязательным. Оно состоит в том, что в качестве миссии любой организации не должно формулироваться получение ею прибыли, хотя, безусловно, именно она составляет необходимый компонент ее целей, задач бизнеса как такового.

Миссия должна включать формулировку более общих и широких, социально значимых целей. Прибыль представляет собой внутреннюю проблему организации. Часто миссию отождествляют с главной целью организации. В доказательство приводят хрестоматийный в этом отношении пример формулировки миссии компании "Форд". Сохраняя за прибылью ведущую роль в обеспечении жизнеспособности компании, ее представители, тем не менее, сформулировали миссию как "предоставление людям дешевого транспорта". Напрашивается, однако, вопрос: "Где здесь главная цель компании?"

Известно, что для любого предприятия, любого муниципального образования или региона, для любого хозяйствующего субъекта главной целью является его процветание во всех его аспектах: экономическом, социальном и даже психологическом. А вот то, что назвал Генри Форд для своей компании — "предоставление людям дешевого транспорта", является, по существу, "рычагом", поднимающим целый пласт проблем, решение которых, в первую очередь, необходимо для достижения главной цели – процветания компании. Можно назвать еще один образ — "главное звено", потянув за которое можно быстрее и эффективнее вытянуть всю цепь проблем. Так что, по нашему мнению, определить миссию муниципального образования, региона и любого другого хозяйствующего субъекта означает найти основное направление приложения имеющихся и будущих ресурсов для скорейшего и эффективного достижения главной цели.

В противном случае ресурсы неминуемо "размазываются" по всем, конечно, важным направлениям по принципу "всем сестрам по серьгам" с хорошо известным результатом: возможно когда-нибудь главная цель будет достигнута заведомо большей ценой. Понятно, что миссия не может и не должна оставаться неизменной в течение длительного времени, так как изменяются и внешние, и внутренние условия жизни муниципального сообщества.

В подтверждение нашего понимания миссии муниципального образования обратимся к "Метафорам развития" местных сообществ, которые по своей сущности представляют миссии развития местных сообществ. За последние десятилетия предложен целый ряд подобных документов. Однако, многие из них лишь дополняют друг друга. Наиболее общими являются семь метафор. Приведем некоторые из них. [4]

Метафора 1.

Экономическое развитие как управление предпринимательской активностью.

Ее ключевая идея заключается в том, что роль бизнеса в экономическом развитии муниципального образования является определяющей по сравнению с ролью органов местного самоуправления, регулирующих социальные ожидания в соответствии с потребностями населения и экономики. Однако отмечается, что местные правительства, действуя в духе предпринимательства, могут обеспечить условия экономического роста.

Метафора 2.

Экономическое развитие как сохранение природной и социальной среды.

Этот подход часто называют экологической или "территориальной" метафорой. Существенной характеристикой этой метафоры является уважение права местного сообщества на свою среду обитания, которая имеет как социальные, так и природные характеристики, дополняющие друг друга. Из этого следует, что управление развитием нельзя осуществлять вне зависимости от определенного контекста. Так, экологическая модель отдает приоритет социальной ответственности децентрализованному демократическому управлению, предусматривающему восприятие социальных и экономических процессов в муниципальном образовании в тесной взаимосвязи с окружающей природной средой.

Метафора 3.

Экономическое развитие как высвобождение человеческого потенциала. Главная идея метафоры – необходимость усиления внимания местных органов управления к максимальному использованию потенциала населения как важнейшего условия экономического развития.

Метафора подчеркивает, что экономика – это в действительности люди. В связи с этим вопросы общественной политики, направленные на обеспечение высокого качества образования, становятся все более значимыми.

Метафора 4.

Экономическое развитие как поиск социальной справедливости. Многие выступающие за права женщин, национальных и расовых меньшинств, других социально уязвимых групп населения признают, что общественные настроения представляют центральный вопрос в политике местного развития.

3. Система показателей муниципального управления.

Выше уже говорилось об исключительной важности обоснования системы показателей процесса управления. В своих статьях [6–7] автор достаточно подробно исследовал структуру такой системы применительно к управлению экономическими объектами и показал насколько сложна проблема определения конкретного перечня показателей в силу многогранности процесса управления и сложности взаимосвязей всех его составных частей между собой и с окружающей средой.

Если учесть, что муниципальное образование, являющееся объектом муниципального управления, представляет собой не столько экономический, сколько социально-экономический комплекс, система характеризующих его показателей значительно сложнее и еще ждет своего обоснования.

При этом, сохраняется в силе сделанный нами ранее вывод о том, что система показателей объекта представляет такую совокупность его характеристик, которая в наибольшей мере интересует вступающего с ним во взаимодействие субъекта.

4. Рекомендации о способах и методах определения величин указанных показателей.

При осуществлении местного самоуправления могут и должны использоваться различные методы и способы определения показателей процесса муниципального управления. В их числе методы системного анализа, нормативный и балансовый метод, экономико-математические методы и ряд других не менее известных.

В силу того, что системный анализ предназначен для исследования, в первую очередь, слабоструктурированных систем, состав элементов и взаимосвязей которых установлен только частично, для решения задач, возникающих в ситуациях, характеризующихся неопределенностью и содержащих неформализуемые элементы, которые не переводятся на язык математики, ему самое место в муниципальном управлении.

Нормативы, как известно, делятся по сферам их применения: в технической, социальной, жилищной правовой сферах. Нормативный метод предполагает использование норм и нормативов в обеспечении эффективной деятельности органов государственной и муниципальной власти. Так на основе специально разрабатываемых нормативов определяется рациональный размер базовых потребностей населения в товарах и услугах, структура затрат и объемы ресурсов для реализации приоритет-

ных целей развития. К перечню наиболее значимых нормативов следует отнести минимальный уровень оплаты труда, минимальный уровень пенсии, прожиточный минимум и т.п. С помощью соответствующих нормативов определяются размеры дотаций и трансфертов для муниципальных образований, формируются местные бюджеты. Из сказанного следует, что и нормативный метод должен присутствовать в методическом арсенале муниципальных управленцев.

Балансовый метод используется при разработке и исполнении бюджета муниципального образования. Использование этого метода позволяет определить оптимальные соотношения между доходными и расходными статьями местного бюджета, отраслями территориального образования. Установление балансов в потреблении материальных ресурсов дает возможность соблюсти пропорции в распределении объемов финансирования между различными хозяйствующими субъектами на территории.

Экономико-математические методы и модели имеют достаточно узкую сферу использования при решении вопросов муниципального управления в силу слабой формализуемости данного процесса. В ходе выполнения уп-

равленческих функций могут применяться как аналитические, так и статистические модели. Каждый из этих типов имеет свои преимущества и недостатки. Аналитические модели более грубы, учитывают меньшее число факторов, всегда требуют каких-то допущений и упрощений. Зато результаты расчета по ним легче обозримы, отчетливее отражают присущие явлению основные закономерности. А главное, аналитические модели больше приспособлены для поиска оптимальных решений.

Статистические модели, по сравнению с аналитическими, более точны и подробны, не требуют столь грубых допущений, позволяют учесть большое (в теории – неограниченно большое) число факторов. Но и у них – свои недостатки: громоздкость, плохая обозримость, большой расход машинного времени, а главное, крайняя трудность поиска оптимальных решений, которые приходится искать "на ощупь", путем догадок и проб.

Завершая рассуждения о методологии управления в целом и муниципального управления в частности, необходимо сказать, что автор априори согласен с возможностью существования и появления иных взглядов на рассматриваемый объект. Важно, чтобы их содержание было не менее логичным и конкретным.

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://viktorova-ts.ru/page97/page104/index.html>
2. <http://www.standard-company.ru/standard-company41.shtml>
3. Социалистическое планирование. Словарь-справочник. М. Экономика. 1988.
4. Филиппов Ю.В., Авдеева Т.Т. Основы развития местного хозяйства. М-Дело, 2000.
5. Рой О.М. Система государственного и муниципального управления. ПИТЕР. 2003.
6. Силин В.П., Чернов.Р.О. О системе показателей процесса управления. Вестник Московского университета МВД, №8. 2011
7. Силин В.П. О методах и системе показателей процессов управления. Ученые записки Харьковского института управления. Вып.32, 2012
8. "Методика формирования и анализа комплексных программ социально-экономического развития муниципальных образований" Новосибирск, 2010
9. Миндлин Ю.Б., Шедько Ю.Н. и др. Система государственного и муниципального управления. Учебник для бакалавров // Москва, Юрайт, 2013г.

© В.П. Силин, (vsilin@mail.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ПРОЕКТНЫХ КОМАНДАХ

INNOVATIVE ORIENTED MANAGEMENT OF HUMAN RESOURCES IN THE PROJECT TEAMS

*N. Simchenko,
A. Mokhonko*

Annotation

The innovative approach to the management a personnel in the project teams is offered in the article. This approach provides for the use of innovative developments in the planning of human resources, recruitment, development and management of the project team. Recommendations of the use of innovative technologies in the consistency of the members of the project management team are submitted. The use of mathematical model of distributing of projects between the members of team is proved.

Keywords: innovation, innovative developments, the process management a personnel, project team, project allocation model.

Симченко Наталья Александровна

*Д. э.н., профессор, Национальный
технический университет Украины*

"Киевский политехнический институт", Украина

Мошонько Анна Анатольевна

*К.э.н., доцент, Национальный
технический университет Украины*

"Киевский политехнический институт", Украина

Аннотация

В статье предложен инновационный подход к управлению персоналом в проектных командах, который предусматривает использование инновационных разработок в процессах планирования человеческих ресурсов, набора, развития и управление командой проекта. Поданы рекомендации использования инновационных технологий при согласованности работы членов команды управления проектами и обосновано использование математической модели распределения проектов между членами команды.

Ключевые слова:

Инновации, инновационные разработки, процесс управление персоналом, проектная команда, модель распределения проектов.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными или практическими задачами. Постоянно изменяющиеся технологии производства и ведения бизнеса, необходимость быстрой адаптации к динамичному рынку требуют от предприятия применения методологии управления проектами, которая позволит решать экономические проблемы их развития в условиях ограниченности ресурсов, времени и с учетом влияния внешней среды. В рамках проектов создаются новые виды продукции, производятся технические и управленческие инновации, осуществляется диверсификация деятельности предприятий, происходит развитие организаций. Центральное место в управлении проектами занимает проблема организации управления персоналом как самостоятельным видом деятельности, выполняющим специальные задачи в процессе реализации проекта. В условиях глобальной трансформации и нацеленности экономики Украины на инновационный путь развития эффективная работа над проектом связана с инновационным подходом к управлению командой проекта.

Анализ последних исследований и публикаций, на которые опирается автор. Проведенный анализ литературных источников показывает, что вопросу управления проектами уделяется достаточно значительное внимание. В частности, вопросы управления персоналом в про-

ектах получили широкое распространение в работах отечественных и зарубежных ученых – В.Н. Михеева [6], Р.Р. Гутнова. Инновационное развитие является объектом исследований таких ученых, как: Г.Б. Клейнер, Р.П. Долженко [3], Е.Н. Елистратова [4] и др.

Выделение нерешенной проблемы, которым посвящается статья; цель статьи. Несмотря на значительное количество теоретико-методических подходов к формированию и внедрению в практику предприятий общих методик проектного менеджмента, в том числе и по системе управления персоналом, актуальной остается проблема разработки инновационно ориентированной системы управления на уровне проектного управления, которая основывается на рациональном использовании персонала.

Целью исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию системы управления персоналом проекта с использованием инновационного подхода.

Результаты исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Управление персоналом в процессе реализации проекта существенно отличается от подобной деятельности в других производственных системах, что связано с особенностями проектной деятельности: высокая активность внешней среды проекта, включение процесса реализации проекта в

рамки этапов его жизненного цикла.

Человеческие ресурсы проекта – это совокупность профессиональных, деловых, личностных качеств участников проекта и членов команды проекта и их возможностей (влияния, "веса", связей и т.п.), которые могут быть использованы при осуществлении проекта [5].

Согласно PMBOK (Project Management Body of Knowledge) управление человеческими ресурсами проекта включает в себя процессы по организации команды проекта (персонала проекта) и управления ею [1]. Команда проекта состоит из людей, каждому из которых назначена определенная роль и ответственность за выполнение проекта. После распределения ролей и ответственности между членами команды проекта, они должны принимать активное участие в планировании проекта и принятии решений.

Процессы управления человеческими ресурсами проектов включают в себя следующее [1]:

1 Планирование человеческих ресурсов – определение и документальное оформление ролей, ответственности и подотчетности, а также создание плана управления обеспечением проекта персоналом.

2 Набор команды проекта – привлечение человеческих ресурсов, необходимых для выполнения проекта.

3 Развитие команды проекта – повышение квалификации членов команды проекта и укрепление взаимодействия между ними с целью повышения эффективности исполнения проекта.

4 Управление командой проекта – контроль над эффективностью членов команды проекта, обеспечение обратной связи, решение проблем и координация изменений, направленных на повышение эффективности исполнения проекта.

Система управления персоналом, являясь одной из важнейших подсистем управления проектом, напрямую воздействует на успешность и эффективность проекта в целом. Поэтому многие крупные и успешно работающие на сегодняшний день предприятия постоянно внедряют новые технологии и инструменты управления персоналом проектной команды, понимая, что небольшое отставание в этой области приведет к крупным потерям в ближайшем будущем [4].

Инновационно ориентированное управление персоналом в проектных командах предусматривает процесс обеспечения предприятия сотрудниками, постоянно генерирующими инновации во всех аспектах своей деятельности, их эффективное использование с помощью создания условий для внедрения инноваций, профессионального и социального развития команды проекта на благо самих сотрудников и проектной команды, а также контроля над эффективностью работы членов команды. Некоторые инновационные разработки, которые целесообразно использовать в разных процессах управления человеческими ресурсами проектов, приведены в табл. 1.

Основное внимание следует обратить на инновационные разработки, которые используются в процессе развития команды проекта [3]:

◆ "Он-лайн-обучение" – внутренний портал на предприятии, благодаря которому любой сотрудник проектной команды сможет в режиме онлайн ознакомиться с лекциями специалистов в заинтересованной области, учиться по дистанционным программам западных бизнес-школ, участвовать в дистанционных деловых играх.

◆ "Корпоративный университет" – это продуманная система обучения персонала проектной команды, в рамках которой для достижения целей предприятий используются все традиционные формы бизнес-образования. Кроме непосредственного обучения сотрудников в числе основных задач корпоративного университета – обобщение опыта и знаний, накопленных предприятием;

◆ "Социальная карта сотрудника" – программа немонетарной мотивации сотрудников, в рамках которой у каждого сотрудника формируется виртуальный счет в социальном бюджете предприятия, на него выделяется определенный норматив средств, величина которого зависит от категории должности сотрудника и его достижений в отчетный период. В течение года сотрудник может выбирать наиболее актуальные для него льготы с учетом заранее установленной дифференциации их стоимости и др.

◆ "Внутренний корпоративный портал предприятия" для формального общения сотрудников (размещение обращений к сотрудникам, подача полезной информации – базы данных, телефонные и адресные книги и т.д., проведение опросов и тестирований, согласование внутренних проектных документов), так и неформального – форумы, чаты, блоги, сообщества и многое другое.

Очень важно, чтобы руководители понимали, что цель подобных проектов – внедрение не инновации, а инновационного поведения работников – через его организацию, должное стимулирование, использование передового опыта зарубежных компаний в этой области [3].

Эффективная работа проектной команды предусматривает использование инновационных разработок не только в процессах управления проектами, а и при совместном принятии решений, при согласованности работы членов команды управления проектом.

В контексте внедрения инновационного подхода при управлении проектами целесообразно использовать тематическую модель оптимального назначения определенному количеству сотрудников определенного количества проектов таким образом, чтобы максимизировать эффективность такого назначения.

Предположим, что в течение планового периода проектная команда, насчитывающая k сотрудников, должна выполнить n проектов. Для успешного выполнения проектов выделено m групп знаний (отраслей знаний, навыков и др.), которые необходимы работникам для их выполнения, причем внутри каждой j – й группы выделены p_j конкретных знаний. Таким образом, для каждого проекта задаются коэффициенты α_{ij} , указывающие на важность

Таблица 1.

Инновационные разработки при управлении персоналом в проектах

| № п/п | Процессы управления человеческими ресурсами проектов | Инновационные разработки |
|-------|--|--|
| 1 | Планирование человеческих ресурсов | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Учетные базы данных, которые позволяют значительно сократить временные затраты на обработку данных (кадровое делопроизводство). ◆ Освоение новых стандартов качества. ◆ Внедрение командной организации труда и новой схемы мотивации персонала. ◆ Введение эффективной системы кадровой безопасности и др. |
| 2 | Набор команды проекта | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Социальные сети (например, vk.com, facebook.com), которые помогают в поиске новых кандидатов на вакансии предприятия, содержат личную информацию сотрудника. ◆ Интернет-сайты: для поиска работы (rabota.ua, job.ukr.net), которые содержат резюме, автовыборку резюме, информирование о просмотрах вакансий, отзывы, а также профессиональные форумы, сайты, которые занимаются консалтинговой деятельностью и содержат полезную информацию и др. |
| 3 | Развитие команды проекта | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Он-лайн-обучение ◆ Корпоративный университет ◆ Социальная карта сотрудника ◆ Внутренний корпоративный портал предприятия и др. |
| 4 | Управление командой проекта | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Внедрение ERP-системы на базе продукта SAP (SAP R/3) - прикладной модуль "Управление персоналом (HR)", полностью интегрированная система для планирования и управления работой персонала. Ключевые элементы: администрирование персонала, расчет зарплаты, планирование и профессиональный рост персонала, управление временными данными, расчет командировочных расходов, льготы, набор новых сотрудников, планирование и повышение квалификации персонала, и т.д. ◆ Внедрение системы Oracle Human Resources Analyzer. В ее состав входят следующие основные модули: кадры, зарплата, табельный учет. |

Разработана авторами на базе [2;3]

наличия p -го знания j -й группы для успешного выполнения i -го проекта. Аналогично руководитель, который может оценить знания подчиненных с помощью собственного опыта или определенной статистики, тестов и т.д., для всех исполнителей может определить оценки, которые показывают уровень знания S -го исполнителя p -го знания j -й группы.

Следует отметить, что модель является универсальной для любого количества задач и людей; если $k > n$, то те проекты, которые нуждаются в большем количестве людей, можно продублировать несколько раз, и наоборот – если $k < n$, то для выделения одного рабочего на несколько проектов необходимо продублировать его несколько раз.

Понятно, что и численность количества знаний может быть разной. Далее для всех работников рассчитывается

количество знаний, которое не хватает им для выполнения i - X проектов по формуле:

$$V_{is}^- = \sum_{j=1}^m \sum_{p=1}^{P_j} V_{ijps}^- \quad (1)$$

$$V_{ijps}^- = \begin{cases} 0, R_{ipj} - A_{spj} \leq 0 \\ R_{ipj} - A_{spj}, R_{ipj} - A_{spj} > 0 \end{cases} \quad (2)$$

Итак, если руководитель хочет распределить задачи, минимизировав недостаток знаний исполнителей на проектах, то математическая модель задачи можно сформулировать следующим образом:

$$\min \sum_{i=1}^n \sum_{s=1}^k x_{is} V_{is}^- \quad (3)$$

при условии:

$$\sum_{i=1}^n x_{is} = 1 \forall s; \sum_{s=1}^k x_{is} = 1 \forall i, \quad (4)$$

$$x_{is} \in \{0, 1\}$$

где $x_{is} = 1$ означает, что s -й рабочий назначен на i -й проект, $x_{is} = 0$ – что s -го рабочего соответственно не назначен на i -й проект.

Данную модель можно решить, используя методы булевого программирования, в частности венгерский метод, который является наиболее простым и удобным для реализации на ЭВМ [5, с. 145 – 166].

Для удобства используют шаблоны, где указываются уровни знаний, которые необходимы для исполнения i -го проекта и уровни знаний, которые характеризуют s -го исполнителя. Например, если рассмотреть проектную деятельность в полиграфии и предположить, что проектная команда занимается выпуском новой полиграфической продукции, то можно выделить группы знаний: технологический уровень производства, виды печати, система рабочего потока. В этом случае конкретными знаниями будет высокий уровень производства, невысокий уровень производства; офсетная печать, цифровая печать, трафаретная печать; Prinect Axis Control, Prinect Image Control, Prinect Inpress Control (табл.2).

Используя предложенную методику, можно выявить какой исполнитель будет выполнять (будет ответственным) какой проект.

Выводы.

В результате проведенного исследования нами получены следующие результаты:

1. В условиях глобальной трансформации и нацеленности экономики Украины на инновационный путь развития целесообразно использовать инновационный подход к управлению проектами. Инновационный подход к управлению персоналом в проектных командах предусматривает использование инновационных разработок в процессах планирования человеческих ресурсов, набора команды проекта, развития команды проекта и управление командой проекта.

2. Условием эффективной работы над проектом является создание профессиональной команды управления проектом, члены которой должны обладать необходимыми для решения профессиональных задач и выстраивания межличностных отношений компетенциями. Обоснована необходимость разработки математической модели, которая позволяет распределять проекты между участниками проектной команды и учитывает специфику деятельности таких команд. Данную модель можно решить, используя методы булевого программирования, в частности венгерский метод, который является наиболее простым и удобным для реализации на ЭВМ.

Перспективы дальнейших исследований могут быть связаны с оцениванием эффективности внедрения инновационно ориентированного управления персоналом в практику отечественной проектной деятельности.

Таблица 2.

Уровень знаний, который необходим для исполнения i -го проекта (характеризует s -го исполнителя)

| | Группа 1 Технологический уровень производства | Группа 2 Виды печати | Группа 3 Системы рабочего потока | Группа <i>m</i> |
|------------------|---|---|---|---|
| Знание 1 | Высокий уровень пр-ва | Офсетная печать | Prinect Axis Control | |
| | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) |
| Знание 2 | Невысокий уровень пр-ва | Цифровая печать | Prinect Image Control | |
| | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) |
| Знание 3 | | Трафаретная печать | Prinect Inpress Control | |
| | | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) | значение для i -го проекта (значение для s -го исполнителя) |
| Знание $p_{j=1}$ | ... | ... | ... | ... |

ЛИТЕРАТУРА

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) Fifth Edition, PMI, 2013. – 589 p.
2. Глинских А. Современные автоматизированные системы управления персоналом Ч.2./ А.Глинских// Компьютер-информ. – 2001. – №12.
3. Долженко Р.А. Инновации в системе управления персоналом организации /Р.А.Долженко // Экономика АПК: Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2013 – № 1 (99). – С.149–153.
4. Елистратова Е.Н. Управление инновационными изменениями в системе управления персоналом: дис. ... кандидата экон. наук: 08.00.05 / Елистратова Елена Николаевна. – Омск, 2009. – 230 с.
5. Зайченко Ю.П. Исследование операций. – 3-е изд., перераб. и доп. – К.: Выща школа, 1988. – 552 с.
6. Михеев В.Н. Современная команда менеджмента проекта / В.Н.Михеев // Директор информационной службы. – 2001. – №5. – С.70–88.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ (НА МАТЕРИАЛАХ САМАРСКОГО РЕГИОНА)

IMPROVEMENT OF FINANCIAL RESULTS MANAGEMENT OF A SALES COMPANY ON THE REGIONAL LEVEL (BASED OF THE DATA FROM SAMARA REGION)

N. Sovetkina

Annotation

Earning income is one of the main goals of the company. Firm independently decide ho to use their income. Income is the most important indicator of the financial and economical activity of the company. The present paper contains the results of a research in the filed of improvement of income management of a sales company on the regional level.

Keywords: financial results, regional trade, income.

Советкина Наталия Сергеевна

*Магистрант, Самарский институт (филиал) ФГБОУ
ВПО "Российский экономический университет им.
Г.В. Плеханова"*

Аннотация

В современных условиях получение прибыли является одной из важнейших целей для предприятий и организаций. Предприятия самостоятельно решают, куда и на какие цели направлять полученную прибыль. Прибыль является важнейшим показателем финансово-хозяйственной деятельности любого коммерческого предприятия и выражается в приросте стоимости совокупного капитала и предприятия. В рамках данной статьи представлены результаты разработки направлений совершенствования механизма управления финансовыми результатами торгового предприятия на региональном уровне.

Ключевые слова:

Финансовые результаты, региональная торговля, прибыль.

Самым важным показателем финансовых результатов предприятия служит прибыль, поскольку она дает однозначную оценку эффективности работы фирмы в условиях рынка и служит основой для определения других показателей (стоимости фирмы, стоимости ее бренда [7], устойчивости фирмы [1] и т. д.). Именно по этой причине исследователи всегда уделяли значительное внимание изучению экономической природы прибыли и проблеме взаимосвязи себестоимости и прибыли [6].

В рамках данной статьи представлены основные результаты исследования механизмов управления финансовыми результатами регионального торгового предприятия. Актуальность темы обуславливается тем фактом, что в условиях модернизационной экономики итоговым финансовым результатом хозяйственно-финансовой деятельности субъекта хозяйствования является прибыль [3]. Это критерий отражения эффективности производства, качественного уровня произведенной продукции, оценка состояния производительности труда и т.д. Значение прибыли обусловлено и тем, что, с одной стороны, она зависит в основном от качества работы, создает экономическую заинтересованность в наиболее эффективном использовании ресурсов, поскольку является основным источником производственного и социального развития [2]. А с другой стороны, прибыль является важ-

нейшим источником формирования государственного бюджета, таким образом, в росте прибыли заинтересованы как субъекты хозяйствования, так и государство [5].

В целях приближения российской практики учета к международным стандартам в течение последних лет медленно, но неуклонно менялась методика бухгалтерского учета доходов и расходов для составления бухгалтерской и налоговой отчетности. Однако постановления Правительства Российской Федерации, налоговое законодательство и даже приказы и указания Министерства финансов РФ не содержат конкретных рекомендаций бухгалтерам, как же вести учет по новым методикам. Это создает дополнительные трудности [7], поскольку бухгалтерские журналы публикуют рекомендации разных авторов, которые существенно отличаются друг от друга, а иногда содержат диаметрально противоположные подходы к этому разделу учета. Как поступать конкретному бухгалтеру? Кого слушать? Поэтому одной из целей данной работы является рассмотрение этих различных подходов и формирование собственного мнения.

Все вышеизложенное подчеркивает актуальность разработки новых методологических подходов к исследованию задач менеджмента финансовых результатов, так как это является важнейшим условием финансовой устойчивости предприятия на современном этапе разви-

тия отечественной экономики. Эффективная оценка данного показателя является залогом стабильного функционирования торговой организации.

Основной задачей бухгалтерского учета финансовых результатов является формирование полной и достоверной информации [10], которая необходима как для внутреннего пользования, так и для внешнего.

Основная цель исследования, результаты которого представлены в данной статье – проанализировать процесс управления финансовыми результатами деятельности торгового предприятия.

Предметом исследования является система управления финансовыми результатами деятельности предприятия и практическое применение методов управления финансовыми результатами.

Исследование проводилось на материалах ООО "АСК"ЧибьюРемСтрой".

В процессе исследования была рассмотрена экономическая сущность финансовых результатов торгового предприятия; валовой доход, его понятие и показатели измерения, прибыль предприятия, ее значение, сущность и виды, порядок формирования финансовых результатов торгового предприятия.

ООО "АСК"ЧибьюРемСтрой" – предприятие, специализирующееся на торговле моющими средствами для пищевой и перерабатывающей промышленности.

Анализ основных показателей экономического потенциала и результативности финансово-хозяйственной деятельности показал следующие положительные моменты в функционировании предприятия:

- ◆ в течение изучаемого периода (2010–2013 годы) наблюдается рост всех показателей результативности деятельности объекта исследования;
- ◆ к концу 2013 года происходит ускорение товарооборачиваемости на 0,4 дня;
- ◆ в течение 2010–2013 года происходит снижение уровня издержек обращения предприятия (в связи с ростом товарооборота более быстрыми темпами), что свидетельствует о повышении эффективности производственных затрат;
- ◆ наблюдается рост всех показателей прибыли в анализируемом предприятии.

Анализ системы показателей рентабельности показал, что наиболее эффективной деятельностью предприятия была в 2013 году.

Анализ финансовых коэффициентов показал, что финансовое положение предприятия неустойчивое и предприятия является неплатежеспособным в краткосрочном периоде.

Анализ валового дохода объекта исследования показал, что в результате неизменной доходоемкости и роста товарооборота в 2010–2013 гг. увеличивается и абсолютная величина валового дохода.

Факторный анализ валового дохода показал, что рост объема товарооборота предприятия обеспечил рост валового дохода. При этом влияние на валовой доход оказывал только рост объема товарооборота, поскольку доходоемкость в 2010–2013 гг. не изменяется.

Однако известно, что на различные виды товарных групп торговая организация устанавливает разные торговые надбавки. На более востребованный товар устанавливается менее высокий уровень торговых надбавок, на менее продаваемый товар, наоборот, более высокий уровень.

Анализ финансовых результатов показал, что опережающий темп роста валового дохода 2012 и 2013 году относительно роста издержек обращения привел к увеличению прибыли от реализации. За счет того, что предприятие осуществляет только основной вид деятельности (розничная торговля), прочие доходы и расходы весь рассматриваемый период времени отсутствовали. В связи с этим сумма балансовой прибыли предприятия весь период была на уровне прибыли от реализации.

Проведенный факторный анализ прибыли от реализации показал, что в 2012 и 2013 году на изменение прибыли от реализации положительное влияние оказывали все факторы за исключением доходоемкости, которая не оказала никакого влияния на развитие прибыли в связи с тем, что в течение изучаемого периода оставалась неизменной.

Используя данные планового товарооборота, валового дохода и издержек обращения методом прямого счета составлен план прибыли от реализации на 2014 год.

Также рассчитана плановая сумма прибыли от реализации на основе операционного рычага. Данный метод планирования является наиболее оптимистичным и может завышать реальные возможности предприятия.

Наиболее реалистичным и экономически обоснован-

ным является метод прямого счета планирования прибыли.

Анализ деятельности ООО "АСК"ЧибьюРемСтрой" и изучение современной эффективной отечественной практики управления финансовыми результатами в условиях динамично трансформирующейся российской экономики, позволил сформулировать ряд рекомендаций по совершенствованию механизма управления финансовыми результатами данной организации:

- ◆ продолжать изыскивать возможности снижения покупной стоимости реализуемых товаров;
- ◆ регулярно проводить мониторинг ценовой политикой конкурентов;
- ◆ повышение в общем объеме реализации удель-

ного веса товаров с низким уровнем издержекности;

- ◆ диверсификация ассортимента путем включения в ассортиментный перечень взаимодополняемых и взаимозаменяемых товаров;
- ◆ обоснованное нормирование численности работников, также пересмотр фонда оплаты труда, так как в анализируемом периоде ФОТ не изменялся;
- ◆ построение эффективной системы материального стимулирования персонала, тесно увязанной с основными результатами хозяйственной деятельности.

В качестве базовой рекомендации предлагается применять для планирования финансовых результатов метода прямого счета, так как он является наиболее оптимистичным и реальным в расчетах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакальская Е. В., Дуванова Е. А. Сравнительный анализ устойчивости производственных и торговых предприятий // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2009. № 3. С. 33–37.
2. Бобкова Е.Ю. Принцип изменения в формировании ресурсных факторов производства предприятия // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия "Экономика и право". 2013. № 7–8. С. 67–69
3. Бобкова Е.Ю., Чебыкина М.В. Ресурсные факторы производства в формировании капитала предприятия. М.: Научные технологии, 2013. 96 с.
4. Григорьянц И.А. Современные модели и механизмы управления человеческими ресурсами в учреждениях здравоохранения как социально-экономической системе // Известия Академии управления: теория, стратегии, инновации. 2012. № 3 (10). С. 33–36
5. Жирнова Т.В. Экономическая сущность материальных и организационных факторов производства в ресурсообеспеченности предприятия // Вестник Оренбургского государственного университета. 2007. № 3. С. 82–86.
6. Кирьянов И. В. Себестоимость как экономическая категория в моделировании финансов или возможность синтеза структуры // Экономика и предпринимательство. 2013. № 9 (38). С. 592–601.
7. Котляров И. Д. Оценка стоимости бренда и классификация брендов // Практический маркетинг. 2011. № 7. С. 11–17.
8. Чебыкина М.В., Бобкова Е.Ю. Сбалансированность ресурсных факторов производства в формировании капитала предприятия // Экономика и предпринимательство. 2013. № 5 (34). С. 458–461.
9. Чебыкина М.В., Бобкова Е.Ю. Маркетинг в торговой деятельности (учебник) // Международный журнал экспериментального образования. 2013. Т. 2013. № 5. С. 131–132
10. Чебыкина М.В., Бобкова Е.Ю. Система критериев и принципов эффективного использования ресурсного потенциала предприятия с учетом его капитализации // Экономика и менеджмент систем управления. 2012. Т. 6. № 4.3. С. 399–405.
11. Шаталова Т.Н., Жирнова Т.В. Проблемы стоимостного измерения материальных факторов производства на предприятиях // Вестник Оренбургского государственного университета. 2006. № 10. С. 276.
12. Миндлин Ю.Б. Составляющие оценки эффективности системы управления предприятием в экономике региона // Микроэкономика. 2008 №7 С. 90–96
13. Миндлин Ю.Б., Шедько Ю.Н. Потенциал региона в экономике инновационного развития // Вестник московского государственного областного университета. Серия "Экономика" 2011 №3 С. 67–72
14. Миндлин Ю.Б., Шедько Ю.Н. Инновационные стратегии экономического развития региона // Образование. Наука. Научные кадры 2011 №4 С. 156–161
15. Миндлин Ю.Б. Управление системой качества на предприятии сферы услуг // Тренды и управление 2013 №1 С. 111–114

ЦЕЛЕВОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОМПАНИЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИСТЕМ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

THE TARGET COMPANY'S MANAGEMENT WITH THE USE OF SIMULATION SYSTEMS

M. Hivintsev

Annotation

The paper demonstrated the approach to the target company's management using simulation systems. For this simulation tool, in addition to the model was designed dashboard, which occurs via interaction with the model. On the dashboard was implemented strategic map that allows to assess the achievement of the objectives under the impact of various management decisions as a result of simulation for the selected time interval. This allowed us to select the correct strategic initiatives and make the right management decisions in the demo.

Keywords: simulation, goal management, balanced scorecard, strategy map.

Хивинцев Максим Андреевич

Аспирант,

Национального исследовательского
университета "Высшая школа экономики"

Аннотация

В статье продемонстрирован подход к целевому управлению компанией с использованием систем имитационного моделирования. Для этого в средстве имитационного моделирования, помимо самой модели, была разработана приборная панель, через интерфейс которой происходит взаимодействие с моделью. На приборной панели была реализована Стратегическая карта, позволяющая оценивать достижение целей под воздействием различных управленческих решений в результате имитации на выбранном временном интервале. Это позволило выбрать верные стратегические инициативы и принять правильные управленческие решения в демонстрационном примере.

Ключевые слова:

Система имитационного моделирования, целевое управление, система сбалансированных показателей, стратегическая карта.

Введение

Технический прогресс требует постоянных эволюционных изменений в процессе управления. Современный бизнес в условиях возрастающей глобальной рыночной конкуренции как никогда ранее нуждается в отточенных методах управления и системах поддержки принятия решений, способствующих достижению поставленных целей. "Управлять – значит вести предприятие к цели" – Анри Файоль.

Процессу постановке и реализации целей предшествует процесс их выработки. Аксиома управления звучит следующим образом: "Нельзя сделать систему управляемой, если она не наблюдаема и не позволяет оценить последствия управления". Для оценки последствий от управленческих решений, другими словами, для поддержки принятия управленческих решений, служат специализированные информационные системы, одним из распространенных классов которых являются системы имитационного моделирования.

Средства имитационного моделирования могут служить для прогнозирования влияния предполагаемых изменений на бизнес-процесс или для проверки проекта

нового бизнес-процесса до начала его дорогостоящей реализации. Благодаря тому, что моделирование выполняется с помощью компьютера, компании не приходится экспериментировать на своих сотрудниках, партнерах и клиентах для оценки последствий решения.

После выбора подходящего решения и проведения его оценки средствами имитационного моделирования можно установить соответствующую цель и приступить к ее реализации.

Однако в бизнесе существует множество целей, и все они взаимосвязаны и взаимозависимы. Например:

- ◆ увеличение прибыли;
- ◆ сокращение всех видов затрат;
- ◆ рациональное использование ресурсов;
- ◆ фокусирование внимания на нуждах потребителя, чтобы получить известность на рынке в качестве лучшего производителя;
- ◆ достижение известности в своей области деятельности, чтобы иметь возможность привлекать в штат лучших специалистов.
- ◆ повышение конкурентоспособности;
- ◆ лидерство в освоении новой техники и технологии для дальнейшего развития;

При множестве целей оптимальное управление достигается тогда, когда эти цели сбалансированы. Для их эффективной балансировки существует распространенная концепция – "Система Сбалансированных Показателей" (Balanced Scorecard, далее BSC).

Целью данного исследования служит расширение возможностей системы имитационного моделирования в сторону создания комплексной системы управления по целям с использованием концепции BSC. Для этого были решены следующие задачи:

- 1) Разобрана методика, лежащая в основе процесса управления по целям и в концепции BSC в частности.
- 2) Произведен анализ бизнес-процессов существующего производственного предприятия, на основе этого спроектирована модель в системе имитационного моделирования.
- 3) В системе имитационного моделирования была разработана приборная панель для осуществления управления данным предприятием по целям в рамках концепции BSC. Данная приборная панель была интегрирована с имитационной моделью предприятия
- 4) В заключение было произведено демонстрационное решение практической задачи по оценке воздействия управленческого решения на целевые показатели в Стратегической карте.

Роль концепции BSC в Системе целевого управления

Целевое управление организацией можно представить в виде следующих положений, которые необходимо реализовать:

- ◆ Проверка уже выполненных задач, определение будущего результата и детализация плана в виде задач для обеспечения выполнения намеченного;
- ◆ Создание матрицы результативности, содержание которой отражает как коллективные, так и индивидуальные цели (это необходимо как инструмент реализации целевого управления всей компанией);
- ◆ Балансирование самой системы управления с учетом имеющегося "дерева целей";
- ◆ Использование целей в качестве основы для принятия решений на всех уровнях менеджмента;
- ◆ Регулярное подведение итогов работы персонала в системе целевого управления.

Принцип осуществления перечисленных положений заключен в концепции BSC. Система Сбалансированных Показателей обеспечивает целенаправленный мониторинг деятельности предприятия, позволяет прогнозировать и упреждать появление проблем, органично сочетает уровни стратегического и оперативного управления, контролирует наиболее существенные финансовые и нефинансовые показатели деятельности (KPI) предприятия.

Степень достижения стратегических целей, эффективность бизнес-процессов и работы всего предприятия в целом, каждого его подразделения и каждого сотрудника определяется значениями ключевых показателей эффективности (KPI), которые тесно связаны со стратегическими инициативами. Показатели с их целевыми и граничными значениями определяются таким образом, чтобы максимально охватить все критические области, влияющие на реализацию стратегии. Для документирования главных стратегических целей, поставленных перед организацией или руководством организации, используется так называемая Стратегическая карта.

Ключевой особенностью подхода BSC является необходимость использования его с другими информационными системами для реализации лучших практик управления. Это обеспечивает автоматическое получение данных, необходимых для подсчета KPI, из существующих финансовых, производственных и аналитических систем. Для реализации целостного подхода к управлению при подходе BSC необходима также интеграция с системой прогнозирования на краткосрочную и долгосрочную перспективу.

Концепцию BSC можно реализовать как в специальных программных продуктах (например, Oros Scorecard, Hyperion Performance Scorecard, Oracle Scorecard и других), так и в Microsoft Excel. Однако реализовав подход BSC в системе имитационного моделирования, и интегрировав их с учетными системами оперативного управления (ERP, CRM и пр.), появится возможность увязать операционный менеджмент с краткосрочным и долгосрочным стратегическим управлением. Таким образом, можно будет смоделировать, как изменятся те или иные KPI при принятии того или иного решения в рамках стратегической инициативы на любом временном горизонте.

Разработка имитационной модели производственной компании и приборной панели с элементами концепции BSC

Цель имитационного моделирования состоит в воспроизведении поведения исследуемой системы на основе результатов анализа взаимосвязей между ее элементами. Поэтому перед проектированием имитационной модели были проанализированы бизнес-процессы действующего предприятия, занимающегося производством кабельно-проводниковой продукции. В результате были описаны все объекты производства и построена математическая модель взаимосвязей между ними.

На следующем этапе в выбранной системе имитационного моделирования Powersim на основе проведенного анализа была спроектирована имитационная модель.

Сравнительный анализ систем имитационного моде-

лирования показал, что Powersim выделяется среди остальных пакетов способностью обрабатывать массивы и поддерживать коллективную работу, а также тем, что содержит библиотеку с большим числом встроенных функций.

Графический интерфейс Powersim позволяет строить диаграммы в терминах, практически ничем не отличающихся от предложенных основателем системно-динамического подхода к имитационному моделированию Джейм Форрестером.

Имитационная модель должна оказывать поддержку принятия стратегических решений, отражая их результат во времени. Для этого в ней был выбран временной шаг и временной горизонт. Посредством изменения этих величин можно переходить от краткосрочного (оперативного) до долгосрочного (стратегического) планирования.

Модель была связана с изменениями в окружающей среде путем импорта в нее внешних данных. Модель была декомпозирована на подмодели со своими "входами" и "выходами", в которых выполняется обособленная группа

расчетов. При этом было предусмотрено, чтобы значения переменных нижнего уровня могли использоваться на верхнем уровне. Модель может стабильно работать на любом современном компьютере, на котором установлен программный продукт Powersim Studio 2005.

Верхне-уровневая схема модели представлена на рис.1.:

Модель состоит из блоков и подмоделей. В блоке "Ценообразование и прогнозирование спроса" с использованием подхода определения эластичности спроса по цене моделируются значения спроса на все виды продукции.

В блоке "Импорт внешних данных и настройка модели" объединены все экзогенные переменные (получающие значения извне). Они используются в дальнейшем для подстройки модели под конкретное предприятие и под конкретную ситуацию.

В блоке с подмоделью "Производство" содержатся все калькуляции в разрезе производства. Отдельного

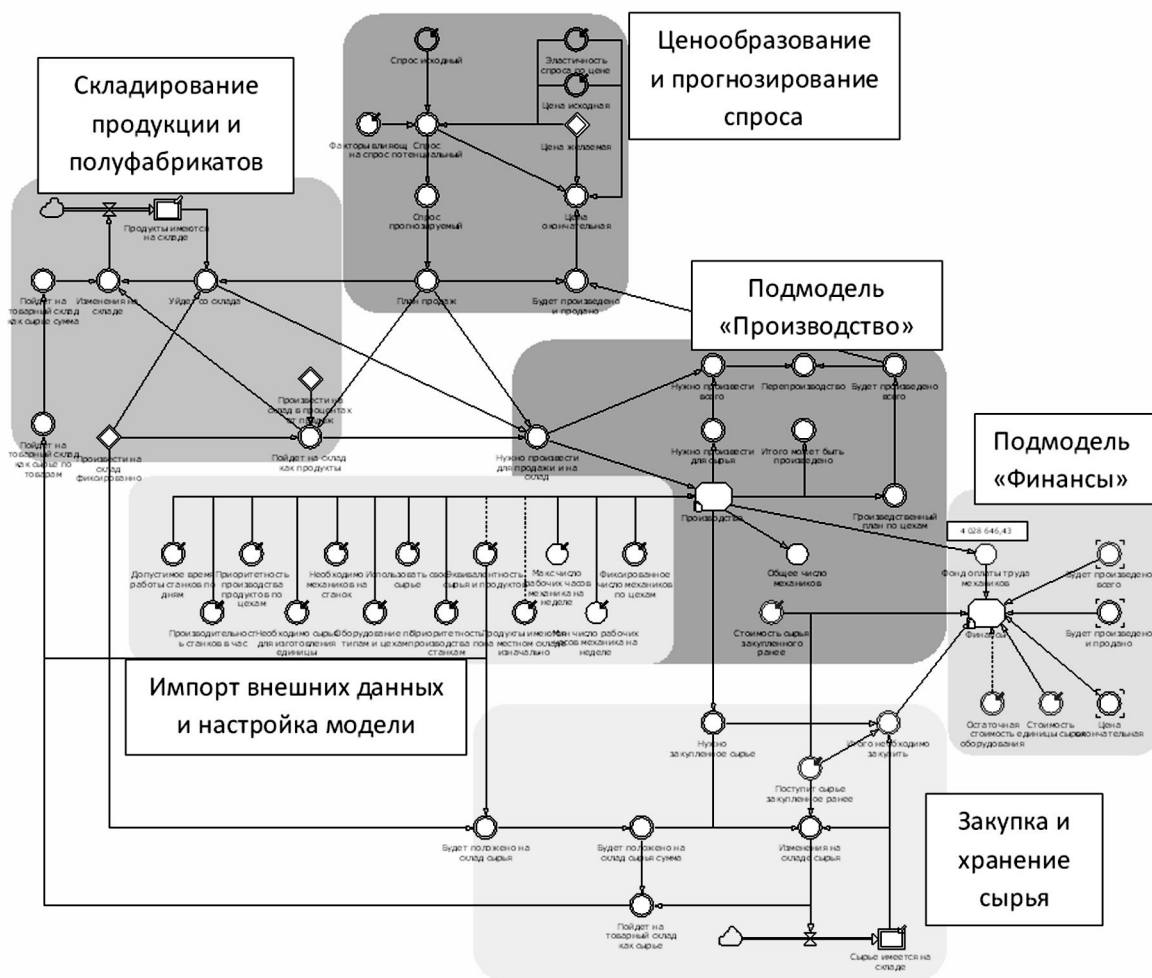


Рисунок 1. Верхне-уровневая схема модели

внимания заслуживает алгоритм расчета необходимого количества производства полуфабрикатов по заданному необходимому количеству производства конечной продукции. Для этой цели служит встроенный в функцию в Powersim алгоритм на языке Visual Basic:

```
VBFUNCTION(prods;prods|aux"=
='Вспомогательная 1'|
"for i=0 to ubound(aux)"
  "for j=0 to ubound(aux)"
    "result(i,j)=aux(i,j)"
  "next" "next"
"for k=0 to ubound(aux)"
  "for i=0 to ubound(aux)"
    "for j=0 to ubound(aux)"
      "if aux(i,j)<>0 then"
        "for g=0 to
          ubound(aux)"
          "if j<>g then"
            "result(i,g)=result(i,j)*result(j,g)"
          "end if" "next" "end if" "next" "next" "next"
```

Благодаря данному алгоритму и специальным модельным связям все производственные мощности (оборудование и человеческие ресурсы) в разрезе цехов по-

лучат загрузку, соответствующую плану производства готовой продукции и полуфабрикатов. Далее по формулам реализуется расчет необходимого количества закупок материалов (сырья).

В модели также имеются блоки, моделирующие процессы "Складирование продукции и полуфабрикатов" и "Закупка и хранение сырья".

Блок с подмоделью "Финансы" служит агрегатом для финансовой информации и вызова подмодели "Финансы", в которой рассчитываются все производные финансовые показатели.

Взаимодействие с имитационной моделью предприятия осуществляется через разработанную приборную панель (рис. 4). Для этого в приборной панели был реализован интерфейс, через который изменение варьируемых параметров приводит к изменению значений целевых показателей. Имеется возможность принимать решения из различных областей: закупок и производства, логистики и дистрибуции, управления персоналом, маркетинга и ценообразования, продуктового ассортимента; а также инвестиционные решения. Одними из элементов приборной панели являются Карта целей и Стратегическая карта (рис. 2). При этом KPIs в Стратегической карте связаны с существующими показателями в модели.

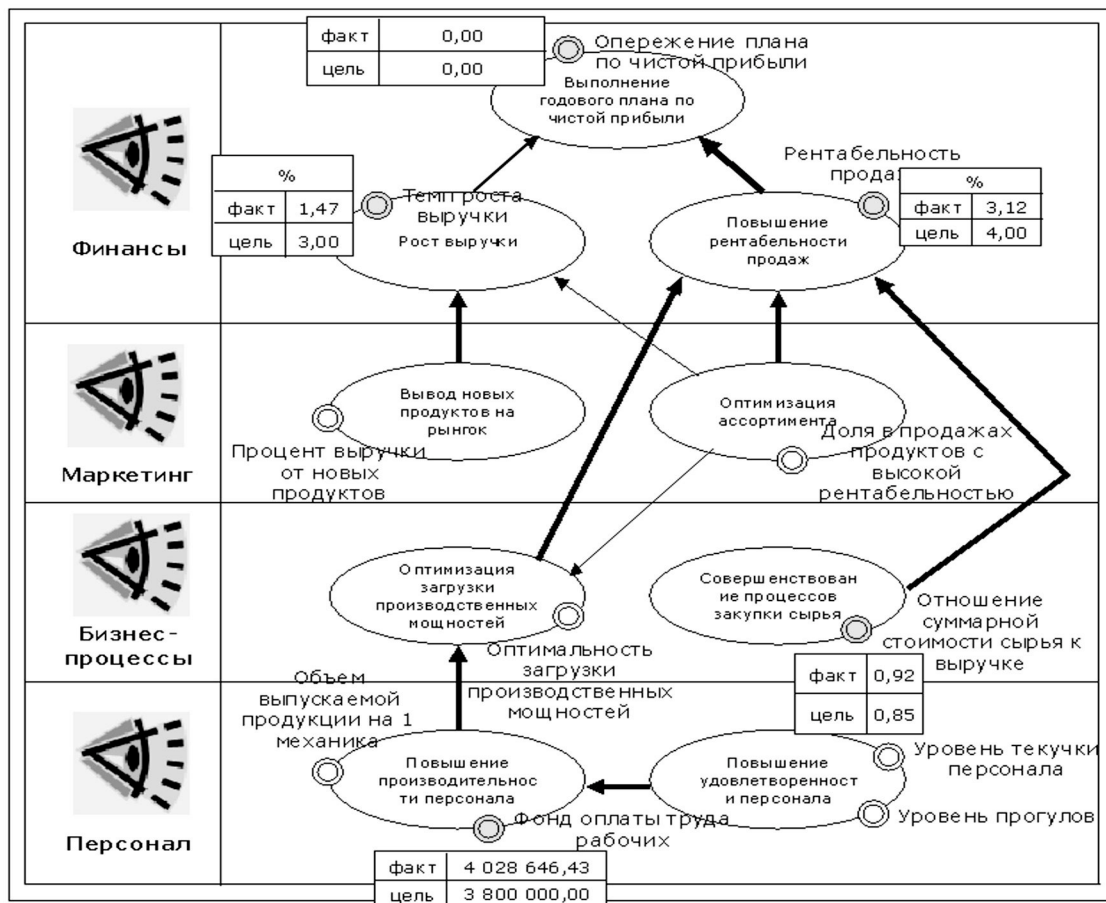


Рисунок 2. Стратегическая карта

Демонстрационное решение практической задачи по оценке воздействия управленческого решения на целевые показатели в Стратегической карте

Исходная симуляция в имитационной модели показала, что без новых качественных управленческих решений за следующий год отставание от плана по чистой прибыли составит около 15 млн. рублей, что является неудовлетворительным результатом. Далее описан кейс по улучшению финансовых результатов.

Рассмотрим возможности для достижения положи-

тельных показателей. Для этого воспользуемся Стратегической картой. Введем целевые значения KPI и наметим стратегические инициативы по достижению стратегических целей, которые принесут экономический эффект не только в текущем периоде, но и в последующих. Для этого начнем с первого месяца управления, установив время модели на отправную точку.

Смоделируем принятие решений в рамках следующих стратегических инициатив для повышения соответствующих KPI (табл. 1).

Таблица 1. Цель - KPI - стратегическая инициатива

| Стратегическая цель | KPI | Стратегическая инициатива |
|---|---|--|
| Совершенствование процессов закупки сырья | Отношение суммарной стоимости сырья к выручке | Закупить медные катоды по выгодной стоимости по фьючерсным контрактам на 3 месяца вперед |
| Повышение производительности персонала | Фонд оплаты труда рабочих | Сократить штат механиков, но ввести 6-дневную рабочую неделю, доплачивая за 6 рабочий день на 50% больше. |
| Повышение рентабельности продаж | Рентабельность продаж | Достигнуть повышения рентабельности путем долгосрочной оптимизации продуктового ассортимента; пересмотреть ценовую политику. |

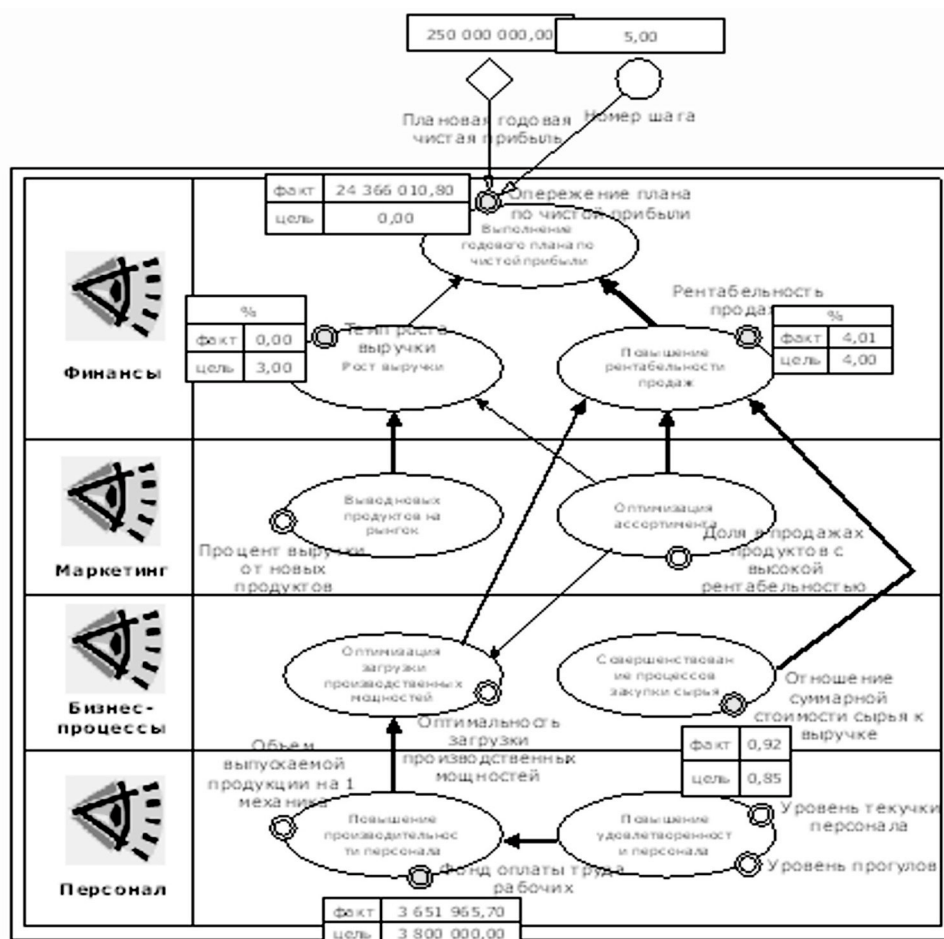


Рисунок 3а. Результат после принятия решений в рамках стратегических инициатив

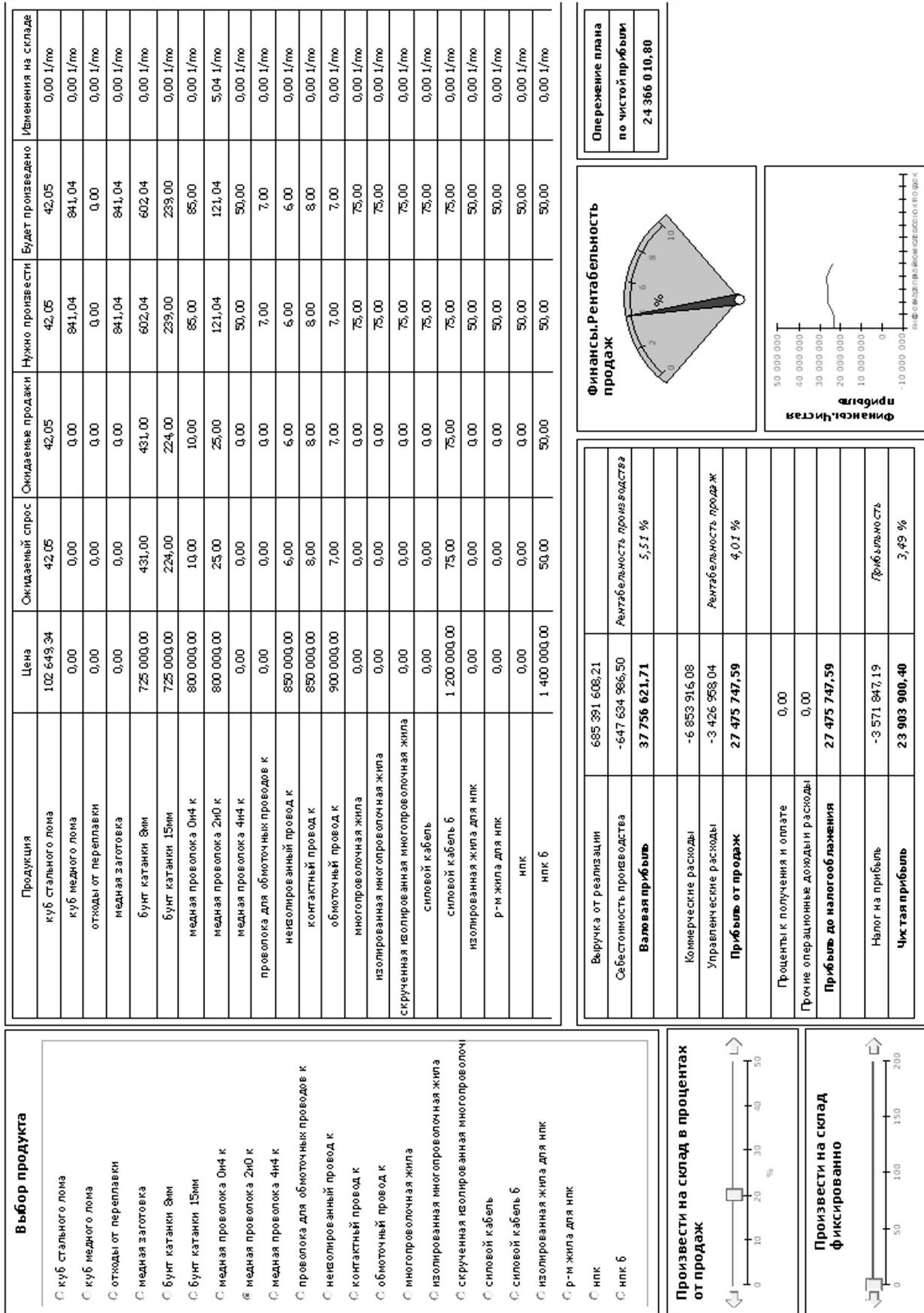


Рисунок 4. Состояние приборной панели после принятия новых управленческих решений

| КРІ | Фактическое значение | Целевое значение |
|---|---|------------------|
| Опережение плана по чистой прибыли за год | 24 366 010,80 | 0,00 |
| Рентабельность продаж | 4,01 % | 4,00 % |
| Темп роста выручки | 3,26e - 3 % | 3,00 % |
| Отношение суммарной стоимости сырья к выручке | 0,92 | 0,85 |
| Фонд оплаты труда рабочих | 3 651 965? 70 | 3 800 000,00 |
| Пример стратегической инициативы | * Производство. 6-ти дневный рабочий график | |

В результате необходимо достичь цели на годовом горизонте "Выполнения годового плана по чистой прибыли", доведя опережение плана по чистой прибыли за 12 месяцев до положительного значения.

Новая симуляция показала, что намеченные стратегические инициативы дадут положительный результат, и поставленные цели будут достигнуты. Успешно достигнутые целевые значения КРІ выделены цветом в таблице справа от Стратегической карты (рис. 3).

Таким образом, решение по сокращению штата механиков и перевод на 6-дневный рабочий график позволит добиться значительного снижения фонда оплаты труда.

Закупка катодов по фьючерсным контрактам позволила сэкономить около 1% от суммарной стоимости закупки. Это является хорошим показателем в виду высокой составляющей стоимости ресурсов в карте издержек. Однако, для диверсификации рисков (цена может на катоды может упасть в будущем более ощутимо, чем текущий выигрыш) было принято решение по закупке на 3 месяца вперед только 60% от требуемого количества.

В результате пересмотра ценовой политики были выявлены неэффективные цены на катанку. Их увеличение менее чем на 1% привело к значительному снижению объема продаж (из-за высокой конкуренции на рынке катанки и соответствующей высокой ценовой эластичности), но в результате был получен выигрыш в рентабельности продаж и в суммарной прибыли. По итогам года удалось добиться 10%-ого опережения плана по чистой

прибыли.

Приборная панель, демонстрирующая данные результаты деятельности, представлена на рисунке 4.

Заключение

В рамках данного исследования была создана имитационная модель производственной компании в системе имитационного моделирования Powersim. На основе методики, на которой базируется процесс управления по целям и концепция BSC, для данного предприятия была разработана приборная панель для оценки управленческих решений. Помимо прочего, в приборной панели была реализована Карта целей и Стратегическая карта, значения целевых показателей в которых были интегрированы с моделью. В итоге было осуществлено демонстрационное решение практической задачи по оценке воздействия управленческого решения на целевые показатели в Стратегической карте, и выявлены три управленческих решения, которые на горизонте 1 года приводят к лучшим результатам и достижению целевых показателей, определенных в Стратегической карте.

Таким образом, за счет расширения возможностей системы имитационного моделирования в сторону создания комплексной системы управления по целям с использованием концепции BSC, имитационная модель оказывает эффективную поддержку принятия решений: она позволяет производить оценку решений на необходимом временном горизонте и выбирать наиболее оптимальные из них.

ЛИТЕРАТУРА

1. В.Н. Сидоренко "Системно-динамическое моделирование в среде Powersim. М.: МАКС Пресс, 2001.
2. Строгалев В. П., Толкачева И. О. Имитационное моделирование. – МГТУ им. Баумана, 2008
3. А. А. Емельянов, Е. А. Власова, Р. В. Дума. Имитационное моделирование экономических процессов. М.: Финансы и статистика, 2006.
4. Клейнер Г. Б. Стратегия предприятия.– М., 2008.
5. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент. Теория и практика, 2002
6. Стерлин А. Р., Тулин И. В. Стратегическое планирование в промышленных корпорациях США. М., 1990.
7. Д.Нортон, Р.Каплан Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – Олимп-Бизнес, 2010. – 320 с.
8. А. Кочнев, "Системы стратегического управления для бизнеса: сегодня и завтра" – электронная статья – http://www.iteam.ru/publications/it/section_92/article_3005/
9. Большой энциклопедический словарь. /Гл. редактор Прохоров А.М. – М.: Науч. изд-во "Большая Российская энциклопедия", СПб: Норинт, 1997.
10. Экономическая энциклопедия /гл. ред. Абалкин Л.И. – М.: Экономика, 1999.
11. Большой экономический словарь /под ред. Азрилияна А.Н. //изд-е 2-е переработанное и дополненное – М.: Ин-т новой экономики, 1997.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦИКЛЫ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ЭКОНОМИКИ РФ

ECONOMIC CYCLES OF INTEGRATION PROCESSES OF THE ECONOMY OF THE RUSSIAN FEDERATION

A. Shlafman

Annotation

In this article the author makes an attempt to hold a causal relationships and the Genesis of the development of integration interaction in the economy of the Russian Federation.

Keywords: integration processes, economic cyclicity, the concentration of capital.

Шлафман Александр Изевич

*К.э.н., доцент, профессор
каф. Экономики и управления,
рук. секции управление НОУ ВПО
Санкт-Петербургский
гуманитарный университет профсоюзов*

Аннотация

В данной статье автором предпринята попытка провести причинно-следственные связи и генезис развития интеграционных взаимодействий в экономике РФ.

Ключевые слова:

Интеграционные процессы, экономическая цикличность, концентрация капитала.

Результаты своих последних наблюдений за рынком и тенденциями в интеграционных отношениях следует начать с предыстории, которая предопределила заинтересованность в данной проблеме.

Задавая себе вопрос об эффективности системы планового хозяйства СССР современные исследователи определяют ее недостатки в сложном механизме внедрения и реализации новых идей. О пристрастии руководителей в внешним эффектам и безответственности на местах.

Хотелось бы привлечь внимание исследователей к другому взгляду на построение реальных взаимодействий в плановой экономике. Так в рамках планирования определялись какие подсистемы отраслевых рынков будут взаимосвязаны, а так же регламентировались условия взаимодействия ключевых участников производственных отношений и окружающей их инфраструктуры.

Еще одним интереснейшим аспектом развития плановых взаимодействий представляется система определения объемов выпуска и ресурсообеспеченности предприятий, принципы построения которой определяли требования к построению отношений взаимного сотрудничества как крупных предприятий, так и обслуживающих производств.

Последним, но немаловажным аспектом планового хозяйства представляется ориентация производства на нужды потребителя. Многие писали о том, что продукция СССР была во многом утилитарная и простовата, однако, объемы ее производства ориентированные на сегменты рынка потреблялись полностью. Понятие дефицита касалось импортной продукции и лишь отдельных позиций отечественного производства. В дефиците были продукты, работы и услуги ориентированные на повышение уровня

комфортности жизнедеятельности и творческого развития личности, что не представляло для общества приоритетной задачей.

Итак, в рамках планового хозяйства мы можем наблюдать реализацию на практике ключевых принципов организации интеграционных процессов, которые актуальны и сегодня.

Принцип системности, требует от предприятий комплексного планирования построения взаимоотношений в единых нормах и правилах взаимодействия их структурных элементов. Подсистема качества, подсистема учета и контроля, подсистема отгрузки и хранения и много другое для двух и более интегрирующихся предприятий должны быть унифицированы[3].

Принцип замкнутости, реализуемый через определение круга вовлеченных в интегрированное взаимодействие предприятий, определяет круг ответственных лиц руководителей и подчиненных им подразделений, которые необходимы и достаточны для организации удовлетворения выделенной потребности общества.

Принцип разграничения ответственности, каждый шаг перехода в новом интеграционном процессе подразумевал контрольные точки с обеспечением доступа к информации контролирующих органов и общественных организаций. Такой подход реализуем и сейчас, в рамках развития менеджмента качества, когда популяризируются способы и методы производства, а так же подходы к контролю за бизнес процессами[4].

В научной литературе так же определяются принципы рациональности, суперпозиции, централизации и так далее, сущность которых для любой интегрированной экономической системы одна, они выстраивают требования к построению долгосрочных отношений сотрудничества.

Мы знаем, что плановая экономика продемонстрировала черты собственной неэффективности и вместо модернизации подверглась разрушению под давлением политических и социально-экономических факторов.

В генезисе интеграционных процессов несомненно большую роль сыграла приватизация. Пускай этот спорный процесс распределения общественной собственности в частные руки до сих пор не стал прозрачен, налицо некомпетентность функционеров от власти в распределении объектов собственности. Разрушение хозяйственных связей вовсе было не обязательным, по мнению многих ученых достаточно было выставить требования к приватизации комплексов и масса отношений сотрудничества, интегрированных хозяйственных структур было бы сохранено.

Не опускаясь до эмоционального уровня следует обратить внимание на то что переходя на рыночный способ хозяйствования предприятия отказывались от непрофильных производств и вспомогательных активов. Так были упразднены ремонтные службы на нефтедобывающих производствах и ряд служб в нефтеперерабатывающем комплексе. Так разделились и до сих пор не нашли общих путей к развитию легкая промышленность и целая система прядильно-ниточных комбинатов.

На этапе развития экономических отношений до 2000 года мы наблюдаем обособление конструкторских бюро и исследовательских институтов от профильных производств.

Единственным сохранившим темпы развития интеграционным процессом остались экспансия венчурного иностранного капитала, которая позволила закрепиться на отечественном рынке компаниям Юнилевер, Проктер энд Гэмбл и нескольким другим представителям международных конгломератов. Транснациональные особенности интеграционных процессов более стабильны, но это лишь отражает более продолжительный период их циклов.

Таким образом, до начала века в России экономический цикл развития бизнес процессов от экономики СССР замкнулся на дезинтеграции. Экономический цикл, связанный с развитием интеграционных процессов характерен как для нашей экономики, так и широко был проиллюстрирован Патриком Гоханом [1] на примере

развития экономики США.

Цикличность интеграционных процессов не зависит от политического строя, а является производным от функции концентрации капитала, которая вместе с множественностью благ несет и негативный эффект. Контролировать разрастающиеся активы необходимо с помощью универсальных средств, однако даже сейчас не существует единых механизмов контроля за корпоративным развитием.

В новом тысячелетии наблюдается повышение интенсивности интеграционных процессов. Отечественные компании так же нашли свои ниши в концентрации капитала на территории России.

При этом интереснейшей тенденцией интеграционных процессов представляются возврат непрофильных активов к предприятиям 20 лет назад отказавшихся от них. В новом тысячелетии растет количество форм отношений аутсорсинга, которые перерастают зачастую в прямые слияния[2].

Производственные предприятия возвращают под свое управление сервисные предприятия, вертикально интегрированные компании расширяют свое влияние на развитие инфраструктурных процессов. Эти процессы реализуются на фоне требований государства к экономическим субъектам к повышению инновационной составляющей деятельности, что безусловно повышает ответственность партнеров при построении новых отношений интеграции.

Сложности на пути становления новых интегрированных структур лежат в расширении экспансии иностранного капитала. При этом целями слияний и поглощений становятся высоколиквидные активы: торговля, сфера услуг. Иностранному капиталу пока еще присматривается к надежности Российской экономики, размещая блочно-модульное производства без производства цельных компонентов.

Таким образом, в новом веке отечественному капиталу раскрыты возможности к освоению новых направлений бизнеса с помощью интеграционных процессов, однако государству предстоит еще многое сделать для обеспечения уверенности современных предпринимателей в рыночной среде государства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гохан П. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний/ Пер. с англ. – 3 е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс. 2007–741с.
2. Радушинский Д.А., Шарапова О.А. Формирование доверия потребителей к собственной торговой марке розничной сети. // Проблемы современной экономики. 2009. № 4.
3. Шлафман А.И. Экономико-организационные проблемы недружественных поглощений // Вестник ИНЖЭКОНа, серия Экономические науки, №6 2008
4. Шлафман А.И. Признаки предпринимательских объединений // Известия Иркутской государственной экономической академии, №2 2010

КРАТКОСРОЧНЫЕ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ И ИНСТРУМЕНТЫ КРАТКОСРОЧНОГО ЗАИМСТВОВАНИЯ КОМПАНИИ

SHORT-TERM FUNDING SOURCES AND INSTRUMENTS OF SHORT-TERM BORROWINGS OF THE COMPANY

S. Bolshakov

Annotation

Relevance of the topic to determine the place and role of finance in the economy, the special significance of issues of financial and credit support costs in the successful economic and financial management of the companies to achieve their strategic and tactical goals.

In the national and international literature reflects different approaches to the classification of sources of financial security for the costs of companies. Different visions of funding is due to unequal theoretical and methodological foundations, laid the basis for the classification of sources of funding.

The article deals with short-term funding mainly from the standpoint of the financial resources of the companies. Based on the classic classification of short-term sources of financing as their own, borrowed and borrowed funds, seeks to provide a slightly modified interpretation and the most complete composition of short-term sources of financing companies.

The main part of the article devoted to debt and others attracted by the economic turnover sources cover current financial needs, as well as short-term borrowing instruments funding in the current Russian conditions.

Keywords: company, short-term sources of funding, funding sources, private sources and tools to increase their own funds, borrowed sources, borrowing, borrowing instruments, debt financing.

Большаков Сергей Викторович

К.э.н., доцент каф. "Корпоративные финансы"

Финансового университета

при Правительстве РФ

Аннотация

Актуальность темы определена местом и ролью финансов в экономике, особой значимостью вопросов финансово-кредитного обеспечения расходов в успешном экономическом и финансовом управлении компаниями для достижения их стратегических и тактических целей. В отечественной и зарубежной литературе нашли отражение разные подходы к классификации источников финансового обеспечения расходов компаний. Различное видение источников финансирования обуславливается неодинаковыми теоретическими и методологическими основами, положенными в основу классификации источников финансирования.

В статье рассматриваются краткосрочные источники финансирования главным образом с позиций финансовых ресурсов компаний. На основе классической классификации краткосрочных источников финансирования как собственных, заемных и привлеченных средств, сделана попытка представить несколько модифицированную интерпретацию и наиболее полный состав краткосрочных источников финансирования расходов компаний.

Основное место в статье отведено заемным и другим привлекаемым в хозяйственный оборот источникам покрытия текущих финансовых потребностей, а также инструментам краткосрочного заимствования источников финансирования в современных условиях России.

Ключевые слова:

Компания, краткосрочные источники, финансирование, источники финансирования, собственные источники, инструменты увеличения собственных средств, привлеченные источники, заимствования, инструменты заимствования, долговое финансирование.

Источники финансирования предпринимательской деятельности и их классификации с различных теоретических и методологических позиций нашли отражение в ряде работ профессоров Брейли Р., Майерса С., Молякова Д.С., Незамайкина В.Н., Юрзиновой И.Л., Самылина А.И., Шохина Е.И. и ряда других авторов [1, с.350–368; 4, с.29–34; 5, с.82–87; 6, с.19–21; 8, с.168–171; 9, с.218–221; 10, с.100–104; 11, с.118–122].

Краткосрочные источники финансирования по срокам своего возникновения, формирования, привлечения, распределения и использования носят в определяющей мере оборотный характер. Представляют собой часть

всех источников финансирования расходов компании за минусом той величины источников, которые в плановом порядке закреплены за расходами долгосрочного характера или получены для осуществления таких расходов на долгосрочных условиях.

Краткосрочные (текущие) источники финансирования деятельности компании подразделяются на собственные и привлеченные средства. Основа такого подразделения – источник образования денежных средств и финансовых ресурсов в их составе.

Краткосрочные собственные средства компании как источники финансовых ресурсов формируются за счет собственных, а также приравненных к ним средств.

Структура краткосрочных собственных средств компании и структура ее финансовых ресурсов в основном определяется такими собственными источниками, как валовой доход и амортизационные отчисления. При этом валовой доход отражает вновь создаваемую стоимость, включая фонд оплаты труда и все формы денежных накоплений компании.

К краткосрочным собственным средствам как источникам формирования финансовых ресурсов относятся, прежде всего: прибыль до налогообложения, полученная компанией, амортизационные отчисления по амортизируемым основным производственным фондам, прочие источники.

Нередко к краткосрочным источникам формирования собственных средств относят выручку, получаемую от реализации продукции, работ и услуг. Выручка – денежное поступление, источник формирования денежных накоплений и, в частности прибыли, а также возмещения стоимости потребленных в процессе ведения бизнеса средств производства. Выручка выполняет двоякую функцию: пополняет размеры денежных средств, которыми реально располагает компания и выступает важнейшим объектом денежного распределения. Выручка выступает в качестве объекта первичного распределения вновь созданной в хозяйстве стоимости.

Прибыль, как превращенная денежная форма части прибавочной стоимости и амортизационные отчисления, находящиеся в денежном обороте компании, формируются в течение года и выступают в текущем плане источниками формирования собственных оборотных средств компании. В доле направления этих источников на финансирование расходов по развитию бизнеса прибыль и амортизационные отчисления могут выступать источниками покрытия части расходов долгосрочного характера.

Прочие краткосрочные собственные источники формирования финансовых ресурсов и финансирования текущих финансовых потребностей компании довольно многочисленны. Их особенность состоит в том, что в зависимости от специфики ведения бизнеса, организации финансов и управления ими, они могут проявляться или отсутствовать в числе источников формирования собственных средств компании. Компания вправе принять решение об отражении в составе плановых краткосрочных источников собственных средств любого прочего источника.

К прочим источникам относятся: стоимость инструмента, запасных частей и других материальных ценностей, поступающих от организаций безвозмездно; стоимость материально-производственных запасов, получаемых в результате мены имущества; временно свободные остатки фондов и резервов на начало планируемого года; средства на затраты по осуществлению ремонта;

средства, возвращаемые компании по перераспределению. В составе прочих источников также могут планироваться к поступлению: средства, полученные в результате погашения, ранее предоставленных краткосрочных кредитов и оплаченных займов сторонних организаций; мобилизация ресурсов в капитальном строительстве; экономия от снижения цен на оборудование; прибыль и экономия от снижения себестоимости строительно-монтажных работ, выполняемых хозяйственным способом; амортизационные отчисления по нематериальным активам; излишки собственных оборотных средств и другие*.

* Порядок расчета отдельных позиций прочих краткосрочных источников, их более подробная характеристика, а также авторская классификация инструментов увеличения собственных средств компании представлены в статье - Большаков С.В. Краткосрочные источники финансирования и инструменты обеспечения роста собственных средств компании. //Корпоративные финансы: теория, методология практика. Сборник материалов, выпуск 3. - М.: Финиуниверситет при Правительстве Российской Федерации, 2012. - с.с. 12-19

К приравненным к собственным средствам относятся устойчивые пассивы. Они обладают фундаментальным свойством возрастать по мере ведения бизнеса. Прирост устойчивых пассивов рассчитывается по следующим их видам: минимальная переходящая из месяца в месяц задолженность рабочим и служащим по заработной плате; минимальная переходящая задолженность по начислениям на фонд оплаты труда; резерв предстоящих платежей; средства кредиторов (заказчиков), полученные в порядке частичной оплаты продукции по мере ее готовности; средства покупателей, полученные по внесенным ими залогами за возвратную тару; другие устойчивые пассивы.

Вопросы технологии экономически обоснованных расчетов планово-прогнозных показателей по источникам финансирования расходов компаний нашли отражение в работах проф. Незамайкина В.Н., проф. Юрзиновой И.Л. [7, с. 22–28]. В связи с многочисленностью краткосрочных источников финансирования расходов встает вопрос об обеспечении полноты учета имеющихся коротких источников в ходе осуществления текущего финансового планирования.

Под краткосрочными инструментами увеличения собственных средств понимается совокупность способов (рычагов) реального увеличения собственных средств компании, посредством которых обеспечивается получение во владение, распоряжение и пользование текущего источника денежных средств и финансовых ресурсов. Важнейшие краткосрочные инструменты увеличения собственных средств компании могут быть подразделены на: производственные, ценовые, расчетные, фондовые и специальные инструменты.

Специальные инструменты увеличения собственных средств компании подразделяются на управленческие финансово-экономические инструменты и специальные

рыночные механизмы. К управленческим финансово-экономическим инструментам увеличения собственных средств компании могут быть отнесены: денежно-финансовое планирование, учет, анализ, оценка и финансовый контроль.

Специальные рыночные механизмы увеличения собственных средств компании не есть источники сами по себе, а представляют собой конкретные формы, практически значимые механизмы, схемы, в рамках которых на практике осуществляется финансовое обеспечение текущих потребностей бизнеса. В числе таких специальных механизмов, например фьючерсные и форвардные контракты, применение которых при удачном финансово-ценовом прогнозе позволяет компаниям выигрывать в финансовом отношении против фактически складывающихся впоследствии условий на рынке по валютным курсам и ценам на поставки товаров, а также другие инструменты [2, с.с. 16–19].

Все краткосрочные источники финансирования расходов компании могут быть разделены на внутренние и внешние. Формирование внутренних финансовых ресурсов в виде денежных поступлений и доходов связано с созданием собственных источников. Внешние источники формируются в результате привлечения средств.

К привлеченным средствам относятся те позиции источников финансирования текущих расходов, которые мобилизованы в результате целенаправленной работы по привлечению средств в денежный и финансовый оборот компании дополнительно к собственным и приравненным.

В составе краткосрочных источников образования привлеченных средств компании: краткосрочные кредиты, мобилизуемые на рынке ссудного капитала; кредиторская задолженность; средства, мобилизуемые на финансовом рынке, на базе использования краткосрочных инструментов; прочие краткосрочные источники финансирования. При этом кредиты и займы в виде выпускаемых краткосрочных облигаций и векселей относятся к заемным средствам, привлеченным в хозяйственный оборот.

Процесс привлечения источников шире процесса заимствования. Привлечение источников в хозяйственный оборот компании осуществляется на заемной и целевой безвозвратной основе. Основной формой привлечения средств компании выступают заимствования. Они в той или иной мере охватывают все четыре группы источников формирования привлеченных средств.

Краткосрочные заемные источники финансирования деятельности компании представляют собой формы проявления категорий денежных средств, кредитных и финансовых ресурсов. Эти формы практически реализуют-

ся в хозяйстве посредством заимствований средств на текущие расходы, которые покрываются за счет и в пределах сформированных собственных и заемных оборотных средств компании.

Под заимствованием краткосрочных источников финансирования расходов компании следует понимать процесс целенаправленного привлечения источника на условиях полной или частичной платности, срочности и возвратности. Результат процесса заимствования – получение долгового источника финансирования расходов кредитного или денежно-финансового происхождения для покрытия текущих финансовых потребностей компании.

В зарубежной литературе принято говорить о долговых обязательствах и долговом финансировании [1, с.362–369; с. 619–676; с.804–814]. Краткосрочные долговые обязательства надлежит понимать, как сумму срочной и просроченной текущей задолженности по заимствованиям денежных средств на срок в пределах одного года, рассчитанных исходя из условий привлечения в хозяйственный оборот каждого из источников. Что касается краткосрочного долгового финансирования, то процесс такого финансирования расходов имеет место тогда, когда имеется источник покрытия расходов. Источник, в принципе может формироваться в результате его создания, или привлечения. Поэтому краткосрочное долговое финансирование следует понимать как финансирование текущих расходов за счет заимствования денежных средств на краткосрочной основе.

Краткосрочные долговые обязательства состоят из кредитных обязательств, кредиторской задолженности и прочих долговых краткосрочных обязательств. Инструментами заимствования выступают практические формы проявления краткосрочных долговых обязательств, т.е. кредита, кредиторской задолженности и мобилизации денежных средств на основе размещения долговых ценных бумаг, как представителей стоимости.

В совокупности эти инструменты, масштабы и особенности их применения составляют содержание и в значительной мере определяют кредитную политику компании как политику заимствования средств для финансирования текущей деятельности, а также размещения временно свободных собственных денежных средств.

Основными инструментами краткосрочного заимствования компаниями источника кредитного происхождения выступают: краткосрочный банковский кредит на финансирование текущей деятельности; коммерческий кредит, получаемый от организаций, не имеющих банковской лицензии; бюджетные кредиты и банковские кредиты с субсидированием процентной ставки за счет бюджетных средств; налоговый кредит, отсрочки и рас-срочки по уплате налогов и сборов.

Краткосрочный кредит – наиболее распространенная долговая форма финансирования текущих расходов компаний. Кредит – банковский и не банковский, например, от дружественной фирмы, компании, – кредит денежный и товарный.

Цена краткосрочного банковского кредита определяется процентной ставкой. Сумма процентов в установленном налоговым кодексом порядке включается в принимаемые в расчет налога на прибыль расходы. При этом цена краткосрочного кредита (Цк) может быть рассчитана по следующей формуле:

$$Цк = Пк * (1 - Пн) ; \quad (1)$$

где:

Пк – процентная ставка по краткосрочному кредиту;

Пн – применяемая процентная ставка налога на прибыль в десятичном исчислении.

Банковский денежный краткосрочный кредит выступает одной из определяющих форм возникновения заемного источника для финансирования текущих финансовых потребностей компании в части кредитования коммерческих и производственных затрат, затрат на оплату труда, внешнеторговых операций, обеспечения предэкспортного финансирования, пополнения оборотных средств. При этом важной задачей финансового управления выступает получение кредита по принципу: на счете сегодня – кредитный договор завтра.

В числе инструментов возникновения источника в результате банковского краткосрочного кредитования нередко используются акцептный кредит, банковский овердрафт, переводной вексель (тратта), экспресс-кредиты под залог акций банка-кредитора, вексельное кредитование.

Использование компаниями такого важного инструмента заимствования средств как краткосрочный банковский кредит сопряжено с фундаментальной основой банковского кредитования – соблюдением условия обеспеченности кредита. Банковский краткосрочный кредит в определяющей мере обеспечивается залоговыми возможностями компании.

Получение короткого кредита и финансирование текущих расходов на основе проведения по существу залоговых операций имеет в хозяйстве многообразные формы проявления. Основная часть из них связана с банковским кредитованием как процессом предоставления кредитного ресурса в распоряжение. Меньшая часть с взаимным кредитованием коммерческих структур на основе платности и возвратности. Третья крупная форма существования финансирования на основе отношений залога, связана с бюджетным финансированием в части возможного выделения таких ресурсов на покрытие отдельных целевых расходов компании под гарантии и обя-

зательства.

Компании могут мобилизовать дополнительные финансовые ресурсы кредитного происхождения на основе следующих наиболее распространенных операций, имеющих непосредственное, или частично связанное с залогом происхождение: прямое банковское кредитование под непосредственный залог (обеспечение); операции репо; операции на основе депонирования ценных бумаг.

Проведение финансовой работы и управление финансами компании требует от финансовых служб постоянного контроля за наличием и состоянием залоговых возможностей бизнеса. В принципе за пределами использования моделей денежно-финансового планирования, финансовые службы призваны контролировать изменения ликвидности той части объектов потенциально возможных и на практике целесообразных к залого, которая не предназначена к продаже, хотя и может быть продана достаточно быстро.

Залог одна из распространенных форм жестких гарантий возврата краткосрочного источника финансовых ресурсов кредитного происхождения, т.е. исполнения текущих кредитных обязательств. Имманентно присуща выдаче краткосрочного кредита, процессу кредитования финансово-хозяйственной деятельности коммерческими банками. Залог лежит в основе кредитного формирования финансовых ресурсов компаний, которые подлежат обязательному денежно-финансовому планированию. Самая распространенная форма кредитного обеспечения прироста финансовых ресурсов фирм и компаний.

Основными объектами залога выступают: государственные ценные бумаги, высоко ликвидные корпоративные ценные бумаги, ордерные ценные бумаги; драгоценные металлы, камни и ювелирные изделия; товарно-материальные ценности на складе (или в обороте по согласованию сторон); основные средства; недвижимость; гарантии первоклассных банков; поручительства; имущественные права (требования), права на интеллектуальную собственность. Оценка стоимости обеспечения производится в зависимости от степени ликвидности предмета залога по соглашению сторон. Подтверждение права собственности компании на предмет залога дифференцируется в зависимости от его вида.

По государственным ценным бумагам, находящимся в бездокументарной форме, в банк обычно представляются: выписка по счету депо и расшифровка номенклатуры ценных бумаг (количество, серия, номер, срок погашения). В случаях, если государственные ценные бумаги находятся в документарной форме, то представляются либо выписка со счета депо, выданная депозитарием по месту хранения бумаг, либо сами бумаги в натуральном виде для осуществления их депонирования.

По корпоративным ценным бумагам, в банк для обеспечения представляются сами ценные бумаги, или выписка по счету депо из депозитария по месту их хранения, а при отсутствии бумажного носителя ценных бумаг – выписка из реестра, выданная его держателем, либо выписка по счету депо из депозитария.

По ордерным ценным бумагам, к которым относятся векселя, чеки, коносаменты, варранты, залогом подлежат подлинные бумаги. В случае, если держатель ценной бумаги не является первым ее владельцем, то его право на эту бумагу должно быть подтверждено непрерывным рядом передаточных надписей (индоссаментов). Последние должны быть либо на самой ценной бумаге, либо на аллонже (продолжении) к ней.

Большинство коммерческих банков в качестве непременного условия для осуществления залога по документарным ценным бумагам требуют предоставления их в натуре. Затем они, как правило, помещаются либо в кассу, либо в депозитарий банка. При этом клиенту открывается счет ответственного хранения. Иногда залогом подлежат ценные бумаги, находящиеся в доверительном управлении залогодателя. Об этом праве распоряжения такими бумагами должно быть четко указано в договоре доверителя с залогодателем.

Для обеспечения кредитной операции драгоценными металлами, камнями, ювелирными изделиями обязательны к представлению в банк те документы, которые прямо подтверждают принадлежность предмета залога залогодателю. Это могут быть договора купли, мены, дарения, платежные документы, накладные и т.п. Кроме того, непременным условием оформления залога выступает сертификат соответствия, лицензия на производство, использование, обращение предметов залога, либо в соответствующих случаях на скупку у населения ювелирных изделий и на их реализацию как вид деятельности.

При залоге товарно-материальных ценностей представляется их перечень к залогом, с указанием места нахождения такого имущества, количества, балансовой стоимости, точного наименования и иных индивидуальных признаков, которые должны позволять отличить предлагаемые в залог товарно-материальные ценности от однородного имущества. Это могут быть заводские номера, штампы и другие качественные характеристики. При залоге товаров в обороте вместо индивидуальных признаков указывается вид закладываемых товаров и обязательно другие характеристики такие, например, как марка, модель, размер, вес и т.п.

По залогом товарно-материальных ценностей обычно требуется представить складскую справку о наличии у залогодателя соответствующего имущества на дату заявки. Справка должна быть подписана руководителем и главным бухгалтером юридического лица. Помимо

складской справки обычно требуют документы, подтверждающие право собственности, а также договора аренды помещений или договора хранения, передаваемого в залог имущества, при использовании помещений, не принадлежащих залогодателю.

По залогом основных средств, в банк представляются документы подтверждающие право собственности на имущество (договора, платежные и таможенные документы, акты приемки-передачи), справка о проценте износа и применяемой норме амортизации по закладываемому имуществу. По закладываемым автотранспортным средствам и прицепах к этим средствам, а также тракторам, самоходным дорожно-строительным машинам и прицепах к ним обычно устанавливается отдельный порядок оформления залога. При этом выдвигаются требования к обязательному перечню сведений в представляемых документах.

По залогом недвижимости коммерческие банки обычно просят от владельца достаточно широкий перечень документов. От документов, подтверждающих право собственности, или хозяйственного ведения в виде соответствующих договоров, свидетельств о праве собственности и внесении в реестр собственности, выданных соответствующими органами по управлению имуществом, и до справки о геокодах, координатах характерных точек объекта, материалов по оценке объекта недвижимости бюро технической инвентаризации, независимыми оценщиками и т.п.

При залоге объектов незавершенного строительства в коммерческий банк, прежде всего, представляются документы, подтверждающие право собственности на незавершенный строительством объект.

При строительстве нового объекта это могут быть решения соответствующих органов исполнительной власти, документы на покупку права застройки, другие материалы.

При реконструкции объекта – материалы на реконструируемый объект, которые относятся к правоустанавливающим документам. Помимо указанных документов, залогодатель также представляет договор строительного подряда, лицензии на выполнение функций заказчика и генподрядчика, проектную, техническую и сметную документацию, разрешение на строительство и документы на отвод земли, документы на согласование для производства отдельных видов работ, а также документы подтверждающие объемы выполненных строительных работ на момент подачи заявки.

Для получения кредита под гарантию первоклассного банка, поручительство, заемщику требуется представить в коммерческий банк надлежащим юридически-правовым образом оформленные документы по таким гаран-

тиям и поручительству.

По залогу имущественных прав (требований), а также прав на интеллектуальную собственность, залогодатель представляет документы, которые подтверждают наличие соответствующего права.

Залоговое финансирование расходов компании всегда выступает как превращенная форма дисконтного кредитования. Дисконт представляет собой скидку с реальной рыночной цены принимаемого в залог объекта, который в случае чего может быть продан держателем залоговой стоимости.

В практике хозяйствования формы прямого банковского краткосрочного кредита под обеспечение дополняются относительно менее распространенными инструментами заимствования. В их числе применяемая форма кредитования, которая получила название операции репо, т.е. продажи актива с правом обратного его выкупа через определенный срок.

Операции по краткосрочному кредитованию компании на основе депонирования принадлежащих ей ликвидных ценных бумаг представляют форму залогового финансирования расходов на основе дисконтного кредитования под обеспечение.

В хозяйственной практике фирм и компаний наряду с банковским краткосрочным кредитом как источником и инструментом текущего заимствования постоянно присутствует такой краткосрочный источник формирования привлеченных средств как кредиторская задолженность.

В значительной мере она возникает в результате не банковского кредитования компании, при предоставлении ей коммерческого кредита, как отсрочки платежа за отгруженный товар, выполненную работу (услугу), или товарного кредита. При получении товарного кредита осуществляется покрытие, имеющейся у компании текущей потребности в осуществлении денежного расхода, без собственно оплаты на момент получения товара с последующим возвратом в товарной форме.

Кредиторская задолженность может быть разделена на формируемую по расчетам с поставщиками и подрядчиками, а также остальную кредиторскую задолженность, в том числе с бюджетом и внебюджетными фондами. Цена кредиторской задолженности поставщикам определена разницей между ценами за срочную и досрочную оплату товаров, работ (услуг), штрафами и пени за просрочку платежа.

Цена кредиторской задолженности по расчетам с бюджетом и внебюджетными фондами определена пени за просрочку в размере $1/300$ части ставки рефинансирования за каждый день просрочки. Расчет суммы при-

читающейся пени за просрочку платежа (Пп) может быть произведен по следующей формуле:

$$Pn = 3 * D * 1/300 * Cp ; \quad (2)$$

где:

3 – сумма задолженности по платежу (тыс.руб.);

D – количество календарных дней просрочки;

Cp – ставка рефинансирования в процентах годовых.

Грамотное управление кредиторской задолженностью по поставкам товаров в рамках проведения своей кредитной политики позволяет получать компаниям ощутимые выгоды за счет увеличения срока погашения кредиторской задолженности, или получения эффекта спонтанного финансирования за счет досрочной оплаты.

Спонтанное финансирование представляет собой условное финансирование в рамках проведения кредитной политики компании, основанное на решении вопроса о целесообразности досрочной оплаты товаров, работ (услуг). Обычно спонтанное финансирование связывается с применением поставщиком и практической реализацией покупателем устанавливаемой скидки с контрактной (договорной) цены товара, работы (услуги) за досрочную против договорных сроков оплату товаров. При этом расчет цены отказа от скидки ($C_{ос}$) осуществляется по следующей формуле:

$$C_{ос} = \frac{C_k}{100 - C_k} * \frac{365}{P_{он} - P_{лн}} * 100 \quad (3)$$

где:

C_k – размер скидки в процентах от договорной цены;

$P_{он}$ – договорный период оплаты в днях;

$P_{лн}$ – льготный период платежа в днях, за которым установлена скидка с цены.

Для принятия решения о досрочной оплате по договору, размер цены отказа от скидки в процентах годовых сопоставляется с действующей ставкой банковского процента по краткосрочному кредиту в валюте платежа. Превышение цены отказа от скидки над ставкой банковского процента указывает на целесообразность досрочной оплаты.

В качестве специфических схемных инструментов коммерческого кредитования и последующего финансирования расходов на основе краткосрочного заимствования могут рассматриваться механизмы краткосрочного оперативного и финансового лизинга, а также толлинга.

Лизинг является особым методом финансирования тех расходов, которые выступают в качестве текущих, или чаще единовременных потребностей предприятий, фирм, компаний. Эти потребности не могут быть покрыты сразу и в полном объеме обычным порядком, т.е. путем полной

оплаты стоимости имущества, которое выступает предметом лизинга. В текущем плане лизинг по существу имеет место при предоставлении одной фирмой другой коммерческого кредита в виде передачи части своих запасов товарно-материальных ценностей на условиях возврата. На сумму денежной оценки стоимости получаемых при этом ценностей у предприятия резко возрастает не обеспеченный собственными оборотными средствами объем "профинансированных" таким образом денежных расходов. Вместе с тем, лизинг это не банковский кредит и не кредит коммерческий в чистом виде, а также не собственно аренда. Это особая договорная форма распределения рисков, гарантий лизингодателя и ответственности участников лизинговой сделки, регулируемая в правовом отношении на основе договоров купли-продажи.

При лизинге сумма денежных расходов на приобретение объекта лизинга как бы финансируется предприятием получателем лизинга без сколько-нибудь существенного источника покрытия. Делается это на основе действующего порядка договорного покрытия стоимости имущества передаваемого предприятию. Стоимость эта возмещается лизингодателю не сразу, а частями по мере использования полученного имущества. Источник такого возмещения вновь создаваемая или получаемая стоимость в денежной форме. Последняя реализуется главным образом как прибыль.

Финансовый лизинг в целом жестче оперативного, поскольку не предусматривает возможность изменения зафиксированного срока лизинга и условий заключенного договора. Если имеет место отказ лизингополучателя от условий договора, то он реализуется, как его право произвести досрочные выплаты общей суммы обязательств по лизинговым платежам. Оперативные лизинговые договоры не предусматривают полной амортизации объекта и отнесения рисков на лизингополучателя.

При оперативном лизинге, когда срок договора годовой или меньше одного года, размеры лизинговых платежей исчисляются по месяцам. Общая сумма лизинговых платежей (Пл) рассчитывается по формуле [3]:

$$Пл = Са + Пк + Кв + Пду + Ндс ; \quad (4)$$

где:

Са – сумма амортизационных отчислений, причитающихся лизингодателю в текущем году;

Пк – плата за используемые лизингодателем кредитные ресурсы, полученные на приобретение имущества – объекта договора лизинга;

Кв – комиссионное вознаграждение лизингодателю за предоставление имущества по договору лизинга;

Пду – плата лизингодателю за дополнительные услуги лизингополучателю, предусмотренные договором лизинга;

Ндс – налог на добавленную стоимость, уплачивае-

мый лизингополучателем по услугам лизингодателя (кроме случаев, когда лизингополучатель выступает малым предприятием).

Общая сумма обязательств по лизинговым взносам может также включать страховые платежи лизингодателя, другие затраты, прописанные в договоре. Расходы по лизингу получателя относятся на себестоимость продукции, работ и услуг.

Важный финансовый аспект лизинга связан с основной расчёта лизинговых взносов – амортизацией. Платежи рассчитываются до конца срока действия договора и с учетом того, что полностью, или неполностью должен быть амортизирован объект лизинга. Получатель лизинга может отказаться от договорного режима лизинговых платежей и платить по обязательствам досрочно.

По своей сути лизинг это инструмент финансирования, прежде всего, внешнеторговых, т.е. экспортных и импортных операций. Предметом лизинга в обе стороны выступают не только главным образом активная часть основных производственных фондов, но и другая готовая продукция. Все расходы на первом этапе покрываются арендодателем, что не требует изначального выделения крупных денежных средств лизингополучателем. Возмещение денежной формы стоимости объекта лизинга может осуществляться в разных вариантах. Часто это экспорт готовой продукции, или сырья, а также обусловленных лизинговым договором продуктов его переработки, полуфабрикатов.

Стоимость объекта лизинговой сделки выступает исходной основой его стоимостной задолженности лизингодателю. Остаток такой задолженности погашается путем уплаты лизинговых взносов. Весь долг должен быть погашен в течение согласованного срока действия лизингового договора.

Расчет размеров лизинговых платежей при их уплате равными долями с оговоренной в договоре ежеквартальной периодичностью лизингового взноса (Лвк) осуществляется по формуле [3]:

$$Лвк = Пл : Сд : 4 ; \quad (5)$$

где:

Пл – общая сумма лизинговых платежей;

Сд – срок договора лизинга, лет;

Расчет размера ежемесячного лизингового взноса с оговоренной в договоре помесечной выплатой лизингового взноса (Лвм) производится по формуле [3]:

$$Лвм = Пл : Сд : 12 \quad (6)$$

Лизинг создает условия для применения инвестиционных налоговых льгот. По лизингу действуют налоговые

льготы. Режим использования прибыли, или части ее получателем лизинга определяется условиями договора. Лизинг может подлежать финансированию со стороны государства. Например, из федерального и региональных бюджетов ежегодно выделяются финансово-бюджетные ресурсы на поддержку сельскохозяйственных производителей. Одним из направлений такого финансирования выступает лизинг сельхозтехники.

Толлинг – форма схемного финансирования производства из оплаченного сторонними организациями и, в этом смысле, давальческого сырья, материалов и других предметов труда, с компенсационными выплатами производителю из сумм получаемой, чаще всего экспортной выручки от продажи готовой продукции, или высокотехнологичных полуфабрикатов. Толлинг, также как и лизинг, представляет собой метод натурально-стоимостного покрытия потребности предприятия, фирмы, компании в осуществлении денежного расхода.

Экономический аспект толлинга – использование производственных мощностей предприятия, фирмы, компании сторонними организациями. Толлинг специфическая форма заимствования для тех производителей, которые не имеют в достатке ресурсов для производства.

Финансовый аспект толлинга для производителя связан с экономией собственных, или возможных заемных оборотных средств на оплату сырья и материалов, с производством товаров из сырья, не купленного у поставщика, а предоставленного им как заказчиком для осуществления его переработки в процессе производства в определенный вид продукции.

Как метод финансирования текущих затрат на производство продукции толлинг может применяться на предприятиях у которых не хватает, или практически отсутствуют собственные оборотные средства для ведения эффективной самостоятельной финансово-хозяйственной деятельности.

В зависимости от того, где покупается заказчиком сырье и материалы для производства, толлинг бывает внутренним и внешним. Применение сопровождается договорными отношениями, которые фиксируют право собственности заказчика на продаваемую продукцию и доходы, гарантии компенсации текущих затрат на оплату труда, вложенного в произведенные из давальческого сырья товары. Практические формы проявления толлинга связаны с тем, что выручка от продажи товаров, включая экспортную ее часть, поступает во владение заказчика и на его счета. Соответственно, денежные доходы и поступления находятся в распоряжении и распределяются не производителем, а заказчиком. Особенности применения толлинга в существенной мере определены разницей внутренних и внешних цен на давальческое сырье, готовую продукцию и налоговых последствий применения такого схемного финансирования текущих денежных за-

трат предприятий.

Бюджетные кредиты и банковские кредиты с субсидированием процентной ставки за счет бюджетных средств, налоговый кредит, отсрочки и рассрочки по уплате налогов и сборов представляют собой краткосрочную бюджетную поддержку бизнеса. Она предоставляется организациям-заемщикам исходя из их финансового состояния и отраслевой принадлежности. Бюджетные кредиты предоставляются под обеспечение. Цена бюджетных кредитов и кредитов с субсидированием процентной ставки существенно ниже рыночной, выступает в виде льготной цены за заемный источник.

К привлеченным средствам, мобилизуемым на финансовом рынке на базе использования краткосрочных инструментов относятся: средства, используемые на текущие расходы и полученные от размещения выпущенных краткосрочных займов в виде облигаций, подлежащих погашению в пределах срока один год; средства, полученные от размещения эмитированных коммерческих облигаций со сроками заимствования до 9 месяцев; средства, полученные в результате продажи или иного использования эмитированных компанией векселей.

Краткосрочные облигации могут выпускаться эмитентом как процентные и беспроцентные. Проценты по облигации (купонная ставка) начисляются по номинальной ее цене. Рыночная цена облигации, как правило, существенно ниже номинала, с дисконтом. Поэтому на практике разница между ценой покупки и номиналом бумаги при ее погашении выступает доходом инвестора, так же как и процент по облигации, если он установлен.

Коммерческие облигации в большей мере выступают краткосрочным инструментом, нежели обычные облигации эмитента, которые лишь в части годовых бумаг могут выступать в качестве краткосрочного инструмента заимствования. В отличие от обычных корпоративных облигаций, выпуск коммерческих облигаций на предъявителя не регистрируется в ФСФР и оказывается в большей мере привязанным к пополнению оборотных средств. Эмитент уплачивает в бюджет налог на эмиссию ценных бумаг в размере 0,2% от номинальной стоимости выпуска и несет сопутствующие расходы по выплате комиссии бирже. Такая дешевизна создает серьезную альтернативу такому краткосрочному инструменту заимствования, каким выступает вексель.

Отличительной особенностью организации процессов финансирования расходов компаний, выступает их финансовое обеспечение и последующее покрытие финансовых потребностей в рамках разрабатываемых и практически реализуемых схем сделок и денежных расчетов с участием векселей. Более 4/5 обращающихся векселей имеют срок погашения в пределах года.

В денежном обороте в хозяйстве обращаются бан-

ковские и корпоративные векселя. В основном это беспроцентные к номиналу векселя, реже процентные. Оба вида покупаются и продаются с определенным дисконтом под доходность конкретной операции. Финансовые векселя Минфина России в хозяйственном обороте не используются, поскольку выпускаются в фискальных целях для оформления задолженности перед Банком России. Обращаемые векселя, как правило, предусматривают передаточные надписи (индоссаменты) о законности предъявления векселя к оплате конкретным обладателем этого векселя по цепочке от прежних обладателей. При этом цепочка обладателей не должна прерываться по ходу записей на обратной стороне векселя.

Корпоративный вексель, как правило, товарный или, что одно и то же, коммерческий вексель, который эмитирован для осуществления платежа в обмен на товары, для оплаты работ, услуг и других платежей в ходе торговых сделок. Вексель выступает не иначе как представителем стоимости, воплощенной в деньгах и выраженной в его номинале. Будучи в соответствии с Венской конвенцией долговой распиской, вексель как носитель стоимости выраженной в денежной или иной форме, выступает не только как платежное средство, но и как средство накопления. Это означает, что использование векселей в практике финансово-хозяйственной деятельности сопряжено с получением источника денежных средств и, нередко, ведет к увеличению финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта.

Под вексельным финансированием финансовых потребностей компаний следует понимать процесс использования ими банковских и корпоративных векселей для покрытия части, или всех денежных расходов данного, конкретного, договорного типа. С операционной точки зрения использование векселей на финансирование расходов компаний можно разделить по следующим направлениям. Вексельное кредитование извне с последующим использованием полученных векселей для финансирования расходов, вексельная эмиссия, когда эмитируются собственные векселя для последующего их использования, вексельная купля-продажа для создания условий для последующего финансирования расходов через осуществление как платежей векселями, так и денежными средствами.

Вексельное финансирование своих расходов всегда сопряжено с получением и использованием предприятиями и организациями векселей в качестве средства платежа, залога, объекта купли-продажи. Вексельное финансирование может быть частично отнесено к схемному финансированию. Однако, покрытие денежных расходов за счет эмиссионных и залоговых операций с векселями имеет и самостоятельное значение.

К прочим источникам формирования краткосрочных привлеченных средств компании и финансирования ее текущих расходов относятся: денежные средства, посту-

пающие в порядке целевых поступлений; денежные средства, получаемые в порядке целевого финансирования; другие источники привлеченных средств.

Целевые поступления могут быть от физических и юридических лиц, в виде пожертвований, благотворительных взносов, отчислений и т.п. поступлений. Средства целевого финансирования можно разделить на: средства целевого бюджетного финансирования; средства целевого внебюджетного финансирования.

К целевому финансированию компаний в принципе относится любое финансирование извне, получаемое ими на покрытие уже произведенных, или предстоящих денежных расходов. Организация получения целевого финансирования и покрытия таких расходов предполагает наличие сметы.

Бюджетное целевое финансирование это финансирование, главным образом, из федерального и нижестоящих бюджетов, т.е. из бюджетной системы.

Открытие финансирования за счет источников финансово-бюджетных ресурсов производится компании на открываемый бюджетный счет и на особо обозначенные целевые направления расходов. Полученные финансовые ресурсы подконтрольны держателю бюджетных кредитов, организациям их выдавшим (перечислившим) и характеризуются, как правило, особыми режимами их использования. Это предполагает не только контроль за их расходованием, но и изъятие образовавшихся свободных остатков средств целевого финансирования, или зачета таких остатков в счет предстоящего финансирования.

Целевое внебюджетное финансирование выступает в хозяйстве в качестве коммерческого и финансирования от инвесторов. Коммерческое финансирование – финансирование от головных организаций объединенных производственных, торговых и иных коммерческих структур.

Средства инвесторов могут неоднократно консолидироваться и отпускаться на финансирование выполнения объявленных краткосрочных проектов или программ. В этом случае они также выступают как источники средств целевого финансирования. Во всех случаях, планируемые к получению финансовые ресурсы подлежат отражению в ходе денежно-финансового планирования в составе средств целевого финансирования и целевых поступлений.

Фирмы и компании могут получать средства целевого финансирования и целевые поступления по конкретным позициям: покрытие расходов по созданию сезонных запасов товарно-материальных ценностей и осуществлению сезонных затрат; финансирование реструктуризации производства и комплекса иных затрат в отдельных отраслях; финансирование лизинга; дотации на различия

в ценах по отдельным видам продукции. Кроме того, к целевым денежным средствам также относятся: финансирование по перераспределению денежных средств и финансовых ресурсов; финансирование капитальных вложений, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ; финансирование инвесторами юридическими и физическими лицами; другие целевое финансирование и целевые поступления.

Предприятия, фирмы, компании сезонных отраслей хозяйства, как правило, несут затраты круглый год, а в определенное время года (сезон) доходов не хватает или они фактически почти не поступают. С другой стороны, возникают дополнительные издержки в определенный сезон года для проведения необходимых работ.

К таким организациям, где объективно возникает повышенная финансовая потребность на создание сезонных запасов и осуществления сезонных повышенных затрат относятся сельхозпроизводители и другие организации сельского хозяйства, золотодобывающая промышленность, речной и морской транспорт, другие отрасли. Покрытие сезонных потребностей в создании запасов товарно-материальных ценностей сопряжено, в частности, с финансированием повышенных и дополнительных затрат по осуществлению завоза продовольствия, топлива и других товаров (так называемые "севера").

Целевое финансирование реструктуризации производства и комплекса иных затрат долгосрочного и краткосрочного характера осуществляется, например в угольной и некоторых других отраслях хозяйства, по решениям правительства Российской Федерации.

Целевое финансирование операций по лизингу имеет место из федерального и региональных бюджетов, а также в коммерческом порядке вышестоящими организациями фирмы, компании.

Дотации на покрытие разниц в ценах носят строго целевой характер и возникают всякий раз в тех случаях, когда органы исполнительной и законодательной власти федерального и регионального уровня принимают решения о регулировании цен на отдельные товары, работы и услуги с целью их социально значимого ограничения и удержания на относительно низком уровне. Под разницу между ценой, по которой товар продавался бы в условиях рыночного хозяйства и той пониженной ценой, по которой он реально отпускается потребителю у организаций могут возникать позиции целевого финансирования их расходов в виде дотаций на разницы в ценах.

Финансирование по перераспределению выступает важным инструментом мобилизации краткосрочных возвратных средств и представляет собой целевое предоставление денежных средств и финансовых ресурсов фирмам и компаниям в распоряжение вышестоящими или объединяющими структурами управления.

По части предприятий и организаций, относящихся к существующим федеральным и региональным органам управления, такое предоставление денежных средств может осуществляться со счетов министерства, ведомства, комитета, фонда, федеральной и региональной службы, агентства и т.п.

Для коммерческих вышестоящих организаций целевое выделение средств по перераспределению вниз и по горизонтали осуществляется с их счетов. В ходе перераспределения денежных средств и финансовых ресурсов используются, как правило, расчетные, валютные и лицевые счета.

Отличие перераспределения денежных средств от перераспределения финансовых ресурсов состоит в том, что могут перераспределяться не просто деньги, а в рамках таких денежных перечислений соответствующие им источники финансовых ресурсов по финансовым планам и бюджетам. Например, амортизация, чистая прибыль, свободные остатки фондов и резервов, образованные за счет прибыли.

Перераспределяемые денежные средства и финансовые ресурсы, как перечисленные и полученные, учитываются всеми участниками таких операций. Целевые денежные средства по перераспределению могут быть возвратными и безвозвратными, т.е. получаемыми в порядке денежных вливаний. Возвратные денежные средства по перераспределению обычно характеризуются срочностью, реже платностью. Они могут выделяться с взиманием и без взимания процентов.

Целевое финансирование на основе привлечения сторонних средств по перераспределению увеличивает финансовые ресурсы получателя. Такое финансирование может осуществляться на основе первичной документации, отчетных и оперативных данных. Проводится платежными поручениями с указанием назначения платежа как средства, направляемые в порядке перераспределения на целевые расходы получателя. Возврат ранее полученных денежных средств по перераспределению осуществляется в том же порядке на счет получателя с указанием назначения платежа как возврат средств, полученных по перераспределению.

Финансирование предприятий и организаций по перераспределению может уменьшать, или не уменьшать финансовые ресурсы отправителя денежных средств. Уменьшение финансовых ресурсов отправителя происходит в том случае, если источником перечислений выступают собственные, или занятые оборотные средства.

Финансовые ресурсы отправителя денежных средств по перераспределению не уменьшаются, когда источником их возникновения выступают привлеченные в порядке перераспределения денежные средства других предприятий, фирм, компаний.

Более того, финансовые ресурсы отправителя, при известных условиях, могут даже возрасти в случаях отпущения денежных средств в меньших размерах против полученных по перераспределению, или предоставлению денежных средств под процент при беспроцентном их получении в порядке перераспределения.

В общем и целом суммы перераспределяемых финансовых ресурсов внутри, например холдинга, или корпорации, не увеличивают финансовых ресурсов системы. Однако, само перераспределение денежных средств и финансовых ресурсов внутри такой системы позволяет экономить возможные издержки по заимствованиям на кассовые, т.е. плановые и, что немаловажно, на внеплановые заимствования денежных средств всей совокупностью предприятий, фирм, компаний входящих в систему.

Это по существу означает, позитивный характер самого процесса перераспределения денежных средств и финансовых ресурсов в сложных финансово-экономических системах. В этом смысле, статья денежных поступлений в виде целевого финансирования по перераспределению весьма полезна не только предприятию, но и системе, где оно функционирует.

Финансирование в порядке перераспределения денежных средств и финансовых ресурсов в таких системах позволяет не только избегать дорогостоящего кредитования, не только компенсировать временные, или чрезвычайные расходы, но и что немаловажно, позволяет концентрировать денежные средства и финансовые ресурсы на необходимых и запланированных направлениях их вложения по месту и времени осуществления денежных затрат. Финансирование предприятий и организаций в порядке перераспределения их денежных средств и финансовых ресурсов представляет собой важный и действенный инструмент обеспечения процесса оптимизации их финансово-хозяйственной деятельности.

ции их финансово-хозяйственной деятельности.

Этот инструмент финансирования может быть плановым и фактическим. В обоих случаях денежные средства и финансовые ресурсы движутся реально в распоряжение получателя, или от отправителя-контрагента получателю в виде перечислений со счетов. Источники же такого денежного перераспределения могут быть разные. Все формы обеспечения финансирования организаций по перераспределению, за исключением перераспределения заемных средств, выступают суть как перераспределение определенной доли собственных и приравненных к ним оборотных средств.

Вышестоящая организация, обеспечивающая учет и финансовый контроль за движением средств по перераспределению между организациями системы, может периодически, в зависимости от объемов и частоты таких платежей, производить квартальные, или годовые зачеты, возникающих взаимных требований и осуществлять взаимные расчеты, регулирующие остатки задолженности предприятий. Взаимные расчеты по урегулированию задолженности проходят в виде денежных потоков через вышестоящую организацию, или осуществляются напрямую между предприятиями, фирмами, компаниями под непосредственным контролем вышестоящей организации.

Фактические платежи предприятий и организаций по перераспределению и получение ими денежных средств в результате такого перераспределения могут выступать в виде внеплановых и сверхплановых. Вне плана может быть перераспределен любой источник финансирования, имеющийся в системе. Сверх плана перераспределяется источник, запланированный к получению, или изъятию, но в размерах превышающих плановые проекторки на месяц, квартал, год.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. 2-е русск. изд. (пер. с 7-го междунар. изд.) – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2008. – 1008 с.
2. Большаков С.В. Краткосрочные источники финансирования и инструменты обеспечения роста собственных средств компании. //Корпоративные финансы: теория, методология практика. Сборник материалов. Выпуск 3. – М.: Финуниверситет при Правительстве Российской Федерации, 2012. – с. 12–19, (156 с).
3. Методические рекомендации по расчету лизинговых платежей. – Утв. Минэкономразвития России 16.04.1996 г.
4. Моляков Д. С. Финансы предприятий отраслей народного хозяйства. Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 200 с.
5. Моляков Д.С., Шохин Е.И. Теория финансов предприятий. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 112 с.
6. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Финансы организаций: менеджмент и анализ. Учебное пособие. – 2-изд., перер. и доп. – М.: Эксмо, 2005. – 512 с.
7. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Оценка финансового состояния корпорации. // Вестник Финансового университета. – 2011, №1. – с. 22–28.
8. Самылин А.И. Финансовый менеджмент. Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 413 с.
9. Самылин А.И. Корпоративные финансы. Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 473 с.
10. Финансовый менеджмент. Учебник. Колл. авторов./Под редакцией проф. Е.И. Шохина. – 4-е изд., стер. – М.: Кнорус, 2012. – 480 с.
11. Финансы предприятий: теория и практика. Учебник. Большаков С.В. – М.: Книжный мир, 2006. – 617 с.

ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА ВАРИАНТА СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

JUSTIFICATION OF THE CHOICE OF THE VARIANT OF THE CAPITAL STRUCTURE TO ENSURE THE FINANCIAL SECURITY OF THE ENTERPRISE

E. Durneva

Annotation

On the basis of correlation and regression analysis, the author of the variety of financial and economic indicators selected those which are most fully and accurately reflect the state of the enterprise. The paper presents the calculation of the integral index of financial security company. The author suggests a procedure for choosing the optimal capital structure in view of the integral index.

Keywords: financial and economic situation, the integral measure of financial security company 's capital structure.

Дурнева Елена Николаевна

Аспирант, ФГБОУ ВПО

"Государственный университет – УНПК", г. Орел

Аннотация

На основе проведенного корреляционно-регрессионного анализа автором из всего многообразия финансово-экономических показателей выбраны те из них, которые наиболее полно и качественно отражают состояние предприятия. В статье представлен расчет интегрального показателя финансовой безопасности предприятия. Автором предложен порядок выбора оптимальной структуры капитала с учетом данного интегрального показателя.

Ключевые слова:

Финансово-экономическое состояние, интегральный показатель финансовой безопасности предприятия, структура капитала.

В условиях рыночной экономики структура источников формирования имущества является ключевым фактором (условием) устойчивого развития предприятия. Имущество предприятия формируются не только за счет собственных средств предприятия, но и за счет финансовых ресурсов, аккумулируемых на финансовом рынке. Поэтому из всех направлений обеспечения устойчивости развития предприятия, определяющим является выбор и обоснование такого варианта структуры капитала, при котором будет обеспечиваться желаемый уровень развития, но будет также обеспечена высокая рентабельность и низкий уровень финансового риска.

При проведении внешнего мониторинга финансово-экономического состояния промышленных предприятий, предполагающего обследование большого количества объектов целесообразна разработка и внедрение в практическую деятельность предприятий критерия, который оперативно и с небольшими временными затратами позволит провести экспресс-анализ финансово-экономического состояния предприятия и оценить степень его финансовой безопасности.

Проведенное исследование показало, что финансовая безопасность – это обобщающая характеристика, интегральный показатель, который находится под воздействием многообразия результирующих факторов, по-

зволяющих разносторонне оценивать производственно-хозяйственную деятельность предприятия и делать вывод о его финансово-экономическом состоянии [1, 3].

Интегральный показатель финансовой безопасности позволяет, используя достаточно ограниченный (незначительный по количеству) круг финансово-экономических коэффициентов, оценить финансово-экономическое состояние предприятия и сделать по нему заключение. При этом можно ограничиться несколько упрощенным, хотя и вполне достаточным финансово-экономическим анализом с представлением небольшого количества самых значимых частных показателей, позволяющих получить значение интегрального показателя. Если же имеют место определенные изменения показателя или его отклонения в сторону ухудшения – тогда необходимо будет провести комплексный анализ финансового состояния предприятия для выявления "узких" мест и их устранения.

В данной статье предлагается определить величину интегрального показателя финансовой безопасности предприятия ОАО "Тяжпрессмаш". Данный показатель строится на значениях коэффициентов, полученных из фактических результатов его производственно-хозяйственной деятельности.

Все многообразие показателей, характеризующих

финансово-экономическое состояние предприятия, предлагается сгруппировать следующим образом:

- ◆ показатели, характеризующие управление пассивами (коэффициенты автономии (Ка), финансовой устойчивости (Кфу), финансирования (платежеспособности) (Кф), рентабельности собственного капитала (РСК));
- ◆ показатели, характеризующие состояние активов (коэффициент оборачиваемости активов (КОА), рентабельность оборотного капитала (РОК);
- ◆ показатели, характеризующие одновременно эффективность использования и активов, и пассивов предприятия (коэффициент финансовой независимости (Кфн), коэффициент текущей ликвидности (Ктл), коэффициент абсолютной ликвидности (Кал), коэффициент оборачиваемости капитала (Кок), доля собственных оборотных средств в покрытии запасов (Дсос), коэффициент маневренности (Км), коэффициент финансового левериджа (Кфл) [1, 2].

Автором статьи проведен корреляционно-регрессионный анализ, позволивший выявить степень взаимного влияния выбранных финансовых показателей и коэффициентов друг на друга, с целью последующего отбора взаимосвязанных и взаимозависимых показателей для определения интегрального критерия финансовой безопасности.

В качестве функции при анализе активов ОАО "Тяжпрессмаш" был выбран показатель рентабельности обо-

ротных активов, а при анализе пассивов – показатель рентабельности собственного капитала.

Проведенный корреляционно-регрессионный анализ позволил сделать вывод о том, что на пассивы ОАО "Тяжпрессмаш" существенное влияние оказывают коэффициент автономии и коэффициент финансовой устойчивости (их степень влияния одинакова – 0,35) и коэффициент финансирования (степень влияния 0,3). На состояние активов данного предприятия оказывают влияние семь коэффициентов, у шести из которых (коэффициент финансовой независимости, коэффициент финансового левериджа, коэффициент маневренности, доля собственных оборотных средств в покрытии запасов, коэффициент текущей ликвидности, длительность оборота оборотных активов) степень влияния на активы практически одинакова (примерно на уровне 0,14–0,16) и только у коэффициента абсолютной ликвидности степень влияния на уровне 0,08.

При осуществлении расчета интегрального показателя финансовой безопасности будем руководствоваться тем соображением, что баланс любого предприятия состоит из активов и пассивов, поэтому каждой группе коэффициентов, характеризующих состояние активов и пассивов, присвоим по 0,5.

Таким образом, расчет интегрального показателя финансовой безопасности для ОАО "Тяжпрессмаш" осуществляется по формуле 1:

$$ИП_{\phi Б} = 0,5 \times (0,35 \cdot K_A + 0,35 \cdot K_{\phi y} + 0,3 \cdot K_{\phi}) + 0,5 \times \left(\begin{array}{l} 0,15 \times K_{\phi H} + 0,16 \times K_{\phi Л} + 0,14 \times K_M + \\ + 0,17 \times K_{COC} + 0,16 \times K_{KOA} + 0,14 \times K_{TL} + 0,08 \times K_{AL} \end{array} \right) \quad (1)$$

Проведенные нами исследования показали, что негативное влияние на значительное ухудшение состояния анализируемого предприятия оказали изменения, произошедшие в структуре его капитала.

Ежегодно, на протяжении 2010–2012 г.г., происходит уменьшение удельного веса собственного капитала в структуре пассивов ОАО "Тяжпрессмаш" и возрастает доля заемных обязательств. Если в 2010 г. соотношение собственного и заемного капитала составляло 68 : 32, то в 2012 г. это соотношение значительно изменилось и составляло примерно 50:50. Но вместе с тем, проведя комплексную оценку риска финансового состояния, можно отметить, что в 2010 г. предприятие находилось в зоне допустимого риска, а в 2011–2012 г.г., имея "идеальную" структуру капитала, оно попало в зону критического риска.

Полученные результаты еще раз доказывают тезис о том, что в современной экономике нет единственно верного варианта соотношения между собственными и заемными средствами. Для каждой компании на определенном этапе её развития, с учетом достижения постав-

ленных целей и задач, определяется свой вариант соотношения. Этот вариант должен позволить предприятию, с одной стороны, развиваться, увеличивать доходы, повышать свою привлекательность на рынке, а с другой – сохранять при этом определенный уровень финансовой независимости и от кредиторов, и от изменений, происходящих на кредитном рынке. Опасности, возникающие в связи с высоким уровнем краткосрочных и долгосрочных заимствований, проявляются в увеличении зависимости компании от "поставщиков" кредитных ресурсов.

Выбор того или иного варианта формирования структуры капитала ОАО "Тяжпрессмаш" считаем целесообразным осуществлять с учетом разработанного интегрального показателя финансовой безопасности, нахождение которого призвано обеспечить бесперебойное, эффективное и устойчивое функционирование "финансовой системы" отдельно взятого хозяйствующего субъекта.

В таблице 1 представим показатели средневзвешенной цены капитала, рентабельности капитала и интегрального показателя финансовой безопасности, рассчитанные при различных вариантах структуры капитала.

Таблица 1.

Расчет интегрального показателя финансовой безопасности при разных вариантах структуры капитала

| Наименование показателя | Вариант структуры капитала (ЗК/СК) | | | | | | | Норматив |
|---|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------|
| | 20/80 | 30/70 | 40/60 | 50/50 | 60/40 | 70/30 | 80/20 | |
| 1. Коэффициент автономии (финансовой независимости) | 0,8 | 0,70 | 0,6 | 0,5 | 0,4 | 0,3 | 0,2 | > 0,6 |
| 2. Коэффициент финансирования | 4,0 | 2,33 | 1,5 | 1 | 0,667 | 0,429 | 0,250 | > 1,0 |
| 3. Коэффициент финансового левериджа | 0,25 | 0,429 | 0,667 | 1 | 1,5 | 2,333 | 4 | > 1,0 |
| 4. WACC, % | 5,312 | 5,848 | 6,384 | 6,920 | 8,596 | 9,672 | 11,088 | |
| 5. RCK | 2,4 | 4,1 | 6,4 | 9,6 | 16,8 | 28,0 | 51,2 | |
| ИП _{ФБ} (рассчитан автором) | 0,592 | 0,501 | 0,865 | 0,619 | 0,867 | 0,602 | 0,587 | > 0,818 |

Данные таблицы 1 показывают, что для исследуемого предприятия целесообразно, на наш взгляд, использовать следующее соотношение заемного и собственного капиталов: 40ЗК / 60 СК. При указанной структуре значения коэффициентов автономии и финансирования превышают установленные значения, остается достаточно невысокой средневзвешенная стоимость капитала, но при этом значение коэффициента финансового левериджа ниже норматива, что сказывается на относительно невысокой рентабельности собственного капитала. Кроме того, значение интегрального показателя финансовой безопасности выше рассчитанного нормативного значения. При большем перевесе в сторону собственного капитала (30 % ЗК и 70% СК, а также 20% ЗК и 80% СК) хотя и сохраняется достаточно невысокой средневзвешенная стоимость капитала, но рентабельность собственного капитала остается на очень низком уровне, а значения коэффициентов автономии и финансирования значительно ниже установленных нормативов. Если же рассматривать значительное преобладание заемного капитала в структуре пассивов (с долей более

70%), то наблюдается картина значительного скачкообразного роста рентабельности собственного капитала, вместе с которой растет уровень финансового риска и средневзвешенная цена капитала.

Таким образом, расчет предлагаемого показателя помогает сделать вывод менеджменту предприятия о составе и структуре капитала. Поэтому он может найти широкое применение в практической деятельности как потенциальных инвесторов, которые заинтересованы во вложении средств в развитие конкретного предприятия, коммерческих банков, при рассмотрении вопросов о возможности кредитования и суммах заемных средств, так и органов государственного управления, при проведении ежегодных мониторингов и при решении вопросов о предоставлении бюджетных кредитов или финансовой помощи. Немаловажным достоинством предлагаемого интегрального показателя финансовой безопасности является то, что он определяется исходя не из субъективного экспертного метода, а является фактически рассчитанным для конкретного хозяйствующего субъекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Любушин Н.П., Бабичева Н.Э, Галушкина А.И., Козлова Л.В. Анализ методов и моделей оценки финансовой устойчивости организаций// Экономический анализ: теория практика. – 2010. – № 1.
2. Пожидаева Т.А. Сравнительная характеристика внешнего (финансового) и внутрихозяйственного контроля деятельности организации / Т.А. Пожидаева // Экономический анализ: теория и практика – 2012г. – №9.
3. Сорокина О.Н. Содержание финансовой безопасности предприятия// Российское предпринимательство. – 2012. – № 14. – С. 74–80.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ВАЛЮТНОГО КОНТРОЛЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

IMPROVEMENT OF CURRENCY REGULATION AND CURRENCY CONTROL IN RUSSIAN FEDERATIONS

V. Kamalova

Annotation

Now against general globalization of the economic relations, there is a world tendency of liberalization of currency transactions. This factor is wrapped in growth of interdependence of the countries from an economic situation of each other, the increasing speed of movement of the capital and is characterized by need of a correcting of monetary and credit and currency policy.

Keywords: Currency regulation, currency control, globalization, dynamic changes, financial and economic policy.

Камалова Венера Тальгатовна

Ассистент менеджера в отделе по работе с финансовыми структурами и телекоммуникационными компаниями; магистрант Финансового университета при Правительстве РФ

Аннотация

В настоящее время на фоне всеобщей глобализации экономических отношений, существует мировая тенденция либерализации валютных операций. Данный фактор оборачивается ростом взаимозависимости стран от экономического положения друг друга, возрастающей скорости движения капитала и характеризуется необходимостью корректирования системы валютного контроля.

Ключевые слова:

Валютное регулирование, валютный контроль, глобализация, динамические изменения, финансово-экономическая политика.

С переходом России к рыночным отношениям в экономике весьма важными и трудноконтролируемыми вопросами являлись невозврат в Российскую Федерацию валютной выручки от экспорта товаров и оказания услуг отечественными предприятиями и организациями, а также бестоварный перевод ими валюты и сделки по фиктивным импортным контрактам. В результате на счетах в иностранных банках скопились огромные валютные средства, принадлежащие отечественным предприятиям и организациям, чем наносится значительный ущерб экономической безопасности государства, поскольку суть вывоза капитала сводится к изъятию части ресурсов из процесса национального экономического оборота и включению их в производственный процесс в других странах [3].

В этой связи потребовалось создание в России комплексной системы валютного регулирования и контроля за проводимыми отечественными предприятиями и организациями экспортными, импортными и другими внешнеэкономическими операциями.

Правовое регулирование в Российской Федерации порядка совершения операций с каждым видом валютных ценностей различно. Порядок обращения и использования наличной иностранной валюты и ценных бумаг в иностранной валюте устанавливает Центральный Банк Российской Федерации.

Субъектами валютных отношений выступают резиденты и нерезиденты Российской Федерации. В основе деления субъектов валютного рынка на "резидентов" и "нерезидентов" лежит общепризнанный в международном частном праве критерий "оседлости". Резидентами Российской Федерации признаются юридические лица, созданные в соответствии с ее законодательством и имеющие в ней местонахождение. При определении круга физических лиц-резидентов принимается во внимание критерий постоянного места жительства, известный в международном частном праве как критерий "домициляции".

Среди полномочий правительства в сфере бюджетной, финансовой, кредитной и денежной политики названо и осуществление валютного регулирования и валютного контроля. Помимо общего руководства работой федеральных органов исполнительной власти в валютной сфере на Правительство Российской Федерации возложены следующие полномочия: разграничивает функции органов исполнительной власти в области валютного контроля и при этом обеспечивает их взаимодействие между собой и с Банком России.

К числу органов валютного контроля относятся только те федеральные органы исполнительной власти, которые уполномочены на осуществления соответствующих функций Правительством Российской Федерации.

В настоящее время таким органом является Федеральная служба финансово-бюджетного надзора (далее по тексту – Служба). Служба проводит ревизии и проверки правомерности и эффективности использования средств федерального бюджета, средств государственных внебюджетных фондов и материальных ценностей, находящихся в федеральной собственности на территории России и за рубежом, а также осуществление таких ревизий и проверок по мотивированному обращению руководителей правоохранительных органов федерального уровня и субъектов федерации.

Также в функции службы входит проведение мероприятий по предупреждению, выявлению и пресечению нарушений законодательства в финансово-бюджетной сфере, осуществление надзора за исполнением законодательства о финансово-бюджетном контроле и надзоре органами финансового контроля федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов федерации и органов местного самоуправления.

Служба осуществляет контроль за соответствием проводимых резидентами и нерезидентами (кроме кредитных организаций и валютных бирж) валютных операций валютному законодательству, условиям лицензий и разрешений, а также за соблюдением ими требований актов органов валютного регулирования и валютного контроля; совместно с агентами валютного контроля, правоохранительными, контролирующими органами исполнительной власти проводит проверки полноты и правильности учёта и отчетности по валютным операциям, а также по операциям нерезидентов, осуществляемым в рублях.

С вступлением в силу Федерального Закона от 10.12.2003 №173-ФЗ "О валютном регулировании и валютном контроле" органы валютного контроля полностью исключены из сферы регулирования валютных отношений. Правда, указанное ограничение распространяется только на федеральные органы исполнительной власти, уполномоченные Правительством Российской Федерации, поскольку Банк России сохранил за собой статус и органа валютного регулирования, и органа валютного контроля.

Агентами валютного контроля являются уполномоченные банки и не являющиеся уполномоченными банками профессиональные участники рынка ценных бумаг, а также государственная корпорация "Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)", таможенные органы и налоговые органы.

Необходимость совершенствования системы валютного регулирования и валютного контроля широко обсуждается в российской печати и в средствах массовой

информации. Появляются публикации о невозможности эффективного противодействия утечке капитала с помощью мер валютного контроля. При этом иногда делается вывод, что России валютный контроль не нужен вообще. Следует отметить, что это утверждение не имеет оснований [2].

В настоящее время наиболее продуктивными представляются следующие пути трансформации системы валютного контроля:

Во-первых, переход к разумному совмещению принципов предварительного и последующего валютного контроля. Во многих зарубежных странах операции по сделке, имеющей признаки легализации незаконно полученных доходов или другие признаки подозрительности, кредитной организацией могут быть приостановлены, о чем информируются соответствующие компетентные органы, а, в крайнем случае – клиенту отказывается в проведении такой операции. Наиболее показателен в этом отношении опыт Италии, законодательство которой является наиболее эффективным в плане предупреждения "отмывания" криминальных капиталов и рекомендовано ЕС в качестве образца для унификации национальных законодательств в этой области.

Так, например, в законодательстве Италии установлено 150 признаков, свидетельствующих о возможной принадлежности банковской операции к разряду криминальных акций. Информация о таких операциях банками передается в специальное Валютное бюро для проверки и, в случае подтверждения подозрения в попытке осуществления преступной финансовой акции, направляется далее в следственный департамент по борьбе с мафией Министерства внутренних дел и службу валютной полиции Финансовой гвардии с целью проведения ими следственных мероприятий [4].

Во-вторых, трансформация валютного контроля должна осуществляться параллельно с созданием системы государственного финансового контроля и в дальнейшем стать одной из его составных частей. Валютный контроль в целях борьбы с отмыванием криминальных капиталов и обеспечения прозрачности финансовых операций существует во многих странах – как развитых, так и в странах с переходной экономикой. При этом его существование нигде не рассматривается как противоречие либеральной модели рыночной экономики. Международный опыт показывает, что система валютного контроля в том или ином виде предусматривает осуществление мониторинга валютных операций для выявления противоправных действий в кредитно-финансовой, налоговой и бюджетной сферах, а также четкую и работоспособную организационную структуру, состоящую из специализированных государственных органов, наделенных соответствующими полномочиями.

Что касается организационной структуры, то международный опыт свидетельствует: высокая эффективность государственного финансового контроля во многом является следствием того, что эту работу выполняют специализированные организации [5].

В практике всех ведущих индустриальных стран на смену валютному контролю пришли системы государственного контроля за финансовыми операциями. В Российской Федерации валютное регулирование и контроль на сегодняшний день являются единственным инструментом, способным противодействовать утечке капитала. Соответственно резкая либерализация валютного контроля, либо его отмена может неблагоприятно сказаться на экономической ситуации в государстве в целом, поскольку законодательная база, предусматривающая комплексное применение инструментов, использование которых позволяет эффективнее бороться с утечкой капитала и с отмыванием преступных доходов, в настоящее время находится на этапе становления.

В системе валютного регулирования и валютного контроля велика роль уполномоченных банков.

Практика применения норм валютного законодательства показывает, что нередко нарушения валютного законодательства происходят по вине уполномоченных банков. Все эти нарушения можно разделить на умышленные и неумышленные, и происходят они в основном из-за несовершенства валютного законодательства. Опыт работы уполномоченных банков в сфере валютных операций и международных расчетов позволяет определить проблемы, связанные с действующим валютным законодательством. В соответствии с существующим законодательством основное бремя ответственности за соответствием проводимых операций требованиям валютного законодательства Российской Федерации лежит на уполномоченных банках как агентах валютного контроля. При этом надо отметить, что отсутствие нормативных документов, регулирующих проведение отдельных видов операций, усложняет практическую деятельность участ-

ников системы валютного контроля [6].

Например, до сих пор отсутствуют четкий порядок совершения расчетов за услуги, работы, результаты интеллектуальной деятельности, не определен порядок расчетов в иностранной валюте между физическими лицами.

Установление порядка проведения операций, не нашедших своего отражения в действующих законодательных и нормативных актах, может являться одним из основных направлений, упрощающих и совершенствующих работу участников расчетов и контролирующих органов.

Также, к путям совершенствования системы валютного регулирования и валютного контроля, можно отнести увеличение числа пользователей информационной базы данных среди органов валютного контроля, что позволит вовлечь в процесс информационного обмена по каналам электронной связи всех контролирующих органов (например, налоговых органов). Широкое использование телекоммуникационного обмена позволило бы значительно сократить документооборот и трудоемкость проводимой уполномоченными банками работы по представлению информации, нередко дублируемой в различные инстанции.

Понятно, что даже самая совершенная нормативная база не сможет охватить весь спектр возможных операций. Всегда будут вопросы, не охваченные нормативной базой. Сложившаяся практика обращения уполномоченных банков в Банк России за консультациями не позволяет в большинстве случаев получать ответ оперативно. Поэтому было бы целесообразно в законодательном плане установить конкретные сроки предоставления ответа со стороны Центрального Банка Российской Федерации.

Решение имеющих место проблем валютного регулирования и валютного контроля, создание эффективно работающей системы, упрощение обмена информацией между участниками возможно лишь в процессе взаимодействия всех сторон системы, совершенствования нормативной базы, а также унификации методов контроля.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ "О валютном регулировании и валютном контроле" (ред. от 23.07.2013).
2. Аникин О.Б. Международные валютно-финансовые и кредитные отношения: учеб. пособие. – М.: Флинта: МПСИ, 2010. – 240 с.
3. Анисимов Д.В. Некоторые аспекты валютного регулирования в условиях валютного кризиса // Дайджест-финансы. 2010. №11(167). С.6.
4. Булатов А.С. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник. – М.: Магистр, 2008. – 654 с.
5. Буторина О.В. Антикризисная стратегия Европейского союза: ближние и дальние рубежи // Полития. 2010. № 3. С. 7.
6. Буторина О.В. Мировые финансы к 2020 году // Россия и мир. Новая эпоха. 12 лет, которые могут все изменить / под ред. С.А. Караганова. – М.: АСТ, 2011. – 64 с.

ИННОВАЦИИ СФЕРЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НА ПРИМЕРЕ ЗАО ВТБ24

INNOVATIONS OF THE SPHERE OF MORTGAGE LENDING: PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS ON THE EXAMPLE OF VTB 24

L. Khamadullina

Annotation

Serious problem both for separate Russian banks, and for all banking system is need underestimation introduction of innovations in the sphere of the mortgage lending, caused by importance in creation and functioning of market mechanisms in the residential real estate sphere, the social importance, and also long term of relationship.

Keywords: innovations, mortgage lending, problems, prospects, development.

Хамадуллина Лейсан Филаритовна

*Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации,
Москва*

Аннотация

Серьезной проблемой как для отдельных российских банков, так и для всей банковской системы является недооценка необходимости внедрение инноваций в сфере ипотечного кредитования, обусловленных важностью в создании и функционировании рыночных механизмов в сфере жилой недвижимости, социальной значимостью, а также долгосрочностью взаимоотношений.

Ключевые слова:

Инновации, ипотечное кредитование, проблемы, перспективы, развитие.

Стратегия ипотечного жилищного кредитования является одной из конкурентных стратегий, в совокупности формирующих портфельную стратегию бизнеса коммерческого банка. Элементы вектора роста, определяемые в рамках стратегии ипотечного жилищного кредитования, должны базироваться на четком позиционировании предлагаемых ипотечных продуктов, осознании их конкурентных преимуществ, учете возможных синергетических взаимосвязей – положительных и отрицательных – между собой и с другими банковскими продуктами и возможной взаимозаменяемостью как по ресурсам, так и по результатам [5].

Основой стратегического выбора банком "ВТБ-24" методов конкуренции и кооперации на рынке ипотечного жилищного кредитования являются:

- ◆ достигнутая позиция, оцененная по объемам кредитования и по клиентской базе;
- ◆ результаты факторного анализа динамики рыночных долей банка;
- ◆ наличие/отсутствие сильных и слабых сторон с позиций развития деятельности в сфере ипотечного жилищного кредитования;
- ◆ общая направленность стратегического развития и базовые стратегические установки.

Кооперацию на рынке ипотечного кредитования следует рассматривать в более широком смысле, нежели сотрудничество между банками-кредиторами. Кооперация может реализоваться в партнерских программах на основе соглашений между банками-кредиторами и ипо-

течными брокерами, страховщиками, застройщиками.

В настоящее время уже имеются примеры успешного сотрудничества. Так, банк ВТБ24 сотрудничает более чем с 1000 застройщиками.

Партнерские отношения могут использоваться банками не только дополнительного привлечения клиентов, но и для проведения совместных информационных и рекламных мероприятий. Выгоды заемщика, которые он может получить в результате функциональной кооперации субъектов СИЖК, заключаются в возможности получения комплекса услуг и обеспечении более выгодных условий кредитования. Условия партнерских соглашений способны оказывать сдерживающее влияние на использование таких приемов конкурентной борьбы, как необоснованная либерализация или неоправданное ужесточение условий кредитования [6].

Представим инновационные направления методов конкуренции на рынке ипотечного жилищного кредитования банка ВТБ24 с учетом степени доминирования банка:

- ◆ продолжение наступления: анализ достаточности ресурсов для продолжения инноваций и усиления давления на конкурентов;
- ◆ стабилизация позиций: поддержание достигнутого уровня, установление входных барьеров, улучшение технологий, сервиса для клиентов и сбалансированность процентных ставок, сохранение доли рынка;
- ◆ борьба с конкурентами: развертывание кампаний давления на конкурентов, активное привлечение потенциальных заемщиков и поставщиков долгосрочных

ресурсов, дискредитация конкурентов, переманивание персонала;

- ◆ создание собственных стандартов ипотечного кредитования и формирование стратегических альянсов с мелкими или средними банками, готовыми работать по этим стандартам.

Представим инновационные направления методов кооперации на рынке ипотечного жилищного кредитования с учетом степени доминирования банка ВТБ24:

- ◆ заключение соглашений с более слабыми банками об исполнении ими агентских функций по предоставлению кредитных продуктов лидера;
- ◆ заключение соглашений о разделении рисков путем предоставлен синдцированных кредитов;
- ◆ заключение соглашений о взаимной переуступке прав требования по ипотечным кредитам;
- ◆ заключение соглашений с более слабыми банками об использовании стандартов лидера;
- ◆ заключение соглашений о совместном формировании пулов ипотечных кредитов с заданным уровнем риска при соблюдении установленных пропорций с целью ускорения секьюритизации и повышения качества ипотечных бумаг;
- ◆ использование ресурсов более слабых банков на условиях аутсорсинга.

Предложенная методика анализа конкурентной среды позволяет выявить потенциал банка на рынке ипотечного жилищного кредитования и сформировать базу для разработки стратегических рекомендаций, учитывающих сложившуюся рыночную ситуацию и общие стратегические установки банка, и списка мероприятий, направленных на реализацию этих рекомендаций в среднесрочной перспективе.

Сохранение и улучшение достигнутых банком ВТБ24 позиций на рынке требует непрерывного обновления и постоянного совершенствования, что возможно только при условии креативного и инновационно ориентированного управления деятельностью банка и создания стимулов к повышению эффективности деятельности всех подразделений, служб и каждого сотрудника. Динамика внешней и внутренней среды банка обуславливает необходимость постоянного поиска новшеств, материализации их в нововведения и распространения наиболее успешных до уровня инноваций. Конкуренция диктует необходимость увеличения скорости принятия решений и обслуживания, что требует оптимизации распределения полномочий, специализации и автоматизации.

Факторами, предопределяющими инновационное развитие банка ВТБ24, являются:

- ◆ научно-технический прогресс, развитие технических и программных средств хранения, передачи и обработки информации;
- ◆ конкуренция со стороны других банков и небанковских организаций, например, инвестиционных и брокерских компаний, инвестиционных фондов и т.п.;

- ◆ расширение спектра финансовых инструментов и новых механизмов совершения сделок;
- ◆ динамика финансовых рынков;
- ◆ рост числа выполняемых банком операций по всем существующим видам деятельности;
- ◆ изменение характера взаимодействия с клиентами;
- ◆ многообразие запросов клиентов, повышение их финансово-экономической грамотности и возрастающая требовательность к качеству обслуживания и степени учета их интересов;
- ◆ увеличение скорости информационных потоков и их обработки, изменение режимов доступа к информации, рост информированности клиентов.

В зависимости от объекта можно выделить четыре типа банковских инноваций:

- ◆ Продуктовые инновации (ПИ);
- ◆ Методические инновации (МИ);
- ◆ Технологические инновации (ТИ);
- ◆ Организационные инновации (ОИ).

Продуктовые инновации стимулируют обновление в методической сфере, что в свою очередь требует пересмотра и совершенствования технологий, которое, как правило, приводит к организационным изменениям.

Непрерывная последовательность инновационных циклов превращает банк в самообучающуюся систему, находящуюся в постоянном процессе самообновления и самосовершенствования [4].

По области применения банковские инновации можно разделить на внешние, относящиеся к взаимодействию с клиентами, и внутренние, ориентированные на совершенствование внутренней работы банка [7].

Характерными чертами инновационных банковских продуктов, предопределяющими их успешность, являются:

- ◆ новизна и привлекательность в глазах потенциальных клиентов;
- ◆ существование целевого рынка инновационного продукта, отвечающего требованиям различимости, однородности, достаточной емкости, доступности потребителей и наличия обратной связи;
- ◆ ориентированность на неудовлетворенные или недостаточно удовлетворенные потребности;
- ◆ комплексный характер и модульная форма продукта;
- ◆ многовариантность продукта и его способность к региональной, рыночной и временной адаптации;
- ◆ связь с направлениями деятельности банка и четкое место в спектре предлагаемых продуктов (инновационный продукт не должен подрывать доверие клиентов к уже существующим, в том числе и тем, которые предполагается выводить из оборота);
- ◆ повышение эффективности деятельности банка в целом за счет увеличения доходности, снижения риска и/или обеспечения стабильности;

- ◆ стимулирование выхода на новые рынки, освоения новых методов работы и новых технологий;
- ◆ соответствие законодательным и нормативным требованиям и этическим нормам.

Ипотечный кредитный продукт представляет собой комплекс кредитной, оценочной и ряда страховых услуг. Кредитная услуга является основной и оказывается непосредственно банком – кредитором. Остальные услуги могут оказываться как независимыми, так и уполномоченными банком специализированными компаниями, и представляют собой автономные модули.

Многовариантность ипотечных кредитных продуктов проявляется в наличии широкого диапазона основных параметров кредита – объемов, сроков, процентных ставок, схем погашения, способов распределения функций между банком и заемщиком, состава обязательных документов, действий и т.п.

Ипотечные кредитные продукты дополняют спектр розничных банковских продуктов и не создают конкуренцию другим видам кредитов.

Подавляющее большинство ипотечных кредитов являются долгосрочными – свыше 5 лет, что в сочетании с социальной значимостью ипотечного кредитования предопределяет стратегический характер данного инновационного продукта.

Внедрение и развитие ипотечного кредитования стимулирует развитие методов оценки платежеспособности заемщика в долгосрочном периоде, методов прогнозирования экономического развития, методов управления портфелем ипотечных кредитов и методов управления портфелем ипотечных ценных бумаг, методов привлечения долгосрочных кредитных ресурсов, методов управления рефинансирования долгосрочных кредитных активов, методов оценки рыночной позиции и конкурентной среды и т.п [2].

Среди банковских технологий в первую очередь должны претерпеть изменения технологии принятия решений о выдаче кредитов. Большинство банков проводят андеррайтинг заемщиков с использованием стандартного набора сведений, однако, состав этого набора не подвергается критическому осмыслению [1].

Развитие технологии андеррайтинга далее идет по пути накопления информации о заемщиках, переход к балльной оценке заемщика – скорингу и автоматизации

скоринга. Такой путь развития позволяет перейти к массовому обслуживанию, но не снимает принципиальных недостатков скоринговых систем. Основным недостатком состоит в том, что суждение о платежеспособности заемщика в будущем выносится только на базе информации о настоящем и прошлом. Новая технология принятия решений должна сочетать в себе стандартизированный подход к массовым операциям, несущим относительно небольшой риск, с индивидуальным подходом к клиентам, разработкой нестандартных схем взаимодействия для операций, потенциально обладающих высоким уровнем риска.

Внедрение ипотечного кредитования в массовом масштабе требует перераспределения обязанностей в процессе принятия решения о выдаче кредита и его раз мере между сотрудниками отдела ипотечного кредитования, менеджером среднего звена – начальником отдела ипотечного кредитования и коллегиальным органом – ипотечным кредитным комитетом. Для многофилиальных банков необходимо перераспределение полномочий между головным офисом и региональными подразделениями.

Особую роль должна сыграть технология оценки риска. Ипотечным кредитам присущ специфический профиль рисков, претерпевающий существенные изменения за время существования кредита. Однако при правильной оценке платежеспособности заемщика и объекта залога уровень риска по ипотечным кредитам может под держиваться на уровне более низком, чем для других розничных продуктов [3].

Работа на рынке ипотечных ценных бумаг также требует отработки технологии принятия решений по вопросам, которые ранее в деятельности банка не возникали. К ним относятся решение о выборе стандарта кредитования, которое в значительной мере перекликается с решением о выборе рефинансирующей организации, решение о способе формирования кредитных пулов, продаже пулов, а также решение о выпуске и размещении ипотечных ценных бумаг.

Ипотечные кредитные продукты способны стать важным элементом инновационного развития коммерческого банка, стимулируя банк к расширению долгосрочной ресурсной базы и формированию устойчивой клиентской базы из числа физических лиц.

ЛИТЕРАТУРА

1. Афонина А. В. Ипотека. Как правильно оформить? Как просчитать все риски. – М.: Эксмо. 2011. С. 37.
2. Елисеева Т. В. Оптимизация нормативов ипотечного кредитования. – М.: Изд-во: Юриспруденция, 2010. С. 106.
3. Патрон П.А. Мировой финансовый кризис: истоки, роль государства, перспективы развития. // США и Канада: эк., политика, культура, 2011, №7.С. 23.
4. Плисецкий Д.Е. Банковский сектор России в условиях нестабильности мировых финансовых рынков // Банковское дело, 2008, №6. С. 51.
5. Рощина Я.В. Управление кредитным риском при ипотечном кредитовании: Анализ существующих подходов, оптимизация. – М.: 2011. С. 29.
6. Семенова Е.А. Концептуальные основы комплексной оценки в системе ипотечного кредитования.– М.: Изд-во: Экономика, 2010. С. 203.
7. Соколов Ю.А. Обеспечение финансовой безопасности банковской системы /Наука и экономика. 2010, № 1 – С. 5.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА

Чернышова Любовь Владимировна

Магистрант

Финансового университета

при Правительстве РФ

Сергеева Наталья Владимировна

К.э.н., доцент, доцент

*каф. "Мировая экономика и международные
финансовые отношения" Финансового
университета при Правительстве РФ*

BANK MARKETING SYSTEM IMPROVEMENT

*L. Chernyshova
N. Sergeeva*

Annotation

The highest goal of the activity of the Bank is the excess of income over expenditures, i.e. achievement of the highest profit and the most high profitability (particular, return on investment).

The Bank must be objective assessment tools profitability of the banking activity and the ways of its growth. Achievement of this purpose in the conditions of market economy is possible only under condition of provision of consumer demand services. This assumes hierarchy (in the framework of the long-term development strategy) two purposes of the credit organization to customer satisfaction and profit – the provision of banking services and the implementation of non-banking operations. In this paper, we consider the specificity of the banking marketing and define the directions of Bank marketing system improvement.

Keywords: banking marketing, marketing strategy, the marketing mix, credit, customer, product, service, profit, market segmentation.

Аннотация

Высшей целью деятельности банка является превышение доходов над затратами (расходами), т.е. достижение наибольшей прибыли и наиболее высокой рентабельности (в частности, отдачи от инвестиций). При этом у банка должны существовать объективные инструменты оценки рентабельности банковской деятельности и путей ее роста. Достижение этой цели в условиях рыночной экономики возможно только при условии оказания востребованных потребительских услуг. При этом предполагается соподчиненность (в рамках долгосрочной стратегии развития) двух целей кредитной организации – удовлетворение потребностей клиентов и получение прибыли – при оказании банковских услуг и осуществлении небанковских операций. В данной работе мы рассмотрим специфику банковского маркетинга и определим направления совершенствования системы банковского маркетинга.

Ключевые слова:

Банковский маркетинг, маркетинговая стратегия, комплекс маркетинга, кредит, клиент, продукт, услуга, прибыль, сегментация рынка.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью развития теории и практики планирования банковского маркетинга в условиях часто противоречивых тенденций на банковском рынке России. При этом наибольшую актуальность приобретает изучение процессов планирования деятельности банка как элемента банковского маркетинга. В этой ситуации комплекс банковского маркетинга, особенно в части разработки стратегии развития банка на перспективу, должен строиться с учетом текущей ситуации на рынке и соотноситься с прогнозами потребительской активности. Несмотря на то, что в последнее время значительно активизировались исследования в области банковского маркетинга, до сих пор не в полной мере раскрыта проблема планирования банковской деятельности как элемента банковского маркетинга. Теоретическое обоснование влияния банковского маркетинга на процесс планирования банковской деятельности в целях расширения доли рынка, повышения эффективности его функционирования

и увеличения его рыночной стоимости, определяет актуальность исследования.

Особенности маркетинга в банковской сфере обусловлены, прежде всего, спецификой банковской продукции. В современном обществе банки занимаются самыми разнообразными видами операций. Они не только организуют денежный оборот и кредитные отношения, через них осуществляются финансирование народного хозяйства, страховые операции, купля-продажа ценных бумаг, а в некоторых случаях – посреднические сделки и управление имуществом. Особенности банковского продукта определяют специфику банковского маркетинга. С другой стороны, банк является самостоятельным хозяйствующим субъектом, обладает правами юридического лица, производит и реализует свой продукт, действуя на принципах коммерческого расчета. Как любой хозяйствующий субъект, он решает вопросы, связанные с удовлетворением общественных потребностей, реализа-

цией на основе полученной прибыли социальных и экономических интересов как членов его коллектива и партнеров, так и интересов собственников имущества банка. Следовательно, в соответствии с существующими определениями маркетинга, банковский маркетинг, как его составную часть, мы определяем как философию и стратегию банка, ведущую область его управления для достижения заранее определенной цели как в данный конкретный момент, так и на перспективу. Здесь мы можем отличать маркетинг как определенную концепцию (стратегический маркетинг) от маркетинга как комплекса разнообразных видов деятельности (оперативный маркетинг). То есть в данном нами определении банковский маркетинг рассматривается как образ мышления, а не как образ действия.

Разумеется, для определения стратегии банка маркетинг изучает факторы, имеющие непосредственное влияние на выбор стратегии.

Во-первых, следует изучить внутренние ресурсы банка, анализ которых строится на оценке его финансово-экономического положения, уровня технической оснащенности, квалификации персонала, изучении информационной обеспеченности и др.

Во-вторых, должна быть изучена внешняя среда банка, которая определяется направленностью хозяйственной политики государства, мерами по управлению и регулированию экономики, контролирующей ролью Центрального банка, конкуренцией и т.д.

В-третьих, изучается миссия банка, которая исходит из следующих факторов: акционеры банка, история банка, внутренняя культура, характеристика главных лиц, принимающих решения.

В-четвертых, исследуется существующая и потенциальная клиентская база, т.к. клиенты являются основным источником доходов банка.

От выбранной стратегии развития банка зависят стратегическое и текущее планирование, организационная структура, кадровая политика, деятельность структурных подразделений и управление финансовой деятельностью. Для оптимального учета всех этих факторов в деятельности банка необходимо использование принципов маркетинга, в системе банка должен сформироваться маркетинговый образ мышления, суть которого сводится не к автоматической постановке вопроса, что нужно потребителю, а к творческому акту созидания продукта, удовлетворяющего спрос клиента лучше, чем аналогичная продукция конкурента.

В настоящее время на финансовом рынке банковских

услуг сложилась ситуация, когда предложение высоко, а активность покупателей низка.

Это можно объяснить рядом причин:

- ◆ слабостью товарного рынка;
- ◆ растущим недоверием к деньгам;
- ◆ увеличением числа финансовых и банковских институтов.

Таким образом, в современных рыночных условиях имеет смысл говорить о наличии промежуточной стадии с тенденциями к переходу в направлении к рынку покупателя, что предлагает использовать в ходе производства и реализации продукции системы маркетинга.

Важнейший элемент системы маркетинга – анализ рынка, который позволяет:

- ◆ выявить требования, предъявляемые рынком;
- ◆ определить экономические конъюнктивы;
- ◆ изучить фирменную структуру рынка;
- ◆ исследовать формы и методы, применяемые субъектами рынка;
- ◆ провести анализ рыночной сегментации;
- ◆ проанализировать мотивации покупателей при покупке.

Таким образом, изучение рынка – это не самоцель, а способ получения информации для принятия эффективных решений. Перспективный банк, тем более предлагающий розничные банковские услуги, должен стремиться к "постоянному преимуществу". Он будет обладать *небольшим выбором, но должен:*

- ◆ детально изучать своих клиентов в интересах обеспечения широкой гаммы продуктов и услуг, которые отвечают потребностям как отдельных лиц, так и компаний, мелких и крупных;
- ◆ создать аналитическую структуру, способную быстро реагировать на изменение потребностей клиентов;
- ◆ обеспечить четкую связь с клиентами, акционерами и служащими;
- ◆ поддерживать адекватные требованиям рынка организацию бизнеса и корпоративную культуру.

Кроме того, специалисты банка должны перестать рассматривать маркетинг как вынужденную меру или автономное занятие. Напомним два определения маркетинга. "Маркетинг – это процесс определения, предсказания и создания потребительских потребностей и желаний, организация всех ресурсов компании для удовлетворения их с большой общей прибылью для компании и потребителя" (Берни Гудрич, США, 1960 г.). "Маркетинг есть социальный и управленческий процесс, направленный

ный на удовлетворение нужд и потребностей как индивидов, так и групп посредством создания предложения и обмена товаров (идей, услуг и т. д.)" (Филип Котлер, США, 1997 г.) Необходимо создавать новую гамму концептуальных знаний, например на основе анализа базы данных (знаний), которые позволят разработать предложения и представить информацию по специфическим потребительским продуктам (услугам). Маркетинг должен способствовать совершенствованию связей с потребителями, учитывать их мнения, а также информировать их в интерактивной форме. Более того, для сохранения своего места на рынке в программах по маркетингу розничных банковских услуг необходимо отразить расширение спектра систем сбыта, например, использование банкоматов, оказание прямых банковских услуг, оказание банковских услуг на дому и т. д.

В области розничных банковских услуг полезно выделить две основные проблемы: собственно маркетинг и смежный вопрос сбыта. Сбыт означает оказание прямых банковских услуг, виртуальных банковских услуг, телефонный банкинг и оказание банковских услуг непосредственно в торгово-сервисных компаниях. Маркетинг означает создание имиджа и марки товара, маркетинговых связей, совершенствование обслуживания клиентов и многое другое.

В маркетинге розничных банковских услуг произошли фундаментальные изменения. Маркетинг, его теория и практика определяются используемыми инструментами. Если инструмент меняется, происходит корректировка предмета – иногда достаточно основательная и обычно запоздалая. Бурное развитие прямого электронного маркетинга, создание электронной торговли, новые направления в автоматизации процесса управления персоналом и расцвет Всемирной паутины – все это указывает на то, что маркетинг будет и в дальнейшем активно изменяться. Отметим, что последствия масштабного внедрения любой новой технологии обычно заранее непредсказуемы. Внедрение банкоматов и информационных киосков создало условия по оказанию банковских услуг в новых местах. Открытие банковских отделений в точках повышенной деловой и туристической активности населения (в деловых центрах, образовательных учреждениях, туристических центрах, супермаркетах) также способствовало росту клиентуры. Расширение функциональности банкоматов в еще большей степени увеличило охват клиентов и комиссионные доходы.

Таким образом, перед банками, оказывающими розничные услуги, встала дилемма: как с ограниченными ресурсами выйти на новые рынки (небанковских продуктов и услуг) и одновременно продолжать работу по разработке и продаже новых отраслевых продуктов, требующих более высокого качества обслуживания традиционных клиентов. Прошло всего несколько лет с тех пор, как

большинство финансовых учреждений были вынуждены приступить к созданию маркетинговых отделов и компьютерных маркетинговых информационных систем, а также в кратчайшие сроки организовать изучение маркетинга.

Как ни странно, маркетинг в банковском секторе является относительно новой философией деловой активности. Банки всегда находились в привилегированном положении и могли себе позволить быть недостаточно ориентированными на клиентов. В сравнении с другими отраслями банки, проводящие розничные операции, уделяли недостаточно внимания потребностям и желаниям потребителей. Компании, специализирующиеся на продажах расфасованных продуктов, бытовой электроники, программного обеспечения или автомобилей, обладают большим положительным опытом в данной области. Такое положение дел сложилось по разным причинам, как историческим, так и культурным, но наиболее вероятно объясняется тем, что банки основное внимание уделяли строгому контролю и устранению рисков, что затрудняло внедрение новшеств, исследование рынка и проведение испытаний новых продуктов. Однако времена изменились. Прежде всего, финансовым учреждениям нужно признать, что для обеспечения успеха им необходимо обратить самое пристальное внимание на их самый ценный актив – клиентов.

Предполагается, что основные проблемы в сфере финансовых услуг в перспективе будут связаны со следующими изменениями:

- ◆ ростом заинтересованности потребителей в инвестициях;
- ◆ более свободным отношением к операциям с высоким риском;
- ◆ новыми формами предоставления кредита;
- ◆ потребностью в новых каналах предложения финансовых услуг;
- ◆ возрастанием использования виртуальных банковских услуг или дистанционного банковского обслуживания.

Во всех случаях для обеспечения успеха реализации новых проектов необходимо создание маркетингового плана на основе тщательного предварительного анализа.

Маркетинговое исследование предполагает необходимость тщательного выбора объекта исследования, т.е. конкретного рынка его сегмента. Основное следствие специфики банковских продуктов – ориентация на услуги, рассчитанные на усредненный уровень требований.

Таким образом, коммерческий банк должен стремиться выделить и проанализировать ту часть рынка и те группы потребителей, на которых он намерен ориентиро-

вать предлагаемые услуги. Основа этого метода сегментации в том, что один коммерческий банк не может удовлетворить всё разнообразие потребителей в различных услугах и должен сосредоточить свои усилия на тех видах услуг, которые являются для него предпочтительными с точки зрения финансовых и сбытовых возможностей.

В основе сегментации могут быть самые разнообразные признаки:

- ◆ правовые;
- ◆ экономические;
- ◆ географические;
- ◆ демографические;
- ◆ поведенческие.

Самой распространённой в европейской практике сегментацией является выделение следующих групп:

- ◆ предприятия, способ к эмиссии;
- ◆ средние и малые предприятия;
- ◆ самостоятельные частные лица, предъявляющие спрос на индивидуальные услуги;
- ◆ прочие частные лица.

Для каждого выбранного сегмента рынка определяются его рыночно-правовые характеристики, на основании которых может быть выбрана перспектива. *Общие данные по такой деятельности делятся на:*

- ◆ рыночные характеристики;
- ◆ показатели услуги;
- ◆ показатели конкуренции;
- ◆ характеристики среды.

К рыночным показателям относятся:

- ◆ Общие размеры сегмента рынка.
- ◆ Темпы его роста.

- ◆ Общее количество существующих потенциальных клиентов.
- ◆ Характеристики клиентов.

Показатель услуги анализирует основные параметры продукции для получения целостного представления о банковских услугах на конкретном сегменте, соотношение характеристик и требований потребителей. К показателям конкуренции относятся число конкурентов, данные о них, анализ относительной доли коммерческого банка и его клиентов на данном сегменте, сравнительная характеристика доли. Характеристики среды – это анализ экономических, политических, демографических тенденций, анализ их влияния на спрос в условиях конкретного сегмента. В целом, исследование сегментов направлено на выбор оптимального контингента клиентов.

Что же касается будущего, то ситуация в финансово-банковской системе будет зависеть от того, как будет развиваться вся экономика – мировая, российская, региональная. Для банковской системы России в последнее время характерно усиление роли государства. Ужесточаются требования к размерам уставного капитала коммерческих банков – это несет в себе необходимость реорганизации. Конкурентная же борьба за клиентов обострилась – выигрывать будет тот, кто предоставит более выгодные условия по своим продуктам и качественное обслуживание.

Более выгодные условия влекут за собой рост финансовых индикаторов деятельности. Поэтому получение прибыли, ее составляющих и факторов, влияющих на ее динамику, занимает одно из центральных мест в анализе деятельности коммерческого банка. Инструмент изучения данных факторов – банковский маркетинг: в первую очередь, первичные и вторичные маркетинговые исследования и маркетинг услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова А. И., Верников А. В. Структура рынка банковских услуг и ее влияние на конкуренцию (на примере двух российских регионов) // Деньги и кредит, 2011, № 11. – С. 53–62.
2. Заернюк В. М., Черникова Л. И. Экономическая модель развития рынка банковских услуг: концептуальный подход // Финансы и кредит, 2012, № 7. – С. 41–48.
3. Руль Е. С. Развитие конкурентной среды на рынке банковских услуг России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, 2011, № 5. – С. 58–61. – Электронный ресурс – Режим доступа : <http://elibrary.ru>

КРИМИНАЛИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВОЗМЕЩЕНИЯ УЩЕРБА, ПРИЧИНЕННОГО ПРЕСТУПЛЕНИЕМ

CRIMINALISTICS PROBLEMS OF COMPENSATION HARMS CAUSED BY OFFENSE' REPARATION

V. Bielawski

Annotation

The article in the aspect of the Russian criminal law reforms investigates problems of compensation harms caused by offense' in the criminal process. Based on the analysis the thesis of need to improve the efficiency of the investigating activity in reparation of harms caused by the crime is proposed. It is proved that a special urgency in solving the problem of timely and full compensation for the harms caused by the crime, gets a further development of the theory of criminalistics situation.

Keywords: victim, criminal process, compensation harms caused by offense' compensation, investigators, procuring, criminalistics situation, efficiency.

Белявский Вадим Станиславович

Ст. лейтенант полиции, адъюнкт
каф. организации расследования преступлений
и судебных экспертиз ФГКОУ ДПО "Тюменский
институт повышения квалификации сотрудников
Министерства внутренних дел РФ

Аннотация

В статье в аспекте проводимой реформы уголовного законодательства России исследуются криминалистические проблемы, связанные с возмещением ущерба, причиненного преступлением в уголовном процессе. На основании проведенного анализа выдвигается тезис о необходимости повышения эффективности деятельности следственных органов по обеспечению возмещения причиненного преступлением ущерба. Обосновано, что, особую актуальность в решении задачи своевременного и полного возмещения ущерба, причиненного преступлением, приобретает дальнейшее развитие теории криминалистических ситуаций.

Ключевые слова:

Потерпевшие, возмещение ущерба, причиненного преступлением, следственные органы, обеспечение, криминалистическая ситуация, эффективность.

Социальное и экономическое развитие современной России в процессе выхода на траекторию устойчивого и сбалансированного роста неразрывно связано с формированием условий для улучшения качества жизни населения, снижением социального неравенства, достижением социального согласия.

Согласно статистике, каждый десятый житель России ежегодно становится жертвой преступления и признается "потерпевшим" в соответствии с установленным законодательством порядком [1].

В этой связи ключевой предпосылкой формирования стимулов к улучшению обеспечению защиты основных прав и интересов граждан, сохранению гражданского мира, укреплению законности и правопорядка, в том числе становится защита прав и законных интересов лиц и организаций, потерпевших от преступлений (п. 1 ч. 1 ст. 6 УПК РФ [2]).

По признанию большинства, как отечественных, так и зарубежных специалистов, права и интересы потерпевших от преступлений на данный момент так и не получили должного признания на государственном уровне во многих развитых и развивающихся странах [3, с. 5–6; 4, с. 2]. Справедливо данное утверждение и для России.

Наметившийся в современной уголовной политике России курс на гуманизацию уголовного законодатель-

ства на практике привел к "разбалансировке" уголовно-правовых норм и стал одним из факторов, способствующих снижению эффективности механизмов защиты прав и законных интересов лиц и организаций, потерпевших от преступлений.

По данным ГИАЦ МВД России:

1) ущерб от преступлений (по оконченным и приостановленным уголовным делам) в 2011 г. составил 250,73 млрд рублей [5];

2) из общего количества преступлений, причинивших крупный (значительный) ущерб, в 2010 г. раскрыто всего 55,8 % [5];

3) арест на имущество обвиняемых с целью обеспечения возмещения ущерба потерпевшим был наложен на сумму 31 млрд. рублей;

4) изъято имущество и добровольно погашен ущерб на сумму 52,5 млрд рублей. Таким образом, в среднем потерпевшим возмещается одна пятая часть причиненного ущерба. По нераскрытым преступлениям в большинстве случаев по объективным причинам обеспечительные меры не применяются.

Очевидно, что все существующие проблемы уголовной политики невозможно решить только путем гуманизации уголовного законодательства в русле его декрими-

нализации. Подобный подход привел в последние годы к безостановочному процессу коррекции норм уголовного законодательства. Необходим поиск баланса между законными интересами трех сторон – государства, обвиняемого и потерпевшего.

В целях разрешения указанной теоретической проблемы в последнее время обсуждается вопрос о необходимости внесения в законодательные акты Российской Федерации изменений, направленных на совершенствование правового статуса потерпевшего от преступления. Так, в ближайшее время в Государственную Думу РФ должен поступить проект закона "О потерпевших от преступлений" [6]. Предназначением законопроекта является урегулирование в рамочном формате принципов защиты и восстановления нарушенных прав, свобод и законных интересов потерпевших от преступлений, а также основы государственной политики в области их правовой, социальной защиты и порядок производства государством компенсационных выплат указанным лицам.

Согласно ч. 2 ст. 1 законопроекта потерпевшим признается физическое лицо, которому преступлением причинен физический, имущественный или моральный вред. Статьей 3 законопроекта к основным принципам защиты и восстановления нарушенных прав, свобод и законных интересов потерпевших справедливо отнесен принцип доступности разумного и справедливого возмещения вреда, причиненного преступлением. Принципиальной новацией законопроекта стала компенсация причиненного потерпевшим ущерба.

Однако задача государственной компенсации ущерба, причиненного преступлением, особенно актуальна в том случае, если преступление не раскрыто, виновные лица, его совершившие, не установлены или не задержаны.

В том случае, если к уголовной ответственности привлечены конкретные лица, ущерб от преступления должен быть возмещен, прежде всего, за счет виновных. Обеспечение возможности реализации прав потерпевших посредством установления и сохранности имущества, за счет которого будут удовлетворены права и интересы пострадавших лиц, и доказывание его принадлежности потерпевшему или обвиняемому входит в число обязанностей следственных органов.

Уголовно-процессуальная деятельность следователя по обеспечению возмещения ущерба, причиненного преступлением (обязанность следователя установить характер и размер вреда, причиненного преступлением, установлена ч. 1 ст. 73 УПК РФ) осуществляется на таких важных направлениях как: 1) розыск и изъятие имущества, подлежащего возврату законному владельцу; 2) процессуальные действия следователя по признанию лица потерпевшим, гражданским истцом, гражданским ответчиком; 3) наложение ареста на имущество, возвращение имущества законным владельцам; 4) побуждение виновных к добровольному возмещению или устранению ущерба [7, с. 18; 8, с. 305].

Проблемы, связанные с деятельностью по возмещению причиненного преступлением ущерба, выступали

предметом научных исследований многих отечественных и зарубежных авторов. Указанная тематика достаточно освещена на теоретическом и эмпирическом уровне. В юридической науке нет единого мнения относительно понятия и характера ущерба [9, с. 4]. Однако под ущербом (вредом) традиционно понимают не только повреждение или уничтожение имущества, а любые отрицательные социальные последствия правонарушения [10, с. 143]. Вред может быть причинен имуществу или личности физического лица и имуществу юридического лица (имущественный вред) либо в виде физических, нравственных страданий физического лица (моральный вред) либо в виде упущенной выгоды [11, с. 212–214].

Анализ последних тенденций теоретических исследований и следственной практики позволяет сделать вывод о повышении значения роли криминалистики в решении задачи возмещения ущерба, причиненного преступлением.

Существует необходимость решения вопросов криминалистического обеспечения возмещения причиненного преступлением ущерба, как в сфере оперативно-розыскной, так и уголовно-процессуальной деятельности. К числу основных причин низкой эффективности следственных органов на данном направлении, авторами во многих случаях указывается на недооценку следователем роли обеспечительных мер и их тактических возможностей и необходимость изменения существующего косного подхода к реализации обеспечительных мер по возмещению причиненного преступлением ущерба. В этой связи особую актуальность приобретает дальнейшее развитие и разработка теоретических положений о сущности криминалистических (следственных) ситуаций. Последнее понятие является одним из центральных в криминалистической науке, "связывает" криминалистическую теорию и практику. Понятийное содержание данной категории, отражает развитие профессионального мышления, и как результат познавательной деятельности следователя, детерминирует ее.

Следует отметить, что вопрос о содержании криминалистической ситуации все еще остается предметом острой дискуссии. Главным вопросом, на который исследователи склонны отвечать по-разному – каков "объем" криминалистической ситуации (каковы ее рамки): 1) исключительно значимая для расследования информация, обстановка, характеризующаяся наличием доказательств и информационного материала; 2) в криминалистическую ситуацию входят помимо перечисленных выше любые условия, которые в той или иной мере оказывают влияние на эффективность расследования преступлений. Представляется, что применение первого подхода сужает число факторов, оказывающих влияние на формирование криминалистической ситуации.

Большинством исследователей внимание акцентируется на информационной структуре криминалистической ситуации (разнообразных сведений по назначению, форме и содержанию). Данные сведения обусловлены многочисленными факторами, в которых оказывается следствие, существенно влияющих на его ход, состояние и ре-

зультаты.

Это факторы, которые:

1) относятся к расследуемому событию, определяют информационную модель с точки зрения ее достоверности и полноты (на момент оценки следственной ситуации);

2) характеризуют процессуальное и тактическое состояние системы расследования, и что наиболее ценно для целей нашего исследования, – психологические взаимоотношения участников предварительного расследования;

3) относятся к внешней среде ведения расследования (определяют следственную обстановку) [12, с. 97].

Таким образом, с позиции системного подхода "структура" криминалистической ситуации – это результат реального взаимодействия внутренней и внешней сред (субъекта доказывания и окружающей среды), взаимосвязь субъективной и объективной детерминации. Соответственно ей присущи такие свойства систем как саморазвитие и эмерджентность, что обуславливает необходимость расширения объекта криминалистического исследования и включения в него смыслов и ценностей в их единстве и взаимодействии. Это позволит усовершенствовать отбор и разработать рекомендации по проведению отдельных следственных действий, криминалистических (тактических) операций, а также обеспечит дальнейшую разработку и совершенствование отдельных средств и методов в методике обеспечения возмещения материального вреда, причиненного преступлением, направленных на достижение поставленных сегодня перед следственными органами целей и задач.

Таким образом, содержание криминалистической ситуации выходит за привычные ограниченные субъектно-объектные рамки, "ресурсы-результаты" с естественным расширительным подходом и к понятию эффективности

следственных органов. Вопрос защиты прав потерпевших должен стать одним из основных критериев оценки эффективности (результативности) работы следственных органов. Потерпевшему должно быть обеспечено право знать, что сделано следователем в целях обеспечения возмещения ему вреда. Основным принципом деятельности следователя должен стать принцип индивидуального и дифференцированного подхода к потерпевшему* [3, с. 16].

* Дословно - "do not treat everybody the same".

Основным критерием оценки целесообразности использования тех или иных методов и средств (криминологического инструментария) обеспечения возмещения материального ущерба, причиненного преступлением, должна стать мера их способности при соразмерных затратах своевременно обеспечивать достижение определенного социально-значимого результата – разумного и справедливого возмещения вреда потерпевшему, его полноту.

Кроме того на передний план в связи с проводимыми реформами выходит задача мотивации лица, виновного в совершении преступлений возместить причиненный им ущерб. Эффективное решение задачи компенсации вреда потерпевшему от преступления, по нашему мнению, заключается в добровольном намерении причинителя вреда загладить его. Эта цель может быть достигнута организационными мерами воздействия на сознание виновного. В этой связи использование при решении поставленных криминалистических задач потенциала примирительных процедур (ст. 20, 25, 318 УПК РФ, ч. 1 ст. 75, 76 УК РФ), не только служит целям обеспечения восстановления нарушенных прав и свобод потерпевшего, но также является важной предпосылкой расширения в России практики восстановительного правосудия (restorative justice).

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации. [www.http://ombudsmanrf.org](http://ombudsmanrf.org).
2. Уголовный кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 13.06.1996 г. № 63-ФЗ (с изм. и доп.) // СЗ РФ. 1996. № 25. Ст. 2954.
3. A Summary 2012 – The Victimology Issue. The Stockholm Criminology Symposium. www.criminologysymposium.com.
4. Hall V. Environmental Victims: A Challenge to Criminal Law and a Challenge to Criminology. September, 2011. www.fvv.uni-mb.si.
5. Официальный сайт МВД Российской Федерации. www.mvd.ru.
6. <http://www.rg.ru/2012/02/24/poterpevshie-site-dok.html>.
7. Анисимов И.В. Вред, причиненный гражданину в результате совершения преступления: проблемы возмещения вреда//Вест. Югорского государственного университета. 2007. Вып. 7. С. 18–22.
8. Емельянов С.Л. Возмещение вреда по инициативе суда и реституция в уголовном процессе: отдельные аспекты правового регулирования//Вест. Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 3 (1). С. 301–306.
9. Газетдинов Н.И. Деятельность следователя по возмещению материального ущерба / под ред. Зинатуллина З.З. Казань: Изд-во Казан.ун-та, 1990. 96 с.
10. Иоффе О.С. Обязательственное право. //Избранные труды: 4 т. Т. III: Обязательственное право. СПб.: Юридический центр Пресс, 2004. 837 с.
11. Валиахметова Е.М. Возмещение ущерба, причиненного преступлением // Бюллетень Владикавказского института управления. 2006. № 18. С. 212–224.
12. Волчещая Т.С. Криминалистическая ситуалогия / под ред. проф. Н.П. Яблокова. Калининград: Изд-во Калинингр. ун-та. 1997. 248 с.

ХОЛДИНГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ КАК РЕЗУЛЬТАТ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРОВ

HOLDING RELATIONSHIPS AS A RESULT OF CONTRACTING

V. Bogocharov

Annotation

We consider the appearance of holding relations on the basis of the contract, due to the fact that the legislation provides for the establishment of holding companies on a contractual basis, in which the predominant relationship of economic dependence and control. The author substantiates the conclusion that the holding of a relationship, in addition to a majority holding in the share capital of the other, as a variant of the emergence of holding relations is the existence of the agreement to subordinate one company to another.

Keywords: business associations, holding, holding relationships, contractual model of the holding, economic subordination, control.

Богочаров Владимир Сергеевич
Аспирант, Юридический институт
Московского Государственного
Университета Путей Сообщения (МИИТ)

Аннотация

Рассматривается возникновение холдинговых отношений на основании договора, в связи с тем, что действующее законодательство предусматривает возможность создания на договорной основе холдингов, внутри которых преобладают отношения экономической зависимости и контроля. Автором обосновывается вывод о том, что для возникновения холдинговых отношений, помимо преобладающего участия одной компании в уставном капитале другой, как вариант возникновения холдинговых отношений является наличие договора о подчинении одной компании другой.

Ключевые слова:

Предпринимательское объединение, холдинг, холдинговые отношения, договорная модель холдинга, экономическая субординация, контроль.

Несмотря на то, что холдинг является наиболее распространенной формой совместной деятельности группы предприятий, в литературе нет однозначного понятия холдинга.

По мнению Д.А. Посунько, это "система предпринимательских объединений, не являющихся юридическими лицами, но предполагающих отношения экономической зависимости и административного контроля от холдинговой (управляющей, головной, материнской) компании, фактически координирующей деятельность участников объединения на рынке" [1].

Наиболее полным в рамках указанного подхода представляется определение И.С. Шиткиной, согласно которой "холдинги – форма предпринимательского объединения, представляющая собой группу организаций (участников), основанную на отношениях экономического контроля, участники которой, сохраняя формальную юридическую самостоятельность, в своей предпринимательской деятельности подчиняются одному из участников группы – холдинговой компании (головной организации)" [2].

В данном определении указаны и необходимые родовые ("форма предпринимательского объединения"), структурные (группа организаций, имеющая формальную

юридическую самостоятельность) и иерархические (группа организаций подчиняется одному из участников – холдинговой компании) признаки холдингов.

Как справедливо отмечает Н.Ю. Коваленко, "холдинг, не являясь субъектом права, представляет собой, гражданско-правовую модель взаимодействия хозяйствующих субъектов. Обладая признаками юридической конструкции, холдинг как гражданско-правовая модель, применим к различным совокупностям хозяйствующих субъектов при необходимости обеспечения влияния одного лица на решения, принимаемые другими лицами в составе совокупности" [3].

В данном подходе акцентуализируется договорная модель холдинга, о которой пишут и некоторые экономисты: "Функциональная модель объединения холдингового типа отличается учетом воздействия комплексов управленческих услуг, проявляющихся в переходе на арендные и подрядные отношения дочерних и зависимых организаций объединения с заключением договоров простого товарищества и договоров передачи полномочий единоличных исполнительных органов торговому дому с функциями управляющей компании, что способствует адаптации субъекта рынка к воздействию внешней среды" [4].

В настоящей статье, в связи с ее ограниченными

рамками, мы остановимся на возникновении холдинговых отношений на основании договора.

Действующее законодательство предусматривает возможность создания на договорной основе холдингов, внутри которых преобладают отношения экономической зависимости и контроля. Законодатель не перечисляет конкретные виды договоров, в силу которых устанавливаются отношения экономической субординации, в связи с чем любой договор, прямо или косвенно предусматривающий обязанность общества принимать решения, определенные другим хозяйственным обществом или товариществом, может рассматриваться как договор, влекущий признание хозяйственного общества, определяющего решения другого общества, основным [5]. К числу договоров, порождающих отношения подчинения, можно отнести договор доверительного управления, совместной деятельности, коммерческой концессии, дистрибьюторский договор и др. [6]. Представляется, что в настоящее время невозможно указать исчерпывающий перечень договоров, заключение которых может привести к возникновению холдинговых отношений. Как представляется, в каждом случае необходимо исходить из условий конкретного договора. При этом, думается, что необходимым условием такого договора является возможность одного общества, например, определять ценовую политику другого общества (дочернего общества), порядок и условия реализации другим обществом (дочерним обществом) товаров (услуг) и т.д., т.е. определять экономическую политику другого общества в части предусмотренной такими договорами.

Рассмотрим некоторые из указанных договоров с точки зрения холдинговых отношений, предполагающим зависимость одного хозяйствующего субъекта от другого.

К числу договоров, создающих отношения подчинения, например, Е.А. Суханов, О.А. Герасимов, В.С. Белых [7], П. Филимошин [8] и др. относят договора с управляющей организацией (управляющим), которой передаются полномочия исполнительного органа общества [9]. Отметим, что это допускается в силу ст. 69 Закона об АО [10] и ст. 42 Закона об ООО [11]. Сторонники данной точки зрения считают, что договор между дочерним обществом и управляющей компанией является основанием возникновения зависимости дочернего общества [12].

Противоположной точки зрения придерживаются К. Портной [13], И.С. Шиткина, полагая, что договор об управлении, в силу которого одно общество выполняет функции исполнительного органа другого общества, к числу договоров, создающих отношения экономической субординации, не относится [14]. Предпочтительней все же, как представляется, является вторая точка зрения, поскольку, хотя при передаче полномочий управляющей организации (управляющему) текущая деятельность хо-

зяйственного общества во многом определяется действиями самой управляющей организации (управляющего), однако, данная управляющая организация (управляющий) не может влиять, например, на решения органов хозяйственного общества (общего собрания участников общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, общего собрания акционеров акционерного общества). В связи с данным обстоятельством, представляется, что между управляющей организацией и хозяйственным обществом не возникает отношений экономической зависимости. При этом, управляющая компания может быть специально создана как дочернее хозяйственное общество для управления другими дочерними хозяйственными обществами, находящимися в зависимости от юридических или физических лиц, являющимися учредителями такой управляющей компании, с преобладающим участием одной компании в уставном капитале другой, что дает ей решающий голос в управлении делами.

Также необходимо отметить, что холдинговые отношения могут возникнуть как результат заключения договоров коммерческой концессии (франчайзинга), который подразумевает под собой передачу комплекса исключительных прав на результаты интеллектуальной собственности, а также вследствие заключения иных соглашений, предметом которых является передача прав на использование торговых знаков.

Созданная в 1977 г. Британская франчайзинговая ассоциация (БФА) (British Franchise Association) определяет франшизу как контрольную лицензию, выданную одним лицом (франчайзером) другому лицу (франчайзи), которая не является обычной сделкой между холдинговой и ее дочерней компаниями [15].

При этом франчайзинг – оптимальный вариант начать собственное дело под известным брендом. Правообладатель бренда (франчайзер) предоставляет пользователю (франчайзи) проверенную схему ведения бизнеса, которая при должном ее выполнении гарантирует сбыт продукции, работ и услуг, а также наличие надежных поставщиков.

Франчайзи подписывая договор, дает согласие действовать по заранее строго установленным правилам, например, продавать эти товары и/или услуги по установленной цене, предоставлять трудовые ресурсы, определенный капитал и при этом обязуется соблюдать иные установленные правила при реализацией товара известной торговой марки. Помимо названных ограничений, для франчайзи могут быть установлены иные жесткие условия, ограничивающие их свободу и самостоятельность. Кроме того, они обязаны поддерживать уважительный имидж и репутацию головной компании. То есть строгие правила, налагаемые на франчайзи, накладывают, ко-

нечно, определенный контроль со стороны головного предприятия. При этом франчайзинг дает возможность крупным компаниям превратить свой бизнес в эффективно работающую сеть, состоящую из зависимых хозяйственных обществ.

Вступая в соглашение о франчайзинге, франшизополучатель принимает в одностороннем порядке решение вести свой бизнес в соответствии с условиями соглашения о франчайзинге, но за свой собственный счет.

В данной системе ведения бизнеса неизбежен контроль за франчайзи со стороны франшизодателя. Таким образом, по договору франчайзинга (коммерческой концессии), в ряде случаев можно наблюдать возникновение холдинговых отношений. Вследствие контроля над такими принципиальными решениями, как организационно-правовая форма франшизополучателя и его структура финансирования, устанавливаются отношения экономической зависимости и субординации, в которых франшизодателя можно признать холдинговой компанией, а франшизополучателя – подконтрольным членом холдинга [16].

Что касается иных форм зависимости или иных осно-

ваний, при которых основное общество имеет возможность определять решения, принимаемые дочерним хозяйственным обществом, то необходимо согласиться со мнением Т.М. Звездиной, отмечающей, что действующее корпоративное законодательство не дает необходимого уточнения "иной возможности юридического лица определять решения иного хозяйственного общества", что не позволяет отграничить связь дочерней зависимости юридических лиц от многочисленных правоотношений, складывающихся в процессе хозяйственной деятельности юридических лиц и возникающих в ее ходе отношений типа "кредитор – должник" [17].

Холдинговые структуры, построенные по договорному принципу, являются менее устойчивыми по сравнению с холдингами, построенными на системе участия в уставном капитале, поскольку отсутствует действенный механизм участия в организации управления, а также отсутствует должное правовое регулирование.

Для возникновения холдинговых отношений, помимо преобладающего участия одной компании в уставном капитале другой, как вариант возникновения холдинговых отношений является наличие договора о подчинении одной компании другой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Посунько Д.А. Холдинг как предпринимательское объединение (на примере агропромышленного комплекса): автореферат дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. – М., 2007.
2. Шиткина И.С. Правовое регулирование организации и деятельности холдинга как формы предпринимательского объединения: Дис. д-ра юрид. наук: 12.00.03. – М., 2006.
3. Коваленко Н.Ю. Холдинг как гражданско-правовая модель взаимодействия хозяйствующих субъектов: автореферат дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. – Ростов-на-Дону, 2010. – С. 7–8.
4. Гордеев С.С. Формирование рынка управленческих услуг в устойчивом развитии объединений холдингового типа. – Красноярск, 2012.
5. Громов В.В. Правовой статус основного хозяйственного общества как субъекта гражданско-правовой ответственности по обязательствам дочернего общества: Дис. ... к.ю.н. М., 2005. С. 29.
6. Занковский С.С. Предпринимательские договоры. М., 2004. С. 50 – 53.
7. Белых В.С. Холдинговые компании в Российской Федерации // Юридический вестник. 1998. N 14. С. 25
8. Филимошин П. Определение и учет аффилированных лиц // Журнал для акционеров. 2000. N 2. С. 13
9. Гражданское право Общая часть: Учебник: в 4 т. / В.С. Ем, Н.В. Козлова, С.М. Корнеев и др.; под ред. Е.А. Суханова. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Волтерс Клувер, 2008. Т. 1. С. 241.
10. Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ "Об акционерных обществах" // "Собрание законодательства РФ", 01.01.1996, N 1, ст. 1.
11. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью" // "Собрание законодательства РФ", 16.02.1998, N 7, ст. 785
12. Герасимов О.А. Правовое положение финансово-промышленных групп в Российской Федерации: Дис. ... канд. юрид. наук. Екатеринбург, 2005. С. 75.
13. Портной К. Правовое положение холдингов в России: Научно-практическое пособие. М., 2004. С.22
14. Шиткина И.С. Предпринимательские объединения: Учебно-практическое пособие. М., 2001. С. 126.
15. Руководство по франшизе. – ВОИС. Женева, 1995. – 82 с.
16. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 10 "Консолидированная финансовая отчетность" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 18.07.2012 N 106н// официальный сайт Минфина России <http://www1.minfin.ru>
17. Звездина Т.М. Правовое положение дочерних и зависимых хозяйственных обществ: Дис. ... канд. юрид. наук. 2008. С. 74.

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ ХОЛДИНГА В РОССИЙСКОЙ ПРАВОВОЙ НАУКЕ

ON THE CONCEPT OF HOLDING IN THE RUSSIAN LEGAL SCIENCE

V. Bogocharov

Annotation

The article highlights the problems of interaction between groups of companies in the form of a joint resolution and management of heterogeneous in nature. Form of distribution of holdings is positioned as the structure of the business association.

Keywords: holding companies, business associations, the legal form of a controlling stake, the economic structure.

Аннотация

В статье освещается проблематика взаимодействия группы предприятий в форме совместного разрешения деятельности и управления разнородными по своей сути. Форма распространения холдингов позиционируется как структура предпринимательского объединения.

Ключевые слова:

Холдинги, предпринимательское объединение, правовая форма, контрольный пакет, хозяйственная структура.

Несмотря на то, что холдинг является наиболее распространенной формой совместной деятельности группы предприятий, в российской литературе нет однозначного понятия холдинга.

Среди множества позиций можно выделить различные подходы.

1. Холдинг как юридическое лицо (предприятие).

Изначально российский законодатель полагал, что "холдинговой компанией признается предприятие, независимо от его организационно-правовой формы, в состав актива которого входят контрольные пакеты акций других предприятий. На основании этих контрольных пакетов холдинговая компания влияет на вынесение этими предприятиями своих решений" [1].

В рамках этого подхода В.Н. Петухов считает холдингом сложную хозяйственную структуру типа корпорации [2].

2. Холдинг как предпринимательское объединение, совокупность юридических лиц.

Так, в проекте Федерального закона "О холдингах" уточнялось, что холдинг – это "совокупность двух и более юридических лиц (участников холдинга), связанных между собой отношениями (холдинговыми отношениями) по управлению одним из участников (головной компанией) деятельностью других участников холдинга на основе

права головной компании определять решения, принимаемые другими участниками" [3].

Аналогично этому подходу В.А. Лаптев рассматривает холдинг как совокупность взаимосвязанных участников (хозяйствующих субъектов), осуществляющих совместную деятельность, выделяя отдельно холдинговую компанию: "в холдингах... функции по приобретению прав и обязанностей от имени холдинга (участников холдинга) осуществляет холдинговая компания, действующая в интересах участников холдинга на основании договора о создании холдинга" [4]. Данное определение стремится объединить первый и второй подходы с превалированием представления о холдингах как о предпринимательском объединении.

По мнению Д.А. Посунько, это "система предпринимательских объединений, не являющихся юридическими лицами, но предполагающих отношения экономической зависимости и административного контроля от холдинговой (управляющей, головной, материнской) компании, фактически координирующей деятельность участников объединения на рынке" [5].

Наиболее полным в рамках указанного подхода представляется определение И.С. Шиткиной, согласно которой "холдинги – форма предпринимательского объединения, представляющая собой группу организаций (участников), основанную на отношениях экономического контроля, участники которой, сохраняя формальную юридическую самостоятельность, в своей предприниматель-

ской деятельности подчиняются одному из участников группы – холдинговой компании (головной организации)" [6].

В данном определении указаны и необходимые родовые ("форма предпринимательского объединения"), структурные (группа организаций, имеющая формальную юридическую самостоятельность) и иерархические (группа организаций подчиняется одному из участников – холдинговой компании) признаки холдингов.

3. Холдинг как гражданско–правовая модель взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Как справедливо отмечает Н.Ю. Коваленко, "холдинг, не являясь субъектом права, представляет собой, гражданско–правовую модель взаимодействия хозяйствующих субъектов. Обладая признаками юридической конструкции, холдинг как гражданско–правовая модель, применим к различным совокупностям хозяйствующих субъектов при необходимости обеспечения влияния одного лица на решения, принимаемые другими лицами в составе совокупности" [7].

В данном подходе акцентуализируется договорная модель холдинга, о которой пишут и некоторые экономисты: "Функциональная модель объединения холдингового типа отличается учетом воздействия комплексов управленческих услуг, проявляющихся в переходе на арендные и подрядные отношения дочерних и зависимых организаций объединения с заключением договоров простого товарищества и договоров передачи полномочий единоличных исполнительных органов торговому дому с функциями управляющей компании, что способствует адаптации субъекта рынка к воздействию внешней среды" [8].

Однако практика показывает, что такая модель холдинговых отношений не единственная.

4. Холдинг как имущественно обособленное объединение нескольких организаций.

Так Д.В. Давыдов полагает, что холдинг – это "не имеющее статуса юридического лица имущественно обособленное объединение нескольких организаций, из которых одна является основным обществом и путем преимущественного участия в уставном капитале дочерних обществ, или в силу иного основания, прямо определенного законом, имеет возможность влиять на принятие решений дочерними обществами и на осуществление ими своей деятельности, в том числе путем осуществления контроля за их деятельностью" [9].

Данный подход не состоятелен по причине того, что определение "имущественно обособленное объединение нескольких организаций" уже претендует на признание статуса юридического лица, что затруднено в отношении

холдингов.

В целом, множественность подходов к понятию холдинга предопределяет необходимость авторского уточнения понятия "холдинг".

Следует уточнить, что система, в которой существуют сегодня холдинги, сформировалась в итоге "разгосударствления" собственности [10] и освобождения экономической сферы от доминирующего государственного влияния. В сложившихся условиях зачатки саморегуляции направлялись в первую очередь на управление капиталом.

Сегодня упорядочение внутренних корпоративных отношений происходит на уже сформированном в 1990–е гг. правовом поле, которое не учитывает особенности тех образований и процессов, которые возникли в первом десятилетии XXI века. В итоге мы имеем дело с попыткой наложения корпоративных регуляторов на сложившийся комплекс правовых норм. В такой попытке законодателя не учитываются специфические черты корпоративной системы. Данная ситуация усугубляется тем, что корпоративные нормы и их источники – это все еще дискуссионный вопрос российской науки [11–14].

Безусловно, между правовыми и корпоративными нормами есть различия:

1) правовые нормы направлены на регулирование широкого круга отношений "общество–граждане–государство"; корпоративные нормы регулируют узкий круг межличностных отношений внутри группы и между отдельными группами людей;

2) в сферу правового регулирования попадают типичные общественные отношения (в терминах П.Бурдые – габитальные); корпоративным регулированием определяется решение частных интересов;

3) правовые нормы выражают государственную волю и создаются государственными органами; корпоративные нормы создаются корпорациями (юридическими лицами) и выражают волю господствующей группы (как правило, это собственники, стейкхолдеры);

4) правовые нормы обеспечивают объективные и субъективные права и обязанности, тогда как корпоративные нацелены на реализацию преимущественно субъективных прав и обязанностей (в частности, экономические интересы субъектов в получении прибыли).

Однако существует и очевидное сходство между правовыми и корпоративными нормами:

1) одинаковый объект регулирования – например, деятельность органов управления юридическими лицами;

2) общность механизма регулирования;

3) императивный характер регулирования.

Таким образом, мы считаем целесообразным говорить в отношении ряда объектов (в частности – деятельности холдингов) о корпоративно–правовом регулировании как смешанной модели, где взаимосвязаны принципы и особенности регулирования на основе правовых и корпоративных норм.

На подобный синтез обращает внимание ряд современных исследователей: "Правовое регулирование общественных отношений, складывающихся в сфере деятельности корпораций, представляет собой единство государственного и корпоративного, и, соответственно, подчиняется двум группам источников права: "общим" источникам, адресованным всем субъектам права, находящимся на территории государства, и "дополнительным" или "собственным" источникам права, установленным в каждой отдельной корпорации" [15].

Поскольку в тесной взаимосвязи правовых и корпоративных норм на практике происходит постоянный конфликт значимости и приоритетности той или иной нормы, мы предлагаем многоуровневую корпоративно–правовую систему, позволяющую определить место той или иной нормы в иерархии:

1) на макроуровне корпоративно–правовая система представлена макро корпоративно–правовыми нормами,

где первичной является международно–правовая группа норм, а вторичной – корпоративная. Примером может быть обязательное соответствие кодексов корпоративной этики некоторым международным стандартам;

2) на мезоуровне корпоративно–правовая система представлена мезо корпоративно–правовыми нормами, где первичной является национальная правовая группа норм, а вторичной – корпоративная.

3) микро корпоративно–правовые нормы представляют собой микроуровень корпоративно–правовой системы: приоритетными здесь становятся корпоративные нормы.

Очевидно, что только четкая дифференциация уровня применения корпоративно–правовых норм позволит выстроить эффективную систему регулирования деятельности холдингов.

Итак, холдинг – это вид предпринимательского объединения, характеризующийся наличием особых холдинговых отношений, регулируемых как нормами федерального законодательства, так и корпоративными правилами (локальное нормотворчество). В отличие от иных форм предпринимательских объединений холдинг включает в себя холдинговую компанию, выступающую в качестве органа управления иными участниками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Временное положение о холдинговых компаниях, создаваемых при преобразовании государственных предприятий в акционерные общества (утв. Указом Президента РФ от 16 ноября 1992 г. N 1392)//РГ. 1992. 20 ноября.
2. Петухов В.Н. Корпорации в российской промышленности: законодательство и практика. М., 1999.
3. Проект Федерального закона "О холдингах" N 99049555–2. В существующей редакции был принят Государственной Думой Федерального Собрания РФ постановлением от 27 июня 2001 г. N 1696–III ГД.
4. Лаптев В.В. Холдинг как субъект предпринимательского права // Юридический мир. 2002. N 4.
5. Посунько Д.А. Холдинг как предпринимательское объединение (на примере агропромышленного комплекса): автореферат дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. – М., 2007.
6. Шиткина И.С. Правовое регулирование организации и деятельности холдинга как формы предпринимательского объединения: Дис. д-ра юрид. наук: 12.00.03. – М., 2006.
7. Коваленко Н.Ю. Холдинг как гражданско–правовая модель взаимодействия хозяйствующих субъектов: автореферат дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. – Ростов–на–Дону, 2010. – С. 7–8.
8. Гордеев С.С. Формирование рынка управленческих услуг в устойчивом развитии объединений холдингового типа. – Красноярск, 2012.
9. Давыдов Д. В. Правовое положение государственных холдингов в Российской Федерации : автореферат дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. – М., 2009.
10. Целовальников А.Б. Особенности управления и контроля в акционерных обществах, созданных в процессе приватизации государственного и муниципального имущества: эволюция современного законодательства: Дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. – Саратов, 2004. – 206 с.
11. Алейник С.А. Корпоративные нормы в российском праве: Дис.канд. юрид. наук. – М., 2007. – С. 156;
12. Александрова А.А. Кодексы корпоративного управления в гражданско–правовом регулировании организации и деятельности юридических лиц: Дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. – М., 2006. – 237 с.;
13. Потапов В.А. Корпоративные нормативные акты как вид локальных актов: Дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.01. – М., 2006. – 227 с.;
14. Шеленин В.Ю. Правовое регулирование корпоративного управления в акционерных обществах: Дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. – М., 2004. – 217 с.
15. Потапов В.А. Корпоративные нормативные акты как вид локальных актов: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.01. – М., 2006. – С. 11.

ПРОФИЛАКТИЧЕСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЮ ПОБЕГОВ ОСУЖДЕННЫХ ИЗ МЕСТ ЛИШЕНИЯ СВОБОДЫ

PREVENTIVE MEASURES TO PREVENT ESCAPES OF CONVICTS FROM PRISON

V. Bochkarev

Annotation

In article ways and the reasons of commission of escapes from correctional facilities, actions directed on the prevention of escapes of the general and individual character are considered. The author focuses attention on individual prevention as it has impact on the prime cause of commission of crimes to the condemned.

Keywords: prevent escapes, general prevention, individual prevention, reasons for committing shoots, prevention.

Бочкарев Владимир Викторович

Методист,

*Кузбасский институт ФСИН России,
г. Новокузнецк*

Аннотация

В статье рассматриваются способы и причины совершения побегов из исправительных учреждений, мероприятия направленные на предупреждение побегов общего и индивидуального характера. Автором акцентируется внимание на индивидуальной профилактике, поскольку именно она оказывает влияние на первопричину совершения преступлений осужденным.

Ключевые слова:

Предупреждение побегов, причины совершения побега, общая профилактика, индивидуальная профилактика, меры профилактики.

Предупреждение побегов из мест лишения свободы является актуальным вопросом Федеральной службы исполнения наказаний (далее ФСИН). В случае совершения побега из мест лишения свободы возникает угроза нарушения общественных отношений складывающихся как в исправительном учреждении, так и за его пределами, существует большая вероятность совершения различных преступлений и правонарушений бежавшим лицом.

Уклонение осужденного от отбывания наказания путем совершения побега не содержит в себе общественной опасности. Опасность состоит в последствиях совершения побега, таких как нападение на персонал учреждения и попытка завладения его боевым оружием, форменным обмундированием, документами. Побег осужденного, как правило, продолжается преступной деятельностью вне исправительного учреждения. Преступник направляет свои действия на незаконное завладение одеждой, деньгами, транспортным средством, необходимыми документами. Общественная опасность совершения побега увеличивается пропорционально времени находящемуся осужденного на нелегальном положении. Безусловно, преступник является криминогенно опасным источником не только для жизни и здоровья правоохранительных граждан, но и их материального имущества.

На задержание бежавших преступников расходуются огромные материальные и финансовые средства. Ро-

зыскные мероприятия проводятся с привлечением личного состава учреждений, иных подразделений ФСИН, подразделений Министерства внутренних дел и Федеральной службы безопасности [1].

В 2012 году из исправительных учреждений совершено 170 побегов, что на десять менее чем в 2011 году. Однако настораживает количество предотвращенных побегов, составляющих 2189 фактов [2].

Согласно переписи с главным управлением ФСИН России на 3 июня 2013 года совершено 4 побега из под охраны учреждений, и лиц содержащихся под стражей, из которых 2 совершено в группе. Общее количество бежавших составляет 8 человек. По способам совершения побега сложилась следующая картина, 1 побег совершен через верх путем преодоления основного ограждения, 1 побег совершен путем подкопа, 2 побега совершено иными способами. Хотелось бы отметить, что 3 побега совершено в ночной период, с административного либо режимного корпуса учреждений. Количество предотвращенных побегов за аналогичный период составляет 3 покушения. Общее количество лиц пытавшихся совершить побег составляет 3 человека, двое из них хотели совершить побег путем преодоления основного ограждения через верх, один осужденный намеревался совершить побег путем прохода через КПП по пропуску транспорта. Две попытки совершались в ночной период времени и из промышленной зоны учреждения. Осужденные не смотря

ни на что, пытаются совершать побеги из учреждений, поэтому актуальность предупреждения данных фактов сохраняет свое значение.

Грязева Н.В. сравнивая мнения, выделила типичные способы совершения побега осужденных из исправительных учреждений: побег из-под охраны, нападение на охрану, преодоление инженерно-технических средств охраны и надзора, преодоление не охраняемых объектов, использование тайников, укрытие в транспортных средствах и их использование (на таран). А также с помощью подкопа, воздушных и водных коммуникаций, поддельных документов, подкупа персонала [3].

Что же является причинами совершения преступления в учреждениях лишения свободы. По мнению Г.Ф. Хохлякова одной из причин совершения преступления считается психическая составляющая лица, которая может вызывать определенную напряженность осужденного, включающая в себя такие элементы как страх, тревожность, мнительность, опасения, беспокойства, агрессивность, раздражительность, нерешительность и другое. Принципы и ценностные ориентиры осужденных также оказывают влияние на преступное поведение осужденных. Второй причиной, по мнению Г.Ф. Хохлякова является объединение осужденных в условиях изоляции от общества [4].

В общем причины совершения побега можно классифицировать на две группы: криминогенная направленность личности (субъективные факторы) и сложившаяся ситуация и обстановка (объективные факторы). Именно взаимодействие представляет собой прямую причину преступления. Хотелось бы отметить, в самом взаимодействии указанные причины могут быть далеко не одинаковы, в одних ситуациях основную роль играет криминогенная направленность личности, в других сложившаяся ситуация и обстановка [5].

К сложившейся ситуации и обстановке совершения побега относят недоработки в деятельности исправительных



учреждений, слабое изученность осужденных, плохое несение службы лиц дежурной смены, неосведомленность администрации учреждения о преступных намерениях осужденных, грубые просчеты в профилактической работе с осужденными, неорганизованность подразделений и служб, недостатки в оборудовании инженерно-технических средств охраны и надзора за осужденными [6].

По мнению О.В. Мазур и других ученых первопричиной совершения побега из мест лишения свободы является криминогенная направленность личности осужденного, так как именно она формирует и мотивирует осужденного на совершение преступления [7].

Для устранения криминогенной направленности осужденного необходима индивидуальная профилактика, которая содержит в себе конкретные профилактические мероприятия. Индивидуальная профилактика строится исходя из оперативной информации об осужденных.

Для профилактики побегов из мест лишения необходимо: глубоко изучить осужденного, его отношения с криминогенными элементами, личностных характеристик,



привычки, склонности, мотивирующие факторы, поведение осужденного и его высказывания. Данная информация даёт основание для проведения последующих предупредительных мероприятий. Хотелось бы отметить, что полнота и достоверность полученной информации, имеет большое значение.

При работе с лицами с четкой криминогенной установкой, актуальность данного вопроса усиливается, поскольку информация не соответствующая действительности может отрицательно сказаться на деятельности учреждений в целом. Далее приступаем к проведению индивидуально профилактической работы с осужденным. Мероприятие во многом зависит от субъекта его проводящего, его авторитетности, знаний и умений в области педагогики. Для оказания воспитательного эффекта могут быть использованы родственные и иные положительные связи.

В случаях, не требующих отлагательств в целях предотвращения побега, и исключения негативного влияния иных осужденных, лицо предполагающее совершить побег, может быть изолировано в ШИЗО, ПКТ, ЕПКТ [8].

Однако не всегда представляется возможным воздействовать на осужденного с четкой криминогенной установкой. В этом случае администрация учреждения должна исключить возникновение условий, как субъективных, так и объективных которые могут стать поводом совершения преступления. Данные категории осужденных не прощают ошибок и просчетов в деятельности администрации.

Несколько иной по нашему мнению представляется работа с осужденными не имеющей четкой отрицательной направленности. Осуществляется целенаправленное воздействие на осужденного, с целью склонения его к отказу от совершения побега, с применением метода убеждения. Цель подобного воздействия – добиться отказаться осужденного от преступных планов [7].

Лица склонные к совершению побега в обязательном порядке ставятся на профилактический учет учреждения, за ними закрепляются наиболее подготовленные сотрудники, спальные и рабочие места располагаются у входа в помещение, им не может быть предоставлено право передвижения без конвоя.

При проведении различных инструктажей в обязательном порядке лица дежурной смены учреждения должны ознакомиться с данной категорией лиц. Тем не менее, проблема в данной области продолжает существовать, для ее решения необходимо глубокое изучение складывающейся ситуации, комплексный и системный подход.

Деятельность администрации исправительного учреждения по предупреждению побегов осужденными представляется многогранной, где задействованы все службы и отделы учреждения. Недоработка одного подразделения накладывает отпечаток на деятельность иных служб. В борьбе с преступлениями необходимы совместные и слаженные действия сотрудников учреждения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Соломатин С. В. Вестник Воронежского института ФСИН России, 2011, № 2. С. 119
2. <http://fsin.su>
3. Грязева Н.В. Способ совершения побегов осужденных из исправительных учреждений: проблема определения и классификации. Вестник Владимирского юридического института. 2011. №3. С. 15
4. Хохляков Г.Ф. Криминология / отв. ред. Кудрявцев В.Н. М.: юристь. 1999. С. 296–327
5. Кудрявцев В.Н. Причины конкретного преступления // Сов. юстиция. – 1970. № 22. С.6–7
6. Сауляк В.К. Автореф. дис... канд. юрид. наук. С. 120.; Мазняк К.В. Некоторые вопросы предупреждения побегов осужденных из ИТУ // Вопросы профилактики преступлений. – М., 1973. С. 85
7. Мазур О.В. Уголовно-правовые и криминологические проблемы борьбы с побегами из мест лишения свободы. Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. Специальность 12.00.08 – уголовное право и криминология; уголовно-исполнительное право. Омск. 1997. С.168
8. Приказ Минюста Р.Ф. "Об утверждении инструкции по профилактике правонарушений среди лиц, содержащихся в учреждениях уголовно-исполнительной системы" от 20 мая 2013 г. № 72

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

INTERNATIONAL EXPERIENCE OF PHARMACY LICENSING

V. Purtsakin

Annotation

The article reveals the national characteristics and regulatory trends of pharmacy licensing in foreign countries. Common trends of pharmaceutical market' state regulation are generalized. The specific use of modern methods and instruments of pharmacy state regulation in developing countries are analyzed. Based on a brief analysis of pharmacy licensing problems in Russia author developed and offered the main directions and measures to improve the Russian model of pharmacy licensing.

Keywords: state regulation and administration, pharmacy, licensing, international experience, methodical approach.

Пурцакин Виталий Геннадьевич

Аспирант, Российский

государственный торгово-экономический
университет

Аннотация

В статье выявлены национальные особенности и тенденции регулирования лицензирования фармацевтической деятельности в зарубежных странах. Обобщены и проанализированы общие тенденции регулирования фармацевтического рынка. На основании выявленной специфики использования современных методов и инструментов государственного регулирования фармацевтической деятельности в развивающихся странах и краткого анализа проблем государственного регулирования фармацевтической деятельности в России разработаны и предложены направления и меры совершенствования российской модели лицензирования фармацевтической деятельности.

Ключевые слова:

Государственное регулирование, фармацевтическая деятельность, зарубежный опыт, лицензирование, методический подход.

С момента воссоздания в России института лицензирования прошло почти двадцать лет. Совершенствование системы лицензирования отнесено к числу общесистемных мер снижения административных барьеров и повышения доступности государственных услуг.

По результатам проводимой административной реформы уже достигнуты ощутимые результаты в части сокращения количества лицензируемых видов деятельности и оптимизации системы лицензирования, повышения прозрачности деятельности лицензирующих органов [6]. Вместе с тем, лицензионные отношения в сфере производства и обращения лекарственных средств в России складывались на протяжении длительного периода времени и в определенной степени стихийно. Как результат – отсутствие единого подхода к пониманию целей и задач лицензирования фармацевтической деятельности, незрелость законодательной базы реализации лицензионных отношений, регламентирующей процедуры лицензионного производства и определенные трудности в правоприменительной практике. Все это, несомненно, снижает возможности института лицензирования в административно-правовом регулировании фармацевтической деятельности.

В этой связи выявление специфики мирового опыта

лицензирования фармацевтической деятельности, имманентно присущих ему особенностей, а также целесообразности его адаптации приобретает большую значимость в условиях необходимости построения современной национальной модели лицензирования.

В мировой практике используются различные механизмы и способы регулирования фармацевтической деятельности. Во всех странах с устоявшимися демократическими формами управления и с развитой рыночной экономикой действует эффективная система государственных контрольно-ревизионных органов.

Параметры регулирования устанавливаются государством (исполнительными органами власти) и саморегулируемыми организациями (профессиональными ассоциациями и фармацевтическими обществами).

Все формы государственного регулирования производства и оборота лекарственных средств носят национальный характер, так как неразрывно связаны с особенностями законодательства, государственного устройства, структуры органов здравоохранения и фармацевтической службы, традиций, имеющимися ресурсами каждой страны [7, с. 11]. Каждая страна, регион имеют разнородное пространство фармацевтических рынков, как в экономическом, так и в нормативном плане.

Согласно прогнозу развития мирового фармацевтического рынка до 2014 г. компании IMS Healthcare (США), объемы продаж на всемирном фармацевтическом рынке к концу 2015 г. составят 1 трлн долл. в денежном выражении [1]. По-прежнему фармацевтический бизнес будет концентрироваться в таких ведущих регионах как США, Европа и Япония (около 70% мирового фармацевтического рынка [4, с. 373]).

Значительная доля всей фармацевтической продукции в денежном выражении в мире в целом распространяется через дистрибьюторские каналы. Важнейшими клиентами оптовых фармацевтических компаний являются аптеки, плотность их расположения в разных странах варьируется.

Фармацевтический рынок как таковой имеет ряд особенностей, связанных со спецификой обращающихся на нем товаров – лекарственных средств. К фундаментальной особенности фармацевтического рынка относится высокая социальная значимость представленных на нем товаров.

Анализ основных тенденций мирового фармацевтического рынка, а также общества в целом, показал, что в связи с распространением концепции "самолечения" и государственной политикой, направленной на сокращение расходов на здравоохранение, именно в аптеки, минуя врача, станут обращаться больше потребителей при появлении у них легких недомоганий [8]. Это даст фармацевтическим специалистам возможность предлагать потребителю новые виды услуг. Изменение места и роли на фармацевтическом рынке аптек также связаны и с увеличением доли продаж парафармацевтической продукции [3, с. 32]. В этом смысле, перспективы развития аптечного сектора связаны с изменением концепции аптечной торговли и самого понятия "аптека". Выше перечисленные факторы, приведут к тому, что расширятся показания к применению безрецептурных лекарственных средств, что принесет целый ряд трудностей в области контроля за розничной торговлей лекарственными средствами. Поскольку от безопасности лекарств зависят здоровье и жизнь людей, для обеспечения безопасности лекарств необходим не только контроль их качества, но и его обеспечение на всех этапах лекарственного обращения, в том числе и GDP (надлежащая дистрибьюторская практика) и GPP (надлежащая аптечная практика).

Анализ показал, что современная "практика предпочтения" отдельных способов государственного регулирования фармацевтической деятельности во многом зависит от ряда факторов, которые можно классифицировать как: факторы внешней среды (политика в области здравоохранения, объемы рынков лекарственных средств, ОМС, институциональная инфраструктура рынка); внутренние факторы, к которым относят создание системы регулирования рынка (эффективность административ-

ных процедур, нормативная правовая база [5, с. 34]).

Одни страны применяют лицензирование, когда предпринимателю выдается специальное разрешение на осуществление фармацевтической деятельности, другие – устанавливают уведомительный порядок начала предпринимательской деятельности. Преимущество лицензирования фармацевтической деятельности состоит в обеспечении возможности ее контроля, но вместе с тем ограничительные меры ведут к коррумпированности административного аппарата, который осуществляет выдачу разрешений [15]. При лицензионной системе и при уведомительном начале фармацевтической деятельности государство также может вводить меры, запрещающие или ограничивающие для иностранных фармацевтических компаний осуществление деятельности, либо запрет такой деятельности на определенных территориях.

Правовые нормы, регулирующие процедуру лицензирования в развивающихся странах, традиционно отличаются большим разнообразием, что связано со значительными различиями в политике этих государств по отношению к целям и задачам фармацевтического бизнеса, и целей проводимой соразмерно национальным интересам политики в сфере здравоохранения и обращения лекарственных средств.

Анализ публикаций, посвященных регулированию фармацевтической деятельности в ряде зарубежных стран через механизм лицензирования, показывает, что указанный механизм применяется давно, широко, разработан с высокой степенью детализации и действует на основании правовых норм.

Опыт стран с развитым фармацевтическим рынком, имеющих давние традиции государственного контроля (Франция, Германия, Великобритания, США, Япония) свидетельствует о том, что структурная организация органов лицензионного контроля обусловлена, прежде всего, разграничением объектов контроля и необходимостью создания архитектуры горизонтальных и вертикальных властных отношений на основе четкого разграничения контрольных полномочий. Административная модель организации лицензионного контроля, когда контрольные полномочия принадлежат органам исполнительной власти общей компетенции, либо специальные контрольные институты вписаны в систему исполнительных органов [11].

В **таблице 1** обобщены особенности регулирования розничной фармацевтической деятельности в семи странах мира: Франция, Германия, Нидерланды, Норвегия, США, Канада, Австралия.

В целом все инструменты регулирования фармацевтической деятельности (обращение лекарственных средств) в этих странах можно классифицировать на:

Таблица 1.,

Особенности регулирования фармацевтической деятельности

| | Франция | Германия | Нидерланды | Норвегия | США | Канада | Австралия |
|---|---------|----------|------------|----------|-----|--------|-----------|
| Требуется лицензия/контракт | да | да | да | да | да | да | да |
| Запрещения размещения новых аптек | да | нет | нет | да | нет | нет | да |
| Запрет на долевую собственность | да | да | нет | нет | нет | нет | да |
| Регулирование размера помещений | да | да | нет | нет | нет | нет | да |
| Установлено возможное количество аптек на одного управляющего (владельца) | да | да | нет | да | нет | нет | нет |
| Существуют меры регулирования цен и ценовых максимумов | да | | да | да | | да | да |

Источник: составлено автором.

профессиональные требования к фармацевтической деятельности; сертификацию; регистрацию и регуляцию вопросов собственности; лицензирование; непосредственные требования к фармацевтам; кодексы профессиональной этики и правила поведения.

Во всех рассмотренных странах существует система лицензирования фармацевтической деятельности (розничная торговля). В Австралии лицензирование, как механизм государственного регулирования не упоминается, но система мер, связанная с получением права открыть аптеку, детально регламентирована и представляет интерес [12].

В некоторых странах лицензирование фармацевтической деятельности (аптеки) и самих фармацевтов производится на национальном уровне, в то время как в других – лицензирование осуществляется на региональном уровне (Канада, Норвегия и США *).

* В американской системе лицензирования выделены такие виды предпринимательской деятельности, как потребительский рынок, строительство, недвижимость и др. Порядок лицензирования регулируется нормативно-правовыми актами США, штатов и городских властей.

Однако даже при условии лицензирования на региональном (местном) уровне, лицензионные требования и установленные меры ответственности за нарушения лицензионного законодательства достаточно схожи. Таким образом, это позволяет сохранить единый подход к во-

просам лицензирования, устранить ведомственность.

Практиковать имеет право только зарегистрированный фармацевт. Регулирование фармацевтической деятельности во всех рассмотренных странах предусматривает получение специального разрешения на право изготовления лекарственных средств (получает фармацевт).

В основе законодательства всех Европейских стран – членов ЕС, касающегося аптек, лежит Копенгагенская Декларация, принятая 31 мая 1994 года на Европейском Форуме фармацевтических обществ [16].

В вопросах форм собственности аптек, права заниматься профессиональной фармацевтической деятельностью, ситуация в различных странах Европы разная. В странах континентальной Европы [13] действуют схожие принципы в отличие от Великобритании и Ирландии.

В большинстве стран осуществляется регуляция собственности.

В Норвегии фармацевт может получить лицензию на владение одной аптекой и тремя ее филиалами. Датскими аптеками может владеть только провизор, в Германии, Норвегии и Франции можно владеть не более чем одной аптекой. Обязательным условием получения разрешения в Нидерландах является членство в ассоциации. В Великобритании и США подобных ограничений нет.

В Германии принцип личного руководства и, соответственно, владения аптекой именно фармацевтом (провизором) является обязательным. Лицензия выдается на конкретную аптеку. Аптека может быть передана в управление другому фармацевту в исключительных случаях. Фармацевт должен иметь диплом, сертификат фармацевта, и "апробацию", которая является для фармацевта лицензией на работу в аптеке. Требования, необходимые для получения лицензии на конкретную аптеку оговорены в федеральном законе, который приводится в исполнение соответствующими органами власти федеральных земель ("Bundeslander"), в каждой из которых определен лицензирующий орган.

В соответствии с законом претендент на получение лицензии должен: быть фармацевтом; быть дееспособен; иметь лицензию фармацевта или один из действительных фармацевтических дипломов какого-либо государства-члена ЕС; доказать возможность функционирования аптеки; доказать наличие необходимых помещений, регламентируемых соответствующим указом; предоставить информацию, управлял ли и где (в какой стране, входящей в ЕС) одной или несколькими аптеками и др.

Таким образом, лицензирование фармацевтической деятельности в Германии носит разрешительный характер, как в большинстве странах мира, так и в России.

В Италии фармацевт может иметь 1–2 аптеки. Собственник аптеки должен иметь стаж менее 2-х лет и выиграть конкурс среди желающих.

В Португалии, как и в большинстве европейских стран, собственником одной аптеки может быть только фармацевт, являющийся членом Аптечной палаты Португалии.

В Дании существуют возрастные ограничения. Разрешение на управление аптекой может получить фармацевт в возрасте от 50-ти до 70-ти лет (затем лицензия аннулируется).

Во Франции также для открытия аптеки необходима лицензия, выдаваемая префектом по согласованию с окружным аптечным советом и специальным органом местной администрации. Владеть аптекой может фармацевт. Он же должен непосредственное руководство аптекой.

Согласно законодательству Великобритании владельцем аптеки может стать любой гражданин. Однако, согласно статистике, больше 50% аптек принадлежит фармацевтам. Руководить аптекой может только фармацевт. Аптека должна быть зарегистрирована в соответствующем фармацевтическом обществе, после чего можно употреблять название "Аптека".

Регулируется также размер помещений. В Германии –

минимум 165 м² [10], в Норвегии и Дании количество аптек и их размеры определяются властями, в Исландии местные органы власти дают разрешение на размер помещений, а во Франции при регулировании размеров площадей аптечных учреждений власти руководствуются количеством обслуживаемых в аптеке посетителей. В Великобритании, США ограничений нет. В Австралии установлены требования к зданию аптеки, прежде всего, отдел рецептурного отпуска должен быть не менее 9 кв.м.

Расположение аптеки территориально не ограничивается, при этом в большинстве рассмотренных стран ограничено количество аптек. В Канаде и США аптеки могут быть расположены в супермаркетах или магазинах самообслуживания. Открытие аптеки в том или ином месте может быть запрещено во Франции и Норвегии. Во Франции это обусловлено попыткой властей обеспечить доступность фармацевтических услуг для населения (кол-во аптек на тыс. населения). В Норвегии, несмотря на выбранный правительством курс на дерегулирование фармрынка, остались ограничения по открытию аптек: аптеки не могут работать в одном здании/помещении, в которых ведется врачебная практика (врачебные кабинеты и т.п.).

Техническая регуляция осуществляется во всех рассмотренных странах. В аптеках Германии, Франции, Дании, Норвегии и Нидерландах должен быть назначен ответственный фармацевт. Также предъявляются технические требования к устройству аптеки, ее операциям и персоналу. В Нидерландах и Великобритании существуют требования Королевской ассоциации учреждения аптек.

Несмотря на кажущееся отсутствие территориальных ограничений для открытия аптеки (за исключением Италии, Дании) в Нидерландах, в некоторой степени структура рынка здравоохранения сама по себе накладывает определенные ограничения. Так, для фармацевта или группы фармацевтов барьером для выхода на местный рынок может стать заключение страхового контракта в этом городе (районе). В Великобритании новая аптека не может располагаться в радиусе 1,6 км от уже существующей.

Определенные категории лекарственных средств (ОТС-препараты [14]) могут продаваться вне аптек или в отсутствие фармацевтов (Канаде и США, Норвегии (ограниченный перечень), Дании, Финляндии). В Германии и Великобритании лекарства разделены на два типа, одни продаются исключительно в аптеках, другие можно найти в неспециализированных магазинах (витамины, травяные чаи), но даже в этом случае персонал магазина должен пройти специальное обучение. В США безрецептурные препараты также продаются в магазинах, но чаще всего это специализированные аптечные магазины типа Boots и Dragstor. Вне аптек можно реализовывать только безрецептурные лекарственные средства, но руководителями этих подразделений могут быть только лица с

фармацевтическим образованием. В Дании и Финляндии аптечные прилавки в магазинах разрешены лишь в сельской местности с низкой плотностью населения. Нигде, кроме аптек, нельзя купить безрецептурные препараты во Франции.

Для открытия аптеки необходимо получить разрешение. С этой целью представляется заявление, в котором чаще всего указываются (в зависимости от страны): описание помещений аптеки; владелец аптеки; дата создания/учреждения; другие сферы деятельности; план в определенном масштабе и спецификации; координаты складов, на которые должно быть получено разрешение; адрес и контактный телефон.

К заявлению чаще всего прилагаются: положительное решение – органа государственной власти – (копия) в котором находится данная аптека; декларация – подтверждение правдивости и корректности информации.

Интересен в свете совершенствования (ускорения) процедуры лицензирования опыт создания Центров лицензирования в США (Нью-Йорк, Вашингтон), выдающих лицензии на все виды деятельности. В результате организационных преобразований срок получения лицензий сократился до нескольких дней и даже часов.

Лицензия выдается сроком от одного до двух лет (в некоторых странах до 20-ти лет (Дания)).

Среди институциональных инструментов регулирования фармацевтического рынка в зарубежных странах особо выделяются создание СРО. К числу основных предпосылок создания СРО в аптечном секторе относятся: динамичный рост аптечных сетей; рост продаж фальсифицированной продукции; разработка технического регламента по безопасности лекарственных средств (последний затрагивает интересы субъектов аптечного рынка); необходимость разработки национального стандарта GPP и др. Российский опыт саморегулирования пока очень несущественен. Первая СРО в сфере здравоохранения – НП "Объединение частных медклиник и центров" зарегистрирована Росреестром 24.01.2012 г. В настоящее время также существуют профессиональные бизнес-объединения как составная часть процесса самоорганизации бизнеса*.

* Российская ассоциация фармацевтического маркетинга (РАФМ), Российская Фармацевтическая Лига (РФЛ), Союз профессиональных фармацевтических организаций (СПФО), Ассоциация российских и другие.

Недостатки лицензирования фармацевтической деятельности как формы административно-правового регулирования отчасти обусловлены "отсутствием внятной политики государственного регулирования фармацевтического рынка", позволяющей использовать влияние экономического эффекта развития отрасли в соответствующие точки социального роста [2, с. 169] и как ре-

зультат:

- 1) бюрократическое и коррупционное давление;
 - 2) барьеры входа на рынок;
 - 3) спонтанность подготовки и внесения изменений в законодательство, регулирующее фармацевтический бизнес;
 - 4) формальный подход к привлечению профильных ассоциаций и субъектов фармацевтического рынка в процессе подготовки нормативно-правовых актов;
 - 5) инфраструктурные барьеры;
 - 6) дефицит высококвалифицированных специалистов в области лицензирования и др.
- Государственное регулирование фармацевтической отрасли в России в настоящее время не является жестким, но, все же, самой серьезной проблемой рынка с точки зрения общей конструкции экспертами признается "частое и неразумное" изменение правил игры.

Очевидно, что для российской экономики и социальной сферы стратегическая задача развития фармацевтической отрасли может быть решена, в том числе за счет совершенствования механизма лицензирования фармацевтической деятельности. Реализация осмысленной государственной политики в сфере лицензирования фармацевтической деятельности должна обеспечить не только должный контроль за соблюдением правил лицензирования фармацевтической деятельности, но и эффективное развитие фармацевтического рынка России.

Анализ особенностей и тенденций регулирования фармацевтической деятельности в зарубежных странах позволил сделать вывод о том, что лицензирование фармацевтической деятельности в большинстве стран мира на сегодняшний день носит разрешительный характер. Данный порядок закреплен сегодня и в России.

Несомненно, механический перенос одной, даже развитой и успешно функционирующей модели лицензирования фармацевтической деятельности в условия другой страны невозможен, прежде всего, ввиду наличия специфических факторов внешней среды, которые не могут быть изменены в краткосрочной и среднесрочной перспективе. Все рассмотренные модели, и их составляющие административные методы и инструменты, являются достаточно успешными, но для их эффективной реализации необходимо наличие множества институтов (в том числе и институт СРО), поэтому заимствование моделей, не учитывающих детерминанты регулирования фармацевтической деятельности в России, может привести к негативным результатам.

Прагматический подход к проблеме организации системы лицензирования фармацевтической деятельности (соблюдение публичных и частных интересов) предполагает незначительные изменения действующего лицензионного законодательства, направленные на корректировку разрешительных (лицензионных) требований. Лицензирование – один из инструментов регулирования фармацевтического рынка, целесообразным является

его эффективное использование его для целей социально-экономического развития территории (повышения качества жизни населения, обеспеченности населения лекарственными средствами) [9]. Лицензионные (разрешительные) требования должны разрабатываться с учетом возможного социального эффекта фармацевтической деятельности (четкое понимание целей и задач регулирования).

Полагаем, что необходимо обратить внимание на некоторые особенности государственного регулирования развивающихся стран-лидеров фармацевтического рынка с развитой системой здравоохранения (ОМС) с целью изучения опыта их государственного регулирования и, возможно, некоторых, вполне оправданных, перспективных заимствований институциональных мер.

К таким мерам можно отнести: обеспечение единого

подхода к вопросам лицензирования на всех уровнях управления (федеральный, уровень субъекта, местный), устранение узко ведомственного подхода; создание архитектуры горизонтальных и вертикальных властных отношений на основе четкого разграничения полномочий по контролю за фармацевтической деятельностью; учет лучших практик для целей совершенствования методологии лицензирования: расширение предмета регулирования (рациональное образование аптечной сети, учет расстояния между аптеками, размер площадей и складских помещений, лицензирование экстермпорального изготовления лекарств как уникальных аптечных услуг и т.д.); соблюдение принципа единого руководства и индивидуальной ответственности; установление высокого уровня квалификационных требований к соискателю лицензии при условии четкого их закрепления в законе (высшее или среднее фармацевтическое образование и определенный стаж – не менее 5 лет).

ЛИТЕРАТУРА

1. Актуальные проблемы обеспечения качества лекарственной и медицинской помощи; Сочи, 26–28 июня, 2011. [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.fru.ru/sochi/sochi_pr_2011/26/plenarное/Daniyarova.pdf. – Загл. с экрана.
2. Балашов А.И. Основные положения стратегии устойчивого развития российской фармацевтической отрасли / А.И. Балашов // Экономическая политика. – 2011. – № 6. – С. 169–179.
3. Копачевская С.В. Разработка организационно-функциональной модели лицензирования фармацевтической деятельности: дис. ... канд. фармацев. наук / С.В. Копачевская. – М., 2007. – 164 с.
4. Лин А.А., Соколова С.В. Фармацевтический рынок: фундаментальные особенности / А.А. Лин, С.В. Соколова // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2 (42). – С. 372–376.
5. Мельничук Г.В. Лицензирование как форма государственного регулирования предпринимательской деятельности в России и США: дис. ... канд. юрид. наук / Г.В. Мельничук. – М., 2007. – 224 с.
6. О лицензировании отдельных видов деятельности : фед. закон Рос. Федерации от 04.05.2011 г. № 99-ФЗ : ред. от 04.03.2013 // Рос. газ. 2011. 6 мая.
7. Сбоев Г.А. Технологии гармонизации систем госрегулирования, регистрации, контроля производства и применения лекарственных средств / Г.А. Сбоев, В.Л. Багирова, И.И. Краснюк // Экономический вестник фармации. – 2003. – № 10. – С. 11–22.
8. Стратегия лекарственного обеспечения населения Российской Федерации до 2025 года: утв. Приказом Минздрава России от 13.02.2013 г № 66. [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: https://www.rosminzdrav.ru/health/remedy/158/Prikaz_po_Strategii_LO.pdf. – Загл. с экрана.
9. Стратегия развития фармацевтической промышленности на период до 2020 года. [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://pharma2020.ru>. – Загл. с экрана.
10. Ягудина Р.И. Тенденции развития аптечной системы за рубежом // Российские аптеки. 2009. № 20. [Электронный ресурс] / Р.И. Ягудина. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/5812044/>. – Загл. с экрана.
11. Administrative redress: public bodies and the citizen. Great Britain: Law Commission. 2010. P. 75. [Electronic resource]. – Electronic text data. – Mode of access: http://www.justice.gov.uk/lawcommission/.../cp187_Administrative_Redres. – Title from screen.
12. Hattingh L. The regulation of pharmacy ownership in Australia: The potential impact of changes to the health landscape // J Law Med. 2011, Sep. P. 147. [Electronic resource] / L. Hattingh. – Electronic text data. – Mode of access: http://www98.griffith.edu.au/dspace/bitstream/handle/10072/41413/73312_1.pdf?sequence=1. – Title from screen.
13. Impact of pharmacy deregulation and regulation in European countries. Summary Report / by S. Vogler, D. Arts, K. Sandberger. Vienna, March 2012. [Electronic resource]. – Electronic text data. – Mode of access: <http://whocc.goeg.at>.
14. Myths & Facts about PBMs, Retail Pharmacy and Pharmacy Pricing. October. [Electronic resource]. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.nacds.org/wmspage.cfm?parm1=2308>. – Title from screen.
15. Study of regulatory restrictions in the field of pharmacies. Main report. European Commission, Internal Market and Services DG. Rotterdam, 22 June 2007. [Electronic resource]. – Electronic text data. – Mode of access: http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/pharmacy/report_en.pdf. – Title from screen.
16. URL: <http://www.med-pravo.ru/International/Copenhag.htm>

ПРАВОВАЯ СИСТЕМА, РЕГУЛИРУЮЩАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВТО В ОБЛАСТИ АРБИТРАЖА

LEGAL SYSTEM GOVERNING THE ACTIVITIES OF THE WTO IN THE FIELD OF ARBITRATION

P. Ranchinskaya

Annotation

The basis of the legal system governing the activities of the WTO in the field of arbitration, is the desire to standardize the rules and regulations of WTO, its member in order to create a single legal space for foreign economic activity. Hence the idea of a supranational legal system of the WTO and the need to equalize the conditions of international relations. WTO legal system aimed at reaching agreements between the parties, which developed a mechanism of arbitration. Finally, the system of the WTO corresponds to the restatement *lex mercatoria*. It is an occasion to address the issue of recognition of the documentary possibilities of their use in resolving disputes in the Russian international commercial law.

Keywords: World trade organization (WTO), unification, trade disputes, "WTO law", the Dispute Settlement Body.

Ранчинская Полина Олеговна

Соискатель

каф. частного права ИЭУП РГГУ

Аннотация

В основе правовой системы, регулирующей деятельность ВТО в области арбитража, лежит стремление к унификации правил и норм ВТО для государств, входящих в ее состав, с целью создания единого правового пространства для внешнеэкономической деятельности. Отсюда следует идея о наднациональности правовой системы ВТО и необходимости уравнивания условий международных отношений. Правовая система ВТО нацелена на достижение соглашений между сторонами, для чего выработан механизм арбитража. Наконец, система право ВТО соответствует своду норм *lex mercatoria*. Это является поводом для решения вопроса о документальном признании возможности их использования при разрешении споров в российском международном коммерческом праве.

Ключевые слова:

Всемирная торговая организация (ВТО), унификация, торговые споры, "право ВТО", Орган по разрешению споров.

Определяя нормативные рамки международной торговли, право ВТО является центральным звеном международного торгового права. По сути, право ВТО можно охарактеризовать как комплексный международно-правовой институт, то есть включающий в себя нормы ряда других отраслей и институтов международного права.

Основная позиция ВТО заключается в том, что все, что может ограничивать конкурентоспособность производителей продукции на внутренних и внешних рынках мира должно обосновываться в соответствии с принятыми соглашениями, протоколами и договорами ВТО. В обмен на присоединение к ВТО страны делегируют ей часть своих суверенных полномочий и поощряют судебную практику иностранных арбитражных судов при торгово-промышленных спорах предпринимателей из стран-членов ВТО.

Соответственно, основной целью права ВТО является сужение экономических и административных границ государств на пути услуг/товаров, что, в свою очередь, означает передачу части полномочий государств международной организации и сужение сферы государственного

суверенитета. При этом внутреннее право страны должно "подстраиваться" под нормы права ВТО (международного торгового права). Таким образом, можно говорить о примате права ВТО над внутренним правом. Это значит, что в системе права ВТО приоритет в методах и способах защиты национальных интересов практически полностью передан многосторонним правилам (а не односторонним или узкогрупповым действиям государств).

Следует добавить, что члены ВТО, на которых приходится основная доля мировой торговли (ЕС, Япония и США), реализуют подход, в соответствии с которым Соглашение ВТО не имеет прямого действия на территории данных стран. Данный подход зафиксирован в нормативных актах, в которых эти страны признают обязательность действия Соглашения ВТО, а также в существующей судебной практике. При этом суд ЕС придерживается монистической концепции взаимодействия внутригосударственного и международного права, в соответствии с которым международное право является составной частью внутреннего без необходимости изменения норм внутреннего законодательства [2].

На сегодняшний день право ВТО представляет собой

систему из почти 60 соглашений, входящих в состав "пакета ВТО", а также решений органов по разрешению споров, которые были зафиксированы в докладах Апелляционного органа (100) и Третейской группы (около 170), рассмотревшими на данный момент более 450 споров.

В список основных соглашений правовой системы ВТО входят следующие документы и их группы:

- ◆ GATS (ГАТС, Генеральное соглашение по торговле и услугам);
- ◆ GATT (ГАТТ, Генеральное соглашение по тарифам и торговле);
- ◆ TRIMS (Соглашение по инвестициям);
- ◆ TRIPS (Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности);
- ◆ SPS (Соглашение о санитарных и фитосанитарных мерах);
- ◆ AoA (Соглашение по сельскому хозяйству);
- ◆ TBT (Соглашение о технических препятствиях торговле);
- ◆ антидемпинговые меры;
- ◆ соглашения по субсидиям;
- ◆ соглашения по финансовому рынку.

По сравнению с системой ГАТТ, которая охватывает только торговлю промышленными товарами, система ВТО существенно расширяет поле своего регулирования. Под "режим ВТО" подстроена, в частности, торговля одеждой, сельскохозяйственными товарами, текстилем, а также некоторые аспекты прав на интеллектуальную собственность, инвестиционных мер и др. Эксперты предполагают, что в сферу регулирования ВТО в связи с международной торговлей войдет и решение таких вопросов, как правила конкуренции, социальные/трудовые и экологические стандарты. Таким образом, ВТО окончательно превратится в, своего рода, мировое "министерство торговли".

Существенную роль в праве ВТО играет правопреемственность, то есть законотворческая деятельность (административные документы, процедуры в рабочих органах ВТО), которая с 1947 года определяет трактовку различных положений и соглашений ВТО [3].

Особенностью системы права ВТО является значительное влияние ее правовых норм на национальные правовые системы. Прежде всего, речь идет о нормах, регулирующих внешнюю торговлю. ВТО придерживается принципа: международное право является составной частью национального законодательства, которое регулирует внешнюю торговлю. То есть, в целом правила и нормы ВТО должны быть перенесены в национальное законодательство ее государств-членов и при этом получают перед ним приоритет, что позволяет унифицировать их и создавать для внешнеэкономической деятельности единое правовое пространство [4].

В основе права ВТО лежат 3 ключевых принципа:

- ◆ принцип наибольшего благоприятствования;
- ◆ принцип недискриминации в торговле;
- ◆ принцип предоставления национального режима.

Применительно к международной торговой системе особенность данных принципов заключается в том, что все они являются методом сопоставления и последующего уравнивания условий, а также способом организации международных отношений. Данные принципы являются одновременно содержательными нормами.

Процедура разрешения споров в ВТО, выделяется тем, что направлена на достижение соглашения между сторонами (государствами-членами ВТО). Если государство исчерпало все средства разрешить на двусторонней основе спор, возникший у него с другим государством-членом ВТО, тогда оно обращается к услугам Генерального директора для "примирения и посредничества" в разрешении спора. Если консультации с Генеральным директором не приводят к желаемому результату, то одна из спорящих сторон обращается с просьбой о назначении экспертов – "запуске механизма арбитража".

Центральным органом в институциональной структуре ВТО является Орган по разрешению споров. Его основной задачей является урегулирование споров путем толкования заключенных в рамках ВТО соглашений в рамках специальной Договоренности о правилах и процедурах, регулирующих разрешение споров. Данный орган обладает правом учреждать арбитражные группы, утверждать их решения, а также апелляции по ним и применять принудительные меры в случае невыполнения принятых им решений и рекомендаций.

То есть, процедура урегулирования споров в случае обращения в Арбитражную комиссию ВТО включает в себя три основных этапа:

- 1) проведение консультаций между сторонами;
- 2) непосредственное разбирательство, проводимое в рамках Органа разрешения споров ВТО (ОРС);
- 3) выполнение спорящими сторонами решения, принятого ОРС.

Решения, принимаемые ОРС, являются приоритетными по отношению к внутреннему законодательству государств, входящих в состав ВТО. Генеральный совет ВТО (ОРС) собирается не реже одного раза в месяц и наделен следующими полномочиями:

- ◆ по принятию докладов Апелляционного органа;
- ◆ по учреждению третейских групп (которые выполняют функции арбитража) и принятию их докладов;
- ◆ по разрешению приостановки уступок по Соглашению об учреждении ВТО;
- ◆ по осуществлению надзора за применением принятых решений, а также рекомендаций.

Любая процедура урегулирования спора всегда начинается с консультаций. К ним стороны обязаны приступить в течение месяца с момента получения запроса на проведение консультаций, которые, в свою очередь, должны быть окончены в срок, не превышающий двух месяцев. Запрос об учреждении третейской группы направляется сторонами, если они не пришли к согласованному решению. На заседании ОРС создается группа, выполняющая функции арбитражной комиссии, в состав группы включаются эксперты – правительственные или неправительственные.

На первом слушании Арбитражной комиссии стороны излагают позиции по предмету спора. На следующем слушании стороны предоставляют устные аргументы и письменные доказательства по позициям сторон. Если предоставляемые факты требуют привлечения эксперта, третейская комиссия ВТО может провести консультации с экспертами или назначить экспертную группу для получения заключения по предмету спора. Третейская комиссия ВТО после проведения прений готовит предварительный доклад, который направляется сторонам. Стороны в течение двух недель могут ознакомиться и прокомментировать его. При отсутствии замечаний и предложений сторон данный доклад считается окончательным и распространяется среди членов ВТО.

Предварительное решение содержит заключения и выводы третейской комиссии ВТО по существу спора. Решение направляется сторонам, которые вправе требовать его пересмотра в течение одной недели. Итоговый доклад также направляется сторонам и распространяется среди членов ВТО. В течение двух месяцев с даты его распространения, доклад принимается на заседании Арбитражной комиссии ВТО.

В целом, следует подчеркнуть, что система урегулирования споров основывается на принципе единого обязательства, которого придерживаются все члены ВТО. Страны, состоящие в ВТО, таким образом, берут на себя обязательства в случае нарушений правил международной торговли не применять каких-либо действий, а решать возникшие проблемы в Организации [5].

Право ВТО имеет иерархичную структуру, то есть оно содержит принципы решения возможных коллизий между отдельными соглашениями "пакета" ВТО. В случае возникновения коллизии Соглашения об учреждении ВТО (статья XVI, п. 3) с нормой ГАТТ приоритет будет отдан норме ГАТТ. Таким образом, текст ГАТТ соотносится с правом ВТО, как "lex specialis" ("специальный закон") с "lex generalis" ("общий закон"). В результате случае коллизии между нормой другого многостороннего торгового соглашения и нормой ГАТТ верховенство будет иметь торговое соглашение.

Подавляющее большинство многосторонних соглашений из пакета ВТО интегрировано в данную систему и

являются обязательными для выполнения всеми ее членами (статья II Соглашения об учреждении ВТО, п. 2). Однако существует 4 соглашения (многосторонние соглашения с ограниченным числом участников), которые только частично интегрированы в систему ВТО, так как создают права и обязанности исключительно для членов, принявших данные соглашения (статья II, п. 3). Можно говорить, что наряду с общим режимом внутри правопорядка ВТО, существует специальный международно-правовой режим этих четырех соглашений. Таким образом, в отдельных сферах в рамках права ВТО используется особый набор методов регулирования, в частности, метод посекторального или потоварного регулирования товарных рынков.

Особое внимание в праве ВТО уделено территориальной сфере действия и, в особенности, действию в государствах, которые имеют федеративное устройство. В частности, "Договоренность в отношении толкования статьи XXIV ГАТТ" объясняет, что право ВТО применяется лишь к центральным властям, при этом они отвечают за соблюдение этого права своими территориальными субъектами. В случае, если территориальные субъекты не соблюдают право ВТО, то к ответственности перед ОРС будут привлекаться соответствующие центральные правительства.

Следует также учитывать, что институты права ВТО становятся императивными, "когнитными" – приобретают силу норм *jus cogens*, то есть система права ВТО является основой для формирования наднационального права [7].

Наконец, право ВТО является частью свода норм *lex mercatoria*. По мнению О.В. Аблезговой, в настоящее время нормы *lex mercatoria* являются более эффективным регулятором международного товарооборота, чем традиционное коллизионное регулирование [1].

И.В. Сердюк выделяет следующие ключевые положения теории lex mercatoria:

- ◆ базовыми принципами *lex mercatoria* признаются общие принципы права: *pacta sunt servanda*, добросовестность исполнения обязательств;
- ◆ к источникам правового регулирования международных коммерческих отношений относятся международный договор и международный обычай;
- ◆ правовое регулирование международных экономических связей не попадает в рамки национального регулирования и является автономным;
- ◆ в понятие "право" могут включаться любые регуляторы социального поведения [6].

Нормы *lex mercatoria* формируются и санкционируются к применению непосредственно самими участниками. Более того, при рассмотрении международным коммерческим арбитражем спора по договору, содержащему ссылку на *lex mercatoria*, недопустим отказ от использования *lex mercatoria* в качестве применимого права, так

как искажает волю сторон в выборе норм, на основании которых разрешается их спор.

Стороны могут обращаться к *lex mercatoria*, если отсутствуют нормативно-правовые предписания. *Выделяются следующие варианты вовлечения норм lex mercatoria в регулирование международного коммерческого оборота:*

- ◆ получение обычаем международной торговли статуса юридически обязательной нормы (ст. 28 Закона РФ от 07 июля 1993 г. № 5338-1 "О международном коммерческом арбитраже", ст.ст. 5, 421 Гражданского кодекса РФ). Следует учитывать, что обычаи международной торговли существуют в двух воплощениях:

- обычай, как правило, сформировавшееся в деловой среде;

- обычай как норма права, ставшая таковой после получения официального одобрения государства. То есть, обычай в данном случае будет являться и источником права, и источником *lex mercatoria*;

- ◆ применение норм *lex mercatoria* в ходе создания нормативно-правовых актов. Будучи совокупностью логичных правил регулирования международной торговли, *lex mercatoria* собирает наработки, которые могут быть заимствованы универсальными международными соглашениями или национальным правом;

- ◆ признание силы арбитражных решений, которые были вынесены на основании норм *lex mercatoria*. Если стороны соглашаются на применение к возникшему спору норм *lex mercatoria* или арбитраж считает необходимым использовать такие нормы, то возникает ситуация, при которой государство не может не признать силу арбитражного решения. Дав сторонам возможность выбора применимого права, признав принцип автономии воли, оно определяет придание обязательной силы решению, которое было вынесено с учетом реализации воли сторон [1].

На данный момент вопрос документального признания возможности использования при разрешении споров в российском международном коммерческом праве не только коллизионного метода, и норм *lex mercatoria*, остается нерешенным.

В целом, основными характерными чертами системы права ВТО являются следующие пункты:

- ◆ дела рассматриваются только между государствами-членами ВТО, а непосредственное участие в делах частных лиц не предусмотрено. Задача хозяйствующего субъекта – вынести свою проблему на национальный уровень в уполномоченные национальные органы. Дальше национальные органы, проведя соответствующее расследование, будут возбуждать соответствующие процедуры. При этом частные компании могут становиться участниками процесса, если они готовы предоставлять доказательства в процессе, участником которого выступает правительство;

- ◆ если спор будет рассматриваться по процедурам ВТО, то ведение никаких других процедур уже не допускается;

- ◆ судебной процедуре предшествуют консультации, после чего дело по существу рассматривается первой инстанцией. На следующем этапе следует апелляция, причем специальный орган, предназначенный для ее подачи и рассмотрения, состоит в основном не из чиновников, а из ученых;

- ◆ итоговое решение по делу может содержать одно из двух возможных требований к государству: отменить либо изменить законодательство. Денежные выплаты при этом не предусматриваются;

- ◆ основной проблемой права ВТО является исполнение решений. Не существует службы исполнителей решений ВТО, а принудить к исполнению решений получается лишь небольшие страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аблезгова О.В. Нормы "lex mercatoria" в правовом регулировании международного коммерческого оборота: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. – М., 2008.
2. Гудков И., Мизулин Н. Правила ВТО: проблемы прямого действия и эффективности мер ответственности за нарушения // Внешнеторговое право. – №1. – С. 11–18.
3. Данилов И. Правовые стандарты ВТО и юридические обязательства по их имплементации во внутренних правопорядок государств // Международная научно-практическая конференция "Реализация правовых стандартов ВТО в судебной практике", Высший арбитражный суд Российской Федерации. Москва. 30 ноября 2012 г.
4. Ковалев А.А. Международное экономическое право и правовое регулирование международной экономической деятельности. М., 2007. С. 230.
5. Погодина Н.А. Функция контроля всемирной торговой организации (ВТО) над соблюдением процедуры урегулирования споров // Право ВТО. – 2012. – №2.
6. Сердюк И.В. Принципы УНИДРУА в рамках доктрины транснационального торгового права (*lex mercatoria*) // Международное публичное и частное право. – 2012. – № 6. – С. 22–24.
7. Шумилов В.М. Система и право ВТО. М., 2004.

ВЫЯВЛЕНИЕ НЕОБЫЧНЫХ СДЕЛОК ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ УЧАСТНИКОМ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ, КАК ЧАСТЬ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ

THE IDENTIFICATION OF UNUSUAL
TRANSACTIONS BY A PROFESSIONAL
PARTICIPANT OF THE SECURITIES
MARKET, AS PART OF A SYSTEM
OF FINANCIAL CONTROL

N. Chuprakova

Annotation

The article analyzes the provisions of the law, governing the organization of financial supervision of professional participant of the securities market for unusual transactions.

Keywords: stock market, finance law, unusual transactions, legal regulation relationships in the securities market.

Чупракова Наталья Александровна
"Московский
Финансово-Юридический
Университет МФЮА" г.Москва

Аннотация

В статье анализируются нормы закона, регулирующие организацию финансового контроля профессионального участника рынка ценных бумаг за необычными сделками.

Ключевые слова:

Рынок ценных бумаг, финансовое право, необычные сделки, правовое регулирование отношений на рынке ценных бумаг.

Благодаря стремительному развитию информационных технологий и традиционным отличительным характеристикам, а именно: скорость осуществления транзакций, всемирный охват и способность к адаптации, рынок ценных бумаг стал очень привлекательным для использования в противозаконных целях, в том числе, для отмывания денег и финансирования терроризма, а также манипулированию в целях повышения или понижения котировок ценных бумаг [2].

Уникальность отрасли ценных бумаг в сравнении с другими отраслями состоит в том, что её можно использовать как для отмывания средств, полученных в результате противозаконной деятельности в других областях, так и для получения прибыли от противозаконной деятельности в самой отрасли в результате совершения мошенничества. Часто бывает трудно распознать транзакции и методики, связанные с отмыванием денег и определенными предикатными преступлениями, именно поэтому следует обратить особое внимание на конкретные индикаторы и тематические исследования инсайдерской торговли, биржевых махинаций и мошенничества с ценными бумагами [2].

В данной статье, я рассматриваю необычные сделки как инструмент мошенничества при операциях на рынке ценных бумаг.

Необычные операции (сделки) – операции или сделки совершаемые клиентами и соответствующие признакам необычных операций (сделок), изложенным в Приказе №103 от 08.05.2009г. Росфинмониторинга (редакция приказа №231 от 23.08.2013г.), а также любая операция или сделка, в отношении которой у сотрудника организации возникают подозрения в том, что конечной целью ее проведения может являться легализация (отмывание) доходов, полученных преступным путем, и/или финансирования терроризма [7].

При осуществлении операций на РЦБ Профессиональный участник осуществляет контроль за действиями своих клиентов путем осуществления комплекса мероприятий при идентификации, а именно:

- ◆ полная идентификация клиента если это юр.лицо включая структуру управления, акционеров/участников, аффилированных лиц, выгодоприобретателей и конечных бенефициарных собственников, если это физ.лицо, то включение его в список инсайдеров, отнесение его к иностранным публичным должностным лицам и/или их родственникам, нахождение его в списке террористов/экстремистом и/или их родственников [4].

- ◆ проставление уровня риска (стандартный или высокий) в зависимости от этого производится мониторинг деятельности клиента.

При выявлении необычных операций Уполномоченное лицо (обычно Ответственный сотрудник) Профессионального участника составляет сообщение об операции с мотивированным суждением, которое в дальнейшем отправляется в надзорный орган, а именно Росфинмониторинг.

Для осуществления финансового контроля за деятельностью клиентов Проф.участник разрабатывает структура взаимодействия сотрудников внутри организации, которые отвечают за свои участки работы, в которых можно выявить не стандартные действия клиентов по сравнению со сложившейся рыночной практикой и/или выходящие за рамки установленные Законодательством РФ, при этом чем больше организация, тем сложнее структура взаимодействия.

Организация должна иметь программные ресурсы с возможностью модернизации для целей финансового контроля за деятельностью как самой организации, так и её клиентов, путем разработки автоматических отчетов и/или фильтров по выявлению необычных операция совпадающими с критериями указанными в Приказе №103 от 08.05.2009г. Росфинмониторинга (редакция приказа №231 от 23.08.2013г.)

Основные критерии применяющие проф.участники при осуществлении контроля на РЦБ по выявлению необычных сделок:

1. Существенное отклонение суммы операции (сделки) относительно действующих рыночных цен, в том числе по настоянию клиента – стандартно под существенным отклонением цен принимается отклонение в 20% выше или ниже котировок площадки, на которой происходит операция;

2. Совершение профессиональным участником рынка ценных бумаг за свой счет или за счет клиента на внебиржевом рынке и/или через организаторов торговли на рынке ценных бумаг (далее – организаторы торговли) на основании двух адресных заявок сделок с ценными бумагами и/или иными финансовыми инструментами на сумму не менее 200 000 рублей каждая, в которых покупатель и продавец действуют в интересах одного и того же выгодоприобретателя;

3. Совершение профессиональным участником рынка ценных бумаг за свой счет или за счет клиента взаимных сделок, когда стороны таких сделок (профессиональные участники рынка ценных бумаг или их клиенты) регулярно меняются, выступая в качестве то продавцов, то покупателей, приобретая/продавая при этом одновременно или по частям одни и те же ценные бумаги и/или иные финансовые инструменты примерно одного и того же объема (в случае совершения взаимных сделок на внебиржевом рынке и/или через организаторов торговли на основании двух адресных заявок);

4. Совершение профессиональным участником рынка ценных бумаг за свой счет или за счет клиента сделок по покупке и продаже одновременно или по частям одних и тех же ценных бумаг примерно одного и того же объема в течение одного торгового дня при условии, что цена сделки по продаже ниже или равна цене сделки по покупке, а рыночная цена ценной бумаги по итогам этого же торгового дня не может быть определена;

5. Совершение профессиональным участником рынка ценных бумаг за свой счет или за счет клиента сделки купли–продажи ценных бумаг, не обращающихся через организаторов торговли, по цене, существенно отличающейся от цены хотя бы в одной из сделок по этой ценной бумаге, совершенных профессиональным участником рынка ценных бумаг на внебиржевом рынке за последние 30 дней, предшествующих дате заключения рассматриваемой сделки;

6. Совершение профессиональным участником рынка ценных бумаг за свой счет или за счет клиента сделки купли–продажи ценных бумаг, обращающихся через организаторов торговли, на внебиржевом рынке или через организатора торговли на основании двух адресных заявок по цене, существенно отличающейся от рыночной цены такой ценной бумаги, рассчитанной на конец того торгового дня, в который она была совершена;

7. Регулярное совершение операций, связанных с фиксацией прав собственности на ценные бумаги, с одними и теми же ценными бумагами примерно в одном и том же объеме, в которых попеременно одни и те же лица выступают в качестве лиц, их отчуждающих и приобретающих, за исключением биржевых операций и сделок РЕПО;

8. Осуществление операций, при которых один и тот же финансовый инструмент многократно продается и затем выкупается в сделках с одной и той же стороной [6].

Признаки подозрительных транзакций, связанных с биржевыми махинациями

Заказчик осуществляет крупные или повторные операции с ценными бумагами, которые являются неликвидными, цена которых невысока или цену на которые трудно установить. Компания–эмитент не ведет явной деятельности, не имеет доходов, не производит продукции, либо испытывала частые или постоянные изменения в структуре бизнеса и/или претерпевает частые существенные изменения с точки зрения бизнес–стратегии или направления бизнеса. Должностные лица или инсайдеры компании–эмитента связаны с другими компаниями, имеющими низкую стоимость, неликвидными или производящими небольшие объемы продукции. Компании–эмитенту не удалось провести раскрытие информации в

соответствии с требованиями законодательства или ценные бумаги компании уже снимались с торгов. Транзакции клиента проходят по общей модели: прием документарных ценных бумаг или получение перевода акций, которые затем продаются, а доходы выводятся со счета. Клиент депонирует документарные ценные бумаги вместе с поручением о переводе акций на множественные счета, которые не выглядят взаимосвязанными, или поручением о продаже или передаче права собственности на акции иным способом. Одна сторона сделки покупает ценные бумаги по высокой цене, а затем продает их со значительным убытком другой стороне. Клиент перечисляет ценные бумаги между несвязанными счетами без всяких видимых причин, и заказчик осуществляет сделки с ценными бумагами по предварительной договоренности или иные неконкурентные сделки, в том числе искусственное завышение объема торгов или совершение кроссированных сделок с ценными бумагами, которые являются неликвидными или цена которых невысока [8].

Признаки мошенничества на рынке ценных бумаг

Клиент открывает многочисленные счета для разных юридических лиц, управляемых клиентом. Заказчик получает много входящих чеков или электронных переводов от не связанных с ним третьих лиц. Заказчик размещает получаемые от третьих лиц депозиты на многочисленных счетах. Клиент совершает многочисленные исходящие платежи третьим лицам, близкие по времени, когда клиент получает большое количество входящих чеков или электронных переводов от третьих лиц. Профиль клиента не предполагает законных экономических оснований для получения большого количества депозитов от третьих лиц, и чеки или электронные переводы содержат указа-

ние о том, что средства предназначены для инвестирования [3].

Помощь "дружественного" брокера в размещении средств и совершении операций на фондовой бирже

Бизнесмен М намеревается заплатить другому бизнесмену J за "оказанные услуги" при отсутствии очевидных деловых взаимоотношений между ними. М является другом N и работает брокером из компании "Stocks and Co.". М регулярно зачисляет деньги неизвестного происхождения на лицевой счет N при участии брокера. N хранит данные деньги отдельно от собственных. Эти средства используются для выполнения транзакций на фондовой бирже без учета прибыли или убытков. Со временем N зачисляет небольшие суммы денег неизвестного происхождения на несколько банковских счетов, принадлежащих J. Очевидно, что М, N и J решили, что данная процедура уменьшит возможность установления связи между источником средств, "заплаченных" гражданином М гражданину J. По наблюдениям органов власти, счет ценных бумаг использовался для сокрытия источника средств, зачисленных на банковские счета J.

Правоприменительные меры – Комиссия по ценным бумагам вынесла административное наказание в отношении двух брокеров, замешанных в данном правонарушении, равно как и директора брокерской фирмы за непредставление сообщения о подозрительной операции [2].

На данный момент ещё очень много слабых сторон, которыми пользуются не добросовестные инвесторы и проф.участники, но ужесточение в законодательстве оставляет всё меньше лазеек.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рекомендации ФАТФ (Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег)
2. Типологический отчет ФАФТ "Отмывание денег и финансирование терроризма в секторе ценных бумаг" от октября 2009г.
3. Типологический отчет июнь 2013г. Республика Беларусь, Минск, на тему: "Отмывание денег через рынок ценных бумаг"
4. Федеральный закон от 07.08.2001 № 115-ФЗ "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (далее – Федеральный закон № 115-ФЗ)
5. Указ Президента Российской Федерации от 01.11.2001 № 1263 "Об уполномоченном органе по противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма"
6. Приказ Росфинмониторинга №103 от 08.05.2009г. (в ред. Приказа №231 от 23.08.2013г.)
7. Типовые правила внутреннего контроля в кредитной организации Утверждены Комитетом АРБ по вопросам ПОД/ФТ (Протокол заседания Комитета N 24 от 1 декабря 2010 г.)
8. 18-е Пленарное заседание ЕАГ 21–24 мая 2013г. Республика Беларусь, Минск, на тему: "Отмывание денег через рынок ценных бумаг"

ОРГАНИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ УЧАСТНИКОМ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

ORGANIZATION OF FINANCIAL CONTROL PROFESSIONAL PARTICIPANT OF THE SECURITIES MARKET

N. Chuprakova

Annotation

The article analyzes the provisions of the law, governing the organization of financial supervision of professional participant of the securities market.

Keywords: stock market, finance law, internal control, legal regulation relationships in the securities market.

Чупракова Наталья Александровна
"Московский
Финансово-Юридический
Университет МФЮА" г.Москва

Аннотация

В статье анализируются нормы закона, регулирующие организацию финансового контроля профессионального участника рынка ценных бумаг.

Ключевые слова:

Рынок ценных бумаг, финансовое право, внутренний контроль, правовое регулирование отношений на рынке ценных бумаг.

В сфере рынка ценных бумаг конечной целью финансового контроля, по мнению представителей финансово-правовой науки, выступает обеспечение государством надежности и устойчивости рынка [6].

Финансовый контроль на рынке ценных бумаг можно разделить на два вида: государственный и негосударственный финансовый контроль деятельности профессиональных участников рынка.

Во главе осуществления государственного контроля стоит Правительство России через проведение единой финансовой политики и принятию мер по регулированию рынка ценных бумаг, органы специальной компетенции – Федеральная служба по финансовым рынкам РФ (далее ФСФР) и Росфинмониторинг (также Банк России, который осуществляет контроль за деятельностью кредитных организаций).

Специфика деятельности ФСФР заключается в её прямом подчинении Правительству РФ и в совмещении функции по принятию нормативно-правовых актов, с функциями по контролю и надзору в сфере финансовых рынков (за исключением аудиторской и банковской деятельности) [4].

К полномочиям ФСФР по контролю за деятельностью профессиональных участников относятся следующее: регистрация документов проф.участника подлежащих регистрации в соответствии с законодательством РФ; лицензирование профессиональных участников приостановление действий лицензий и их аннулирование; кон-

троль порядка проведения операций с денежными средствами или иным имуществом, совершаемых участниками; проведение проверок подконтрольных субъектов и выдача им предписаний; запрещает или ограничивает на срок до 6 месяцев проведение профессиональным участником рынка ценных бумаг отдельных операций на рынке ценных бумаг и т.д. [4]

Росфинмониторинг и Банк России (кредитные организации) проводят государственный контроль деятельности в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

К негосударственному финансовому контролю относятся:

- ◆ контрольные мероприятия аудитора (аудиторской организации) – для фондовых бирж и в случаях, когда профессиональный участник рынка ценных бумаг отвечает общим критериям, установленным Федеральным законом от 30 декабря 2008 г. № 307-ФЗ "Об аудиторской деятельности" [5];
- ◆ проведение контроля саморегулируемыми организациями – при членстве профессиональных участников в одной из таких организаций (появление системы саморегулирования связано с заимствованием опыта регулирования рынка ценных бумаг США);
- ◆ контроль деятельности контролером профессионального участника рынка ценных бумаг (негосударственный специальный внутренний контроль).

При осуществлении финансового контроля профессиональный участник ценных бумаг обязан применять три основополагающих правила:

- ◆ защита прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг;
- ◆ осуществлять специальный внутренний контроль в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов полученных преступным путем и финансирования терроризма;
- ◆ отслеживание неправомерного использования инсайдерской информации и манипулирования [3].

Для реализации данных правил профессиональный участник должен разработать и наладить внутри организации систему взаимодействия всех звеньев задействованных на различных участках для качественного и эффективного управления организацией и минимизации рисков (лицензионных, финансовых и т.д.), которые могут появиться из-за отсутствия четкой, понятной, централизованной системы контроля.

Основной документ, на основании которого профессиональный участник осуществляет свою деятельность на рынке ценных бумаг – Правила внутреннего контроля (далее ПВК), ранее эти правила должны были согласовываться в обязательном порядке с ФСФР, на данный момент они утверждаются Уполномоченным лицом профессионального участника.

Для разработки правил внутреннего контроля есть четкие рекомендации от уполномоченных органов государственного контроля:

- ◆ постановление Правительства Российской Федерации от 30.06.2012 № 667 "Об утверждении требований к правилам внутреннего контроля, разрабатываемым организациями, осуществляющими операции с денежными средствами или иным имуществом (за исключением кредитных организаций), и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации"
- ◆ рекомендация по разработке критериев выявления и определению признаков необычных сделок, утвержденными приказом Росфинмониторинга от 08.05.2009 № 103;
- ◆ положением о требованиях к подготовке и обучению кадров организаций, осуществляющих операции с денежными средствами или иным имуществом, в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма, утвержденным приказом Росфинмониторинга от 03.08.2010 № 203;
- ◆ положением о требованиях к идентификации клиентов и выгодоприобретателей, в том числе с учетом степени (уровня) риска совершения клиентом операций в целях легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма, ут-

вержденным приказом Росфинмониторинга от 17.02.2011 № 59.

Таким образом ПВК является основным документом организации регламентирующим её работу при идентификации клиентов, а часто и контрагентов, хотя данного требования на данный момент нет, но многие организации "перестраховываются" т.к. практически все крупные Брокеры используют в своей работе не только политику "Знай своего клиента", но и политику "Знай своего контрагента" как это принято в международном пространстве, что способствует выявлению взаимосвязей явных и не явных (аффилированность, операционные компании, общице Представители, контактные лица, бенефициары) между клиентами/контрагентами и тем самым упрощение выявления необычных операций, манипулирования и операций с использованием инсайдерской информации.

В ПВК организация прописывают следующие программы: организации внутреннего контроля, идентификации клиентов, оценки уровня риска, выявления операций (необычных/подозрительных сделок и подлежащих обязательному контролю), документального фиксирования информации, по приостановлению операций (сделок), подготовки и обучения сотрудников организации в сфере противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма, проверки осуществления внутреннего контроля, хранения информации [2].

Ответственность за реализацию программ указанных в ПВК несет специальное должностное лицо – Ответственный сотрудник (далее ОС) или Контролер, который в этом случае осуществляет функции ОСа, который должен соответствовать квалификационные требования, а именно:

- а)** наличие высшего профессионального образования по специальностям, относящимся к группе специальностей "Экономика и управление", либо по специальности "Юриспруденция", относящейся к группе специальностей "Гуманитарные и социальные науки", подтвержденного в установленном порядке, а при отсутствии указанного образования – опыта работы не менее двух лет на должностях, связанных с исполнением обязанностей по противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма;
- б)** прохождение обучения в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма в соответствии с установленными законодательством требованиями [1];
- в)** наличие аттестата ФСФР в соответствии с профилем деятельность профессионального участника.

В целях реализации ПВК ОС разрабатывает методики по выявлению операций подлежащих обязательному контролю и необычных сделок, для этого настраивается во внутренней системе организации сложная система фильтров для отлавливания операций соответствующих критериям и признакам указанным в Приказе Росфинмониторинга от 14.02.2012г. №43.

При выявлении необычных операций ОС профессионального участника составляет сообщение об операции с мотивированным суждением, которое в дальнейшем отправляется в надзорный орган, а именно Росфинмониторинг.

Для осуществления финансового контроля за деятельностью клиентов проф.участник разрабатывает структура взаимодействия сотрудников внутри организации, которые отвечают за определенные сферы работы, в которых можно выявить не стандартные действия клиентов по сравнению со сложившейся рыночной практикой и/или выходящие за рамки установленные Законодательством РФ, при этом, чем больше организация, тем сложнее структура взаимодействия.

Организация должна иметь программные ресурсы с возможностью модернизации для целей финансового контроля за деятельностью как самой организации, так и её клиентов.

Таким образом профессиональные участники являются субъектом осуществляющим финансовый контроль на РЦБ, а Биржа, Реестры и Депозитарии, ФСФР, Росфинмониторинг осуществляют финансовый контроль за деятельностью профессиональных участников.

При работе на рынке ценных бумаг корректная организация финансового контроля внутри организации предоставляющей услуги выходу на торговую площадку (Брокерские услуги), ведению реестра или организацией торгов очень важна, т.к. в результате предпринятых мер могут быть предотвращены на ранней стадии схемы по отмыванию денежных средств и финансирования терроризма, манипулированием, осуществление сделок с заинтересованностью и т.д., что защитит интересы добросовестных инвесторов.

К сожалению на данный момент ещё очень много слабых сторон, которыми пользуются не добросовестные инвесторы и проф.участники, но ужесточение в законодательстве оставляет всё меньше лазеек.

В последнее время проф. участники в своей работе используют как предварительный финансовый контроль (осуществляемый до совершения операции, посредством первичной идентификации) и последующий финансовый контроль (производимый после совершения операций, которые показались подозрительными путем анализа работы клиента на рынке ценных бумаг, изучения его стратегии и т.д.), но и инициативный контроль за деятельностью (т.е. формирование своих критериев сомнительных операций и разработка специальных фильтров по их выявлению для дальнейшего анализа).

Проф.участники разрабатывают не только программы по организации контроля за деятельностью/операциями своих клиентов и контрагентов, но и свой организации, т.к. целью финансового контроля является устранение или предотвращение ошибок в деятельности самого субъекта или улучшения её.

ЛИТЕРАТУРА

1. Постановление Правительства РФ от 05.12.2005 № 715 (ред. От 17.03.2008г.), Консультант;
2. Распоряжение Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг от 03.06.2002 № 613/р "О методических рекомендациях по реализации профессиональными участниками рынка ценных бумаг требования Федерального закона от 07.08.2001 № 115-ФЗ "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем";
3. Приказ ФСФР от 24.05.2012н. №12-32/пз-н, п.1 Положения о внутреннем контроле профессионального участника РЦБ // Консультант;
4. Положения о Федеральной службе по финансовым рынкам, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 30 июня 2004 г. № 317 // Собрание законодательства РФ. 2004. № 27.
5. Собрание законодательства РФ. 2009. № 1.;
6. Покачалова Е.В., Тагашева О.В. Финансовый контроль как фактор преодоления кризисных явлений на рынке ценных бумаг // Вестник Саратовской государственной академии права. 2009.

ЗАИМСТВОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ПУБЛИЧНОЙ РЕГЛАМЕНТАЦИИ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

BORROWING FOREIGN EXPERIENCE IN PUBLIC SELF-REGULATION

V. Yurist

Annotation

Self-regulatory organizations in the countries with developed market economies operate in virtually all areas of business, quite a long time. Therefore, the study of their experience seems necessary for domestic law, as well as studies in different jurisdictions special ways that are most effective for regulating the Russian civil legal relations in the sphere of self-regulation.

Keywords: self-regulation, regulation, stock exchange, securities market.

Юрист Владимир Борисович

Аспирант

*каф. административного и финансового права
Российского государственного
торгово-экономического университета,
юрист Ассоциации предприятий "Защита"*

Аннотация

Саморегулируемые организации в странах с развитой рыночной экономикой функционируют практически во всех областях предпринимательской деятельности, достаточно продолжительное время. Поэтому изучение их опыта представляется необходимым для отечественного права, а также исследования в различных правовых системах особых путей, наиболее эффективных для регулирования российских гражданско-правовых отношений в сфере саморегулирования.

Ключевые слова:

Саморегулирование, регламентация, фондовая биржа, рынок ценных бумаг.

В России еще в середине 16 века юридически была закреплена традиция земского самоуправления, позднее в период проведения правовой реформы 1864 года, был учрежден институт адвокатуры, функционирующий на принципах самоуправления, а прообразом саморегулируемой организации (СРО) как союза предпринимателей в России, стала созданная в 1870 году Московская биржа. На биржевой комитет, как на представительный орган биржи ее уставом возлагалась защита интересов биржевого сообщества перед общественными и государственными организациями. Одним из первых прототипов СРО считается Нью-Йоркская фондовая биржа, начало которой было положено 17 мая 1792 года, когда двадцать четыре брокера подписали соглашение об установлении фиксированного размера комиссионных и предоставлении друг другу льгот во время ведения переговоров, связанных с продажей ценных бумаг. Нью-Йоркская фондовая биржа с самого начала своей деятельности устанавливала систему правил торговли ценными бумагами и следила за их исполнением [1].

В настоящее время во многих развитых зарубежных странах саморегулируемые организации получили массовое распространение. В отличие от российских СРО, их иностранным аналогам свойственно разнообразие организационно-правовых форм.

Административисты выделяют три основных вида саморегулирования, которое существует в настоящее время в мировой практике.

Делегированное саморегулирование, характерно для отраслей, в которых государство передает определенные контрольные полномочия СРО. Законодательством, может быть, предусмотрено отдельное лицензирование профессиональной деятельности, однако, в тоже время, профессиональная деятельность невозможна, если не состоишь членом саморегулируемого органа и не подчиняешься его правилам. Типичным примером такого двойного регулирования служит организация в ряде стран, деятельности профессиональных участников рынка ценных бумаг.

Добровольное саморегулирование, применяется, когда ряд предприятий изъявляют желание перейти на дополнительное самоуправление и контроль. Представители этих предприятий добровольно принимают обязательства соблюдать определенные правила и стандарты. Часто упомянутые обязательства выходят за рамки установленных норм и правовых требований в этих отраслях. И, несмотря на то, что осуществление отдельных видов деятельности требует наличие установленной государством лицензии, предприятие дополнительно вступает в

члены саморегулируемой организации. Мониторинг за соблюдением добровольно принятых норм, а также применением штрафных санкций в случае их несоблюдения, осуществляется контрольными и дисциплинарными органами СРО.

Смешанное саморегулирование характерно для тех стран, где государство законодательно установило обязательное соблюдение норм самоуправления. И не смотря на то, что подобная форма не предусматривает обязательного членства в СРО, но выявление нарушения установленных правил, влечет применение правовых санкций в отношении недобросовестных организаций. Особенно такая форма характерна для переходного периода при замене лицензирования саморегулированием.

Закон Великобритании о финансовых услугах 1986 года предусматривал участие СРО в управлении фондовым рынком. Совет по ценным бумагам и инвестициям (Securities and Investment Board – SIB) был наделен полномочиями по выдаче двух видов лицензий. Первая – на право осуществления профессиональными участниками инвестиционной деятельности на рынке ценных бумаг, в результате пять организаций были признаны саморегулируемыми и получили соответствующий официальный статус. Вторая лицензия генеральная, на основании которой СРО в свою очередь осуществляют лицензирование деятельности своих членов на право занятия профессиональной деятельностью на фондовом рынке, то есть не просто смешанная форма саморегулирования, а с дополнительным двойным лицензированием.

По законодательству Соединенного Королевства, за лицензией на инвестиционную деятельность компания могла обратиться как в саморегулируемую организацию, так и непосредственно в SIB, то есть членство в СРО в Великобритании формально не являлось обязательным.



Кроме того, одна и та же компания могла одновременно являться членом двух и более саморегулируемых организаций [2, с. 102].

Однако в 1997 году Соединенное Королевство было вынуждено провести реформу регулирования финансовых услуг, по причине неспособности СРО предотвратить массовые нарушения прав инвесторов, возникших в процессе универсализации деятельности участников рынка ценных бумаг. В результате в Великобритании SIB был реорганизован в новый регулятор – Управление финансовыми услугами (the Financial Services Authority – FSA). FSA подотчетна Министерству финансов и парламенту, является независимой неправительственной организацией, учрежденной в форме частной компании с ограниченной ответственностью. FSA отвечает за банковский надзор, контроль ценных бумаг и с 2001 года саморегулируемый статус профессиональных участников фондового рынка был упразднен, последние продолжают действовать в качестве профессиональных ассоциаций и объединений.

Великобритания, является мировым лидером в области построения качественных регулирующих систем, и, несмотря на то, что полностью отказалась от использования механизма саморегулирования на рынке ценных бумаг, именно саморегулирование способствовало раскрытию ряда инвестиционных афер и позволило выработать эффективную законодательную базу.

Термин "саморегулируемая организация" (self-regulatory organization) введен в законодательство США в 1934 году законом о фондовых биржах [3, с. 42]. На американском рынке ценных бумаг в настоящее время, функционируют СРО, как с обязательным, так и с добровольным членством. Управление по регулированию финансовой индустрии (Financial Industry Regulatory Authority – FINRA), образованное слиянием отделения фондовой биржи Нью-Йорка и Национальной ассоциации дилеров по ценным бумагам, начиная с 2007 года функционирует в качестве саморегулируемой организацией, основанной на обязательном членстве всех брокерских фирм, участвующих в реализации ценных бумаг в Америке. Независимая некоммерческая организация FINRA, наделена публичными полномочиями по контролю брокеров и их лицензирование, разработку правил для каждой брокерской фирмы. Управление имеет полномочия возбуждать дисциплинарное производство против фирм и частных брокеров, временно приостанавливать действие лицензий, в целях возмещения убытков инвесторам, которым причинен вред, а также прекращать деятельность недобросовестных участников финансового рынка. FINRA, как саморегулируемая организация, выполняет важные публичные функции в США по защите инвесторов и создании надежной индустрии ценных бумаг.

Международный опыт показывает, что наличие одной СРО с обязательным членством в ней всех участников рынка, совмещенное с возможностью этой организации осуществлять предпринимательскую деятельность на том же рынке, как правило, приводит к возникновению противоречия, выраженного в отходе от саморегулирования к постепенно увеличивающейся реализации собственных коммерческих интересов [2, с. 103]. Поэтому при возникновении подобного смещения от саморегулирования к лоббированию собственных интересов СРО законы в этой области должны быть плотно сопряжены, ограничены законодательством о конкуренции, запрете ведения коммерческой деятельности и противодействию коррупции.

Саморегулирование, кроме своих достоинств, таких как скорость управления, приспособляемость к возможным провалам свободного рынка, универсальность регулирования ряда отраслей, эффективность контроля, имеет и определенные недостатки: некорректное использование профессиональных стандартов для защиты собственных интересов, недостаточно действенное и избирательное принуждение к выполнению собственных решений, предвзятость к отдельным членам СРО.

Исследование аналитических материалов и законодательства показывает, что американский и английский институты саморегулирования, отличаются от российского следующим:

1) Полномочия саморегулируемых организаций не закрепляются общим федеральным законом. Указанные организации могут быть зарегистрированы не только как некоммерческие, но и как компании, созданные в целях извлечения прибыли;

2) Функционирование саморегулируемых организаций регламентируется в США на федеральном уровне, а деятельность их филиалов регулируется законодательством отдельных штатов, что свидетельствует о децентрализации исполнительной власти в управлении данного института;

3) Правила и стандарты СРО не имеют ничего общего с законами и не имеют аналогов в законодательстве.

4) Ни одна из саморегулируемых организаций США и Великобритании, в отличие от России, не использует в своем наименовании прилагательное "саморегулируемая".

Положительный опыт использования института саморегулирования в сфере здравоохранения Германии и Японии в настоящее время внедряется и в России. Так, 130 лет в Германии функционирует Немецкая врачебная палата (Die deutsche ärztliche Kammer), основанная на обязательном членстве и созданная в форме неправительственной общественной ассоциации. Министерство здравоохранения специальным законом передало вра-

чебной палате полномочия по регулированию и полному контролю профессиональной деятельности, врачебной аттестации и сертификации, разработку единых медицинских стандартов, контроль над их исполнением, организацию повышения квалификации медицинских кадров. Профильное Министерство передав публичные функции полностью занято формированием политики здравоохранения граждан Германии, механизм саморегулирования в медицине оказался более эффективным органом управления и контроля, чем соответствующий властный орган.

Схожая медицинская ассоциация функционирует в Японии. Данная организация существует за счет взносов членов, соответственно последние, а также сотрудники и секретариат обладают финансовой независимостью от японского правительства. Такая независимость в кадровых и финансовых вопросах позволяет достичь профессиональной автономности. Разделение полномочий позволяет Министерству здравоохранения, труда и социального обеспечения Японии, формировать политику в сфере здравоохранения, а медицинской ассоциации обеспечивать охрану здоровья граждан, посредством оказания медицинской помощи пациентам и непрерывно повышать уровень образования японских медиков. Но в отличие от врачебной палаты Германии членство в японской медицинской ассоциации является добровольным. Функции, права и обязанности вышеперечисленных автономных медицинских организаций схожи с полномочиями публичного статуса саморегулируемых организаций.

Перевод на саморегулирование оказался существенно эффективнее администрирования со стороны министерств здравоохранения. Опыт саморегулирования в медицине успешно используют также Франция, Италия, Англия, США, Австрия, Польша и другие развитые страны. При этом за министерствами здравоохранения законами



дополнительно закреплены не только полномочия по контролю планирования стратегического развития всех медицинских учреждений, но и строительства и оснащения больниц.

В России в конце 2009 года было образовано некоммерческое партнерство "Национальная Медицинская Палата", одной из задач которой, в соответствии с принятым уставом, является введение системы саморегулирования в профессиональной и предпринимательской деятельности на принципах обязательного членства в медицинских объединениях и обеспечение непрерывного медицинского образования. В настоящее время это медицинское партнерство – самая крупная некоммерческая организация, после профсоюза медицинских работников, объединение врачей участвует в подготовке законодательной базы для обеспечения своей деятельности как СРО, однако да настоящего времени "Национальная Медицинская Палата" статус саморегулируемой организации не получила.

Необходимо отметить, что внедрение механизма профессионального саморегулирования в медицине, сталкивается в Российской Федерации с определенными трудностями. Прежде всего, из-за разделения лечебно-профилактических учреждений на государственные и частные. При наличии федерального и региональных министерств здравоохранения, требований контроля всех уровней власти больше к государственным лечебным учреждениям, чем к коммерческим: это использование бюджетных средств в системе финансирования, право собственности на используемые помещения и оборудование, по этой причине, введение саморегулирования в государственных медицинских учреждениях в настоящий момент проблематично.

Частная медицина состоит из небольших предприятий и сталкиваются с проблемами определенного административного барьера, связанного с сочетанием государственного надзора и системы лицензирования деятельности в области медицины. Сама процедура лицензирования и осуществляемый при этом контроль частных лечебных учреждений не всегда имеют прямое отношение к медицинской деятельности. Выработка унифицированных правил и требований к деятельности на этом рынке услуг будет способствовать быстрому развитию саморегулируемых организаций в медицине. Само введение подобного механизма в здравоохранении неизбежно приведет к консолидации медицинского предпринимательского сообщества для защиты интересов разрозненных участников этого рынка перед с органами государственной власти. Первым шагом к реформированию системы здравоохранения России должно стать создание СРО в частной медицине. Затем процесс создания СРО, опираясь на приобретенный опыт, можно будет распространить на все здравоохранение. Следующим шагом станет со-

здание СРО в регионах и формирование соответствующей инфраструктуры. Далее муниципальные организации объединятся в более крупные на уровне регионов, что в результате приведет к объединению в общероссийскую СРО в области здравоохранения.

Несомненный интерес для России представляет собой австралийская схема введения саморегулирования, поскольку расценивает прямое государственное вмешательство для преодоления "провалов" рынка, как меру исключительную. С середины 90-х годов прошлого века в Австралии был реализован принцип минимизации государственного участия и четко сформулирован лозунг "регулировать не лучше, а меньше". Для принятия решения о введении нового регулирования государственная политика требует обязательной оценки возможного результата для всех аспектов воздействия на бизнес или ограничения конкуренции. Такое исследование предполагает систематизированный и всесторонний процесс оценки альтернативных подходов к решению проблем и требует подготовки документа "Утверждение о воздействии регулирования" (Regulation Impact Statement), такое исследование позволяет исключить максимум негативных факторов при изменении системы управления.

В настоящее время в Австралии применяются все возможные формы управления: саморегулирование, саморегулирование и государственное регулирование. В каждом отдельном случае, когда доказана необходимость вмешательства в свободное функционирование рынка, сначала рассматривается возможность реализации наиболее демократичной формы – саморегулирования, затем саморегулирования, и только в самом крайнем случае государственного управления [4].

С точки зрения рецепции зарубежного опыта публичного воздействия в сфере саморегулирования интересны роли медиаторов и омбудсменов при осуществлении контроля и рассмотрения досудебных споров, обусловленных ведением деятельности членом СРО и их клиентов.

Термин "омбудсмен" используют два различных института: омбудсменом именуют должностное лицо, на которое возлагаются функции контроля над соблюдением законных прав и интересов граждан в деятельности органов исполнительной власти и должностных лиц; в большинстве европейских стран учреждена должность омбудсмана как независимого лица, регулирующего во внесудебном порядке споры между организациями и их клиентами. Услуги омбудсменов по разрешению споров наиболее востребованы на рынке ценных бумаг, в банковской сфере, сфере страховых и юридических услуг.

Институт омбудсмана активно действует в финансовых системах многих стран с развитой экономикой. На-

пример, в Великобритании деятельность финансового омбудсмана законодательно закреплена с 2000 года, в Армении данный регулятор споров в финансовой сфере существует с 2009 года. Следует отметить, что решения омбудсмана стороны выполнять не обязаны в Бельгии и Канаде, но они обязательны для исполнения в Германии, Италии, Польше и Великобритании, как правило, рекомендательный характер решений, из-за высокого доверия потребителя, в этих странах фактически является окончательным.

В России процедура медиации, досудебного урегулирования споров с участием посредника, закреплена Федеральным законом [5], в то время как, термин "омбудсмен" употребляется только в отношении Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации и Уполномоченного по правам ребенка при Президенте Российской Федерации. В сентябре 2010 года инициатором создания института внесудебного рассмотрения споров с участием физических лиц, клиентов кредитных организаций, выступила Ассоциация российских банков, этой организацией были утверждены "Положение об Общественном примирителе на финансовом рынке (Финансовом омбудсмене)" [6] и "Регламент Общественного примирителя на финансовом рынке (Финансового омбудсмана)". В настоящее время, данные документы, в качестве законодательных инициатив, находятся на рассмотрении профильных комитетов Государственной Думы РФ.

Таким образом, зарубежный опыт публичного воздействия в сфере саморегулирования свидетельствует:

1. Объединение в СРО происходит на основе принципа добровольности, функционирование таких организаций за рубежом регулируется отраслевыми законами. Обще-

го закона, в отличие от России, об основах деятельности саморегулируемых организаций не существует.

2. СРО формируются как реакция на деятельность правительственных регуляторов.

3. Саморегулируемая организация – это не отдельная организационно-правовая форма юридического лица, а коммерческие или некоммерческие организации (в России только некоммерческие), отвечающие установленным законом требованиям и официально зарегистрированные в специальном статусе;

4. Саморегулирование – как дополнение правового принуждения, в целях противодействия злоупотреблениям и лоббированию корпоративных интересов, должно быть ограничено антимонопольным нормативным актом и законом о конкуренции.

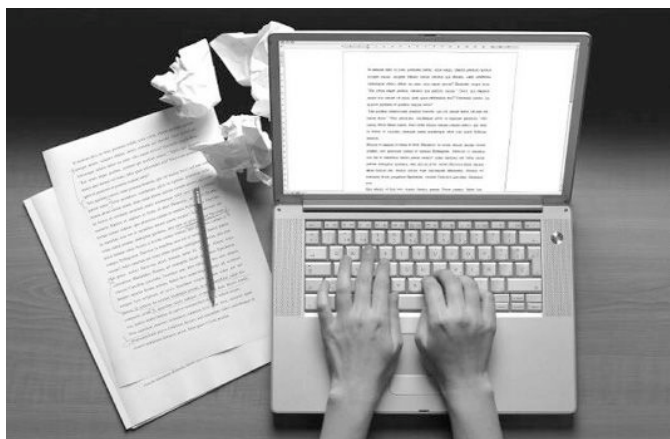
5. Любая добровольная и не имеющая принудительного механизма саморегулируемая система может быть неэффективной, поэтому в отдельных областях корпоративный регулятор управления заменяется на государственный.

6. Европейское и австралийское законодательства ищут более эффективное сочетание публичного и частного регулирования, которое подразумевает достижение частными компаниями целей, определенных государственными властями.

Резюмируя вышеизложенное, следует констатировать, что изучение зарубежного опыта позволяет более точно определить актуальные направления совершенствования российского законодательства, регламентирующего деятельность саморегулируемых организаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Заворотченко И.А. Саморегулируемые организации за рубежом // "Журнал российского права", 2007, № 8.
2. Кузнецов О.В., Стрельников С.С., Зульфугарзаде Т.Э., Федотов В.Е. Саморегулируемые организации: научно-практическое пособие / Под общ. ред. Кузнецова О.В. – М.: Финакадемия, 2009.
3. Грачев Д.О. Саморегулируемые организации: Зарубежный опыт и тенденции развития российского законодательства // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения, 1996.
4. Шаститко А.Е., Крючкова П.В. Формализованная процедура выбора форм и инструментов регулирования (Опыт Австралии) // Информационно-аналитический бюллетень Фонда "Бюро экономического анализа", 2002. № 32.
5. Федеральный закон от 27 июля 2010 года № 193-ФЗ "Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)" // "Собрание законодательства РФ", 2 августа 2010 года, № 31, ст. 4162.
6. "Положение об общественном примирителе на финансовом рынке (Финансовом омбудсмене)" // "Вестник Ассоциации российских банков", сентябрь 2010 года, № 18.



Bielawski V. – Senior lieutenant of police, an associate organization of the department of crime investigation and forensic examinations FGKOU DPO "Tyumen Institute of Advanced Training of employees of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation"
e-mail : vadimbely@rambler.ru

Bochkarov V. – Kuzbass Institute of the Federal Penitentiary Service of Russia, Novokuznetsk
e-mail : Bochkar22@rambler.ru

Bogocharov V. – Graduate student, Law Institute of the Moscow State University of Railway Engineering (MIIT)
e-mail : bogocharov170888@gmail.com

Bolshakov S. – Ph.D. of economic Sciences, Associate Professor of "Corporate Finance" Financial University under the Government of the Russian Federation
e-mail : akafinbsv@hotmail.com

Chernyshova L. – Student of a magistracy of the Finance University under the Government of the Russian Federation
e-mail : koshemia@mail.ru

Chuprakova N. – Moscow University of Finance and Law
e-mail : Tatash555@gmail.com

Dmitrieva N. – Senior lecturer in the "Design and the humanities" Samara Institute of the food industry and the business Razumovsky
e-mail : mgutu-samara2013@yandex.ru

Durneva E. – State University – Education Science Production Complex, Orel
e-mail : lenook-111-2@mail.ru

Evdokimova E. – Ph.D. Student, St. Petersburg Institute of Education in Humanities
e-mail : jenyffer@gmail.com

Hivintsev M. – National research university "Higher School of Economics"
e-mail : mkhivintsev@hse.ru

Ivanova M. – Moscow State University of Technologies and Management
e-mail : migal@yandex.ru

Kamalova V. – Assistant manager in the department to work with financial institutions and telecommunications companies; the student of a magistracy of the Finance University under the Government of the Russian Federation
e-mail : venera.kamalova@mail.ru

Khamadullina L. – Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow
e-mail : leysan_golds@bk.ru

Mokhonko A. – Associate Professor, National Technical University of Ukraine "Kiev Polytechnic Institute", Ukraine
e-mail : mokhonkoanna@yandex.ru

Narkevich E. – Ph.D. Student, St. Petersburg Institute of Education in Humanities
e-mail : elena_narkevich@yahoo.com

НАШИ АВТОРЫ OUR AUTHORS

Ostroukhov V. – Associate Professor, VPO "MSUTM them. KG Razumovsky" (ITLP) Moscow
e-mail : ekonbuchuch@gmail.com

Perishko I. – Applicant of Drohobych State Pedagogical University by I. Franko
e-mail : lachugina71@mail.ru

Purtsakin V. – Postgraduate, Russian State University of Trade and Economics
e-mail : vilar6@yandex.ru

Ranchinskaya P. – Competitor of the Department of Private Law RSUH
e-mail : presman@bk.ru

Rodinova N. – Ph.D, Professor, VPO "MSUTM them. KG Razumovsky" (ITLP) Moscow
e-mail : ekonbuchuch@gmail.com

Safiullin A. – Ulyanovsk State Technical University
e-mail : asaf79@mail.ru

Samsonova A. – Ph.D. Student, St. Petersburg Institute of Education in Humanities
e-mail : alenasamsonova86@gmail.com

Sergeeva N. – Candidate of economics, associate Professor of the Department "World economy and international financial relations" of the Finance University under the Government of the Russian Federation
e-mail : sergeeva69@mail.ru

Shlafman A. – Associate Professor Professor, Department of Economics and management head of the section of control, St Petersburg humanitarian University of trade unions
e-mail : izevich@yandex.ru

Silin V. – Ph.D, Professor, Moscow State University of Civil Engineering
e-mail : vsilin@mail.ru

Simchenko N. – Ph.D, Professor, National Technical University of Ukraine "Kiev Polytechnic Institute", Ukraine
e-mail : solnce.hp@gmail.com

Sovetkina N. – Undergraduate, Samara Institute (branch) of VPO "Russian University of Economics. GV Plekhanov"
e-mail : sovetkina_ns@rambler.ru

Yurist V. – Graduate student of Department. Administrative and Financial Law of the Russian State Trade and Economic University
e-mail : iourist@rambler.ru





20^{лет} ЭКВАТЭК
ЭКВАТЭК
ЭКВАТЭК 2014
ECWATECH

3-6 июня 2014

Россия, Москва
МВЦ "Крокус Экспо"

Водный форум № 1

в России, СНГ

и Восточной Европе

Посетите

www.ecwatech.ru

для регистрации
и актуальной информации

Читайте наши новости в Твиттере  и Facebook 

Требования к оформлению статей, направляемых для публикации в журнале



Для публикации научных работ в выпусках серий научно–практического журнала "Современная наука: актуальные проблемы теории и практики" принимаются статьи на русском языке. Статья должна соответствовать научным требованиям и общему направлению серии журнала, быть интересной достаточно широкому кругу российской и зарубежной научной общественности.

Материал, предлагаемый для публикации, должен быть оригинальным, не опубликованным ранее в других печатных изданиях, написан в контексте современной научной литературы, и содержать очевидный элемент создания нового знания. Представленные статьи проходят проверку в программе "Антиплагиат".

За точность воспроизведения дат, имен, цитат, формул, цифр несет ответственность автор.

Редакционная коллегия оставляет за собой право на редактирование статей без изменения научного содержания авторского варианта.

Научно–практический журнал "Современная наука: актуальные проблемы теории и практики" проводит независимое (внутреннее) рецензирование.

Правила оформления текста.

- ◆ Текст статьи набирается через 1,5 интервала в текстовом редакторе Word для Windows с расширением ".doc", или ".rtf", шрифт 14 Times New Roman.
- ◆ Перед заглавием статьи указывается шифр согласно универсальной десятичной классификации (УДК).
- ◆ Рисунки и таблицы в статью не вставляются, а даются отдельными файлами.
- ◆ Единицы измерения в статье следует выражать в Международной системе единиц (СИ).
- ◆ Все таблицы в тексте должны иметь названия и сквозную нумерацию. Сокращения слов в таблицах не допускается.
- ◆ Литературные источники, использованные в статье, должны быть представлены общим списком в ее конце. Ссылки на упомянутую литературу в тексте обязательны и даются в квадратных скобках. Нумерация источников идет в последовательности упоминания в тексте.
- ◆ Список литературы составляется в соответствии с ГОСТ 7.1–2003.
- ◆ Ссылки на неопубликованные работы не допускаются.

Правила написания математических формул.

- ◆ В статье следует приводить лишь самые главные, итоговые формулы.
- ◆ Математические формулы нужно набирать, точно размещая знаки, цифры, буквы.
- ◆ Все использованные в формуле символы следует расшифровывать.

Правила оформления графики.

- ◆ Растровые форматы: рисунки и фотографии, сканируемые или подготовленные в Photoshop, Paintbrush, Corel Photopaint, должны иметь разрешение не менее 300 dpi, формата TIF, без LZW уплотнения, CMYK.
- ◆ Векторные форматы: рисунки, выполненные в программе CorelDraw 5.0–11.0, должны иметь толщину линий не менее 0,2 мм, текст в них может быть набран шрифтом Times New Roman или Arial. Не рекомендуется конвертировать графику из CorelDraw в растровые форматы. Встроенные – 300 dpi, формата TIF, без LZW уплотнения, CMYK.

По вопросам публикации следует обращаться к шеф–редактору научно–практического журнала "Современная наука: актуальные проблемы теории и практики" (e–mail: redaktor@nauteh.ru).