



СОВРЕМЕННАЯ НАУКА:
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

ЭКОНОМИКА И ПРАВО №2–2011 (декабрь)

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, Всероссийская государственная налоговая академия Минфина РФ
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. Всероссийской государственной налоговой академии Минфина Российской Федерации
В.А. Горемыкин – д.э.н., проф. Национального института бизнеса
В.И. Дорофеев – д.э.н., проф. Всероссийской государственной налоговой академии Минфина Российской Федерации
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. Малышева – д.э.н., ведущий научный сотрудник Института социально–экономических проблем народонаселения РАН
Б.Л. Межиров – 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. Государственного университета управления
И.Н. Рыкова – д.э.н., проф., Директор Института инновационной экономики Финансового университета при Правительстве РФ
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 Национального исследовательского ядерного университета "МИФИ"

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:

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

Корректор

Е.В. Михайлова

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 23.12.2011г.
 Формат 84x108 1/16
 Печать цифровая

Заказ № 0000
 Тираж 2000 экз.

ISSN 2223-2974



ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

П.Н. Аброськин, Ю.Н. Аброськина – Низкая стоимость квалифицированного труда – основной лимитирующий фактор развития инновационной экономики в России
P. Abroskin, J. Abroskina – Low cost of skilled labor – the main limiting factor the innovation economy in Russia3

А.В. Аполлонов – Стадии развития и пути совершенствования анализа венчурных компаний
A. Apollonov – Stages of development and ways of perfection of analysis of venture investments7

О.В. Гусева – Проблемы трансформации инновационного бизнеса
O. Guseva – Problems of innovative business transformation ..11

З.А. Иванова – Зарубежный опыт развития частно-государственного партнерства
Z. Ivanova – Foreign experience of public-private partnership ..15

А.И. Карпович, Е.В. Крылова – Проблема косвенных издержек при формировании затрат на производство
A. Karpovich, E. Krylova – The problem with the formation of indirect costs the costs of production19

В.А. Кожемякина – Устойчивость как базовое условие обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг
V. Kozhemyakina – Stability as a base condition of maintenance of competitiveness of the enterprises of sphere of services21

Е.В. Колосова – Диверсификация персонала туристических предприятий в условиях экономического кризиса
E. Kolosova – Diversification of tourist enterprises personnel during economic crisis27

А.Н. Кривовяз – Оценка бренда как основы клиентского капитала организации
A. Krivovuz – Brand evaluation as a basis of client capital of the organization30

Е.А. Плотников – Развитие производства гибридных автомобилей в России как перспективное направление инновационной стратегии автомобилестроительных компаний
E. Plotnikov – Development of the production of hybrid cars in Russia as a promising area of innovation strategy effectively auto companies34

О.А. Рябцун – Институциональные аспекты повышения эффективности имущественных комплексов промышленных предприятий ЯОК
O. Ryabtsun – Institutional aspects of industrial enterprises nwc property complexes efficiency increase38

П.В. Свищев – Совершенствование системы размещения и обеспечения государственного заказа
P. Svishev – Improving the system of placement and to ensure public order42

Р.Ю. Силантьев – Формирование бренда как метод повышения конкурентоспособности в сфере сотовой связи
P. Silantsev – Formation of the brand as a method of increasing competitiveness in the field of cellular46

Г.И. Хотинская – Управление корпоративными активами: проблемы роста
G. Hotinskaya – Management of corporate assets: the problems of growth50

Д.В. Цветков – Методологические основы развития сферы услуг
D. Tsvetkov – Methodological basis for the development of services54

Д.В. Цветков – Особенности развития и размещения учреждений спорта
D. Tsvetkov – Features of the development and distribution of sports facilities59

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И
КРЕДИТ

О.В. Аджиев – Бенчмаркинг и экономическая эффективность финансовой стратегии
O. Adzhiev – Benchmarking and the economic efficiency of the financial strategy62

В.Н. Незамайкин, И.Л. Юрзинова – Априорная оценка последствий финансовых решений, принимаемых при планировании деятельности компании
V. Nezamaikin, I. Yurzinova – An a priori assessment of the impact of financial decisions when planning activities of the company ..65

В.Л. Рыкунова – НДС и налог с продаж: исторический аспект применения
V. Rykunova – The VAT and the tax from sales: Historical aspect of application69

ПРАВО

Е.В. Тимохов – Право несовершеннолетних осужденных на контакты с внешним миром с использованием технических средств в свете реформирования уголовно-исполнительной системы
E. Timokhov – Right juvenile offenders to have contact with the outside world through technical means in light of the reform the penitentiary system72

Р.М. Усманова – Понятие и содержание публичного регулирования общественных отношений
R. Usmanova – Concept and content of public regulation of social relations76

ИНФОРМАЦИЯ

Наши Авторы / Our Authors80
Требования к оформлению рукописей статей, направляемых для публикации в журнале81

НИЗКАЯ СТОИМОСТЬ КВАЛИФИЦИРОВАННОГО ТРУДА - ОСНОВНОЙ ЛИМИТИРУЮЩИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ

LOW COST OF SKILLED LABOR - THE MAIN LIMITING FACTOR THE INNOVATION ECONOMY IN RUSSIA

*P. Abroskin
J. Abroskina*

The article considers the low cost of labour as the main factor of deterrence modern innovative economy. Contrary to the common-
страненному opinion it is proved, that in Russia is excessive interest-intensity, high productivity with its extremely low cost. This is the major limiting factor in the development of innovation economy, as well as significantly reduced the demand for high-technology products and knowledge. The simplified structure of the economy, constrained by its growth.

Keywords: Innovative economy, The cost of labour, Productivity and labor intensity

Аброськин Петр Николаевич

ст. научный сотрудник, к.э.н.

*Международная академия
современного знания, г. Обнинск*

Аброськина Юлия Николаевна

доцент, к.э.н.

*филиал Национального ядерного
исследовательского университета "МИФИ"*

Аннотация

В статье рассматривается низкой стоимости труда как основного фактора сдерживания современной инновационной экономики. Вопреки распространенному мнению доказано, что в России имеет место чрезмерная интенсивность, высокая производительность труда при его запредельно низкой стоимости. Это является основным лимитирующим фактором развития инновационной экономики, так как существенно сокращается спрос на высокотехнологичную продукцию и знания. При этом упрощается структура экономики, сдерживается ее рост.

Ключевые слова:

Инновационная экономика, Стоимость труда, Производительность, интенсивность труда.

Основной фактор инновационного развития – дорогой квалифицированный, большей частью, интеллектуальный труд. С одной стороны, этот фактор обеспечивает производство инновационной продукции. С другой стороны, дорогой квалифицированный труд обеспечивает высокий уровень потребления именно инновационных высокотехнологичных товаров и услуг, так как только развитые люди могут ими воспользоваться, оценить их пользу и предъявить высокий спрос.

Таким образом для развития инновационной экономики высокие доходы должны быть у многочисленных категорий работников умственного труда и высококвалифицированных рабочих, располагающих значительным свободным временем. В последние двадцать лет в России преобладают негативные тенденции в этом аспекте (рисунок 1).

Мировой опыт показывает, что эффективная инновационная экономика развивается только на основе роста зарплатоёмкости и количества работников с высшим образованием при минимизации интенсивности труда. Последнее позволяет полноценно восстанавливать и увеличивать рабочую силу как совокупность физиологических, интеллектуальных и духовных способностей человека к труду и обеспечивает высокое качество интеллектуального труда. Последнее реализуется через личностный

рост, что также увеличивает потребление, но уже преимущественно достаточно дорогих услуг и интеллектуальной продукции: информации, физкультурно-спортивных услуг (преимущественно фитнеса и спортивного туризма, познавательного туризма, театра, кино и др.)

Инновационная модель развития современной экономики основана на разделении труда и в разрезе стран и регионов и их экономической сегрегации. При этом создаются продукты с разной долей добавленной стоимости. Ее стабильность обеспечивается концентрацией и монополизацией производства знаний. Высокая добавленная стоимость сосредотачивается в области разработки и обладания технологиями (США, Канада, Япония, "Старый ЕС", Республика Корея) а низкая – в области тиражирования (Китай, Россия, страны ЮВА, Индия). Доходы менеджмента, науки, разработчиков и технологов фирм развитых стран и транснациональных корпораций формируются за счет их деятельности в целом на всех рынках. При сокращающейся занятости рабочих их доходы обеспечиваются частично – повышением зарплаты, а частично и в значительной степени (до 60% в среднем) – за счет трансфертов, социальных программ, доступного потребительского кредитования. Источником доходов для последнего является изъятие большей части прибыли у конечных производителей массовой инновационной потребительской продукции, не являющихся собственни-



Рис. 1. Зарплатоемкость экономики и потребление инновационных продуктов
(Источник – исследования авторов)

ками знаний и технологий. Это обеспечивает высокий уровень жизни (за счет высокой зарплатоемкости продукта) и относительную социальную стабильность развитых стран [1, с. 288–290]. Однако массовые протесты в 2008 – 2010 гг. в США (о которых наша пресса молчит) и лета 2011 года в Великобритании, Греции, Германии, Италии, Испании и Израиле, а также скандалы с самоубийствами работников компании Apple в Китае поколебали уверенность в эффективности этой модели. Вместе с тем ее пока стараются законсервировать.

По пропагандистский инновационный шум Россия выталкивается во вторую категорию стран, занимающихся в основном тиражированием продукции, реализуется мертворожденная концепция инновационного развития, основанная на дешевом труде с высокой интенсивностью и высоким налогообложением при развитии бизнесов с минимальной генерацией добавленной стоимости.

Одним их ключевых элементов, поддерживающих эту активность миф о низкой производительности и высокой стоимости труда в России. Фактические данные этого не подтверждают (таблица 1).

Такое положение не обеспечивает достаточного потребления, восстановления и развития рабочей силы (таблица 2).

Табл. 1
Эффективность труда и оплата в среднем в 2008-2010 гг.

Страны	Производство продукции на 1 чел.-ч, долл.	Часовая заработная плата, долл.	Производство продукции на 1 долл. зарплаты, долл.
СССР в 1980 - 1985 гг.	24,6	16	1,5
Россия	7,6	1,7	4,5
США	28	17,8	1,6
Канада	25,4	17,2	1,5
Старый Евросоюз	26,8	16,7	1,6
Новый Евросоюз	7,6	3,1	2,5
Япония	22	14,5	1,5
Южная Корея	14,5	10,5	1,4
Индустриальны в страны Латинской Америки	10,2	4,4	2,3

Табл. 2

Месячный бюджет семьи при достойном потреблении в 2010 г. в Обнинске
(с учетом работы одного из супругов Москве), тыс. руб. (Источник - исследования автора)

Варианты жилья и решения социальных вопросов (двухкомнатная квартира)	Супруги - офисные работники бизнеса				Супруги - работники наукоемкой сферы			
	без детей		один ребенок до 5 лет		без детей		один ребенок до 5 лет	
	стоимость потребностей	возможность удовлетворения	стоимость потребностей	возможность удовлетворения	стоимость потребностей	возможность удовлетворения	стоимость потребностей	возможность удовлетворения
<i>Свое жилье, муниципальные социальные блага</i>	72,1	64,1	98,3	65,1	74,9	52,4	102,1	48,9
<i>Аренда, социальные блага за свой счет</i>	94,4	70,1	119,1	74,5	98,6	53,6	122,9	57,7
<i>Ипотека на 20 лет, муниципальные социальные блага</i>	96,1	76,2	122,6	78,4	98,7	невозможна	128,9	невозможна
<i>Ипотека на 20 лет, социальные блага за свой счет</i>	108,2	невозможна	126,2	невозможна	110,3	невозможна	132,1	невозможна

В России наблюдается чрезмерная эксплуатация труда. Тем не менее, налицо отставание производительности труда в России от развитых стран [11]. Причины этого также кроются в низкой оплате труда. Докризисные (2003 – 2007 г.) исследования академика РАН Д.С.Львова, с которыми автор согласен, говорят о том, что "...если по среднечасовой производительности мы отставали от США примерно в 3,6 раза, то по часовой заработной плате, в долларовом эквиваленте, – в 9,6 раза. От Великобритании наше отставание по часовой производительности труда составляло 2,9 раза, а в почасовой зарплате – более чем в 8 раз. Для Германии это соотношение выглядело так: 3,6 на 13,4; Франции – 3,8 на 8,5; Японии – 2,8 на 7,2, Канады – 3,1 на 10 и т.д. Вот в каких величинах может измеряться наша дополнительная эксплуатация труда.

Сейчас много пишут о том, что прирост нашего ВВП идет только за счет нефти и газа. Это заблуждение, которое дорого обходится всем нам. Легко подсчитать, что примерно на четверть он формируется за счет хронической недоплаты заработной платы наемным работникам. Причем, к последним, в первую очередь, относятся наши бюджетники... Именно эту часть, составляющую интеллектуальное ядро России, мы постоянно делаем относительно все беднее.

...Главное следствие: прирост ВВП за счет недоплаченной заработной платы резко сокращает конечный потребительский спрос, создает огромный инфляционный навес, усиливает диспропорцию между стоимостной и материально-вещественной структурой экономики. В результате наемному работнику теперь приходится обменивать свою нищенскую зарплату на продукцию и услуги, цены на которые стремительно приближаются к мировым. ООН давно уже признала, что часовая заработная

плата ниже трех долларов выталкивает человека из нормального воспроизводственного процесса, притупляет мотивацию работника к принудительному труду. Наша часовая заработная плата сегодня примерно вдвое ниже этого минимума.

Давно настало время развеять стародавний советский стереотип, что мы, дескать, плохо живем потому, что плохо работаем. Мировая статистика и наш собственный опыт опровергают этот тезис. Следует признать другую истину – мы плохо работаем потому, что плохо живем".[2].

Проблема низкой оплаты труда оказалась настолько остра, что ее правильно понимают и ведущие специалисты в области технологий и естественных наук, например, д.ф.-м.н. академик РАН Р.И. Нигматуллин [4, 5]. Он утверждает: "...На первый взгляд, идея, которую я отстаиваю, кажется банальной и популистской: нужно повысить долю оплаты труда в ВВП. Не сначала поднять экономику, в результате чего повысится ВВП, с ним и зарплата, а наоборот – сначала увеличить оплату труда при имеющемся ВВП, и тогда он начнет расти за счет роста платежеспособного спроса на отечественную продукцию и услуги.

Допустим, мы повышаем, долю оплаты труда в нынешнем ВВП с 1,5 до 4,5 триллиона рублей, т.е. увеличим на 3 триллиона рублей. Тогда тот же ВВП будет стоить не 10, а 13 триллионов рублей. Какова инфляция? 30 процентов. Но оплата труда вырастет на 200 процентов! И на столько же повысится платежеспособный спрос.

Самый сильный пресс, который давит сейчас на нашу экономику, это не отсутствие станков или турбин и даже не их износ, а отсутствие платежеспособного спроса... Не нужно панически бояться инфляции. Если вы разумно насыщаете экономику деньгами через оплату труда, отда-

вая их трудящимся, то деньги проходят очень длинную цепочку и внося малый вклад в инфляционную цепочку.

Я говорю вам как ученый: для того чтобы у нас развивалась наука, нам нужно в корне изменить экономическую стратегию. Только повышение доли оплаты труда позволит нам остановить деградацию инновационных процессов и научной деятельности, а так же промышленности, культуры, экологии – всего, чем живет наше общество" [7].

В период острой фазы экономического кризиса и в настоящее время данные тезисы нашли свое дальнейшее подтверждение, а ситуация усугубилась.

Стимулирование экономики увеличением зарплатоёмкости видно на примере наиболее крупной инновационно развитой экономики США. Обнародованный в сентябре 2011 г. план президента США Б. Обамы по стимулированию экономики и борьбе с безработицей стоимостью 447 млрд. долл. предусматривает, в частности, увеличение расходов на инфраструктуру, поможет в создании рабочих мест, в первую очередь для учителей и строителей, вдвое снизит налоги для работающих американцев и владельцев малого бизнеса. Ключевой пункт плана

– продление еще на год льгот по налогам на зарплату. На 2011 год подоходный налог был уменьшен с 6,2 до 4,2% для тех, кто получает менее 106,8 тыс. долл. Б. Обама предлагает снизить налог вдвое, до 3,1% в 2012 г. [8].

Иной позиции придерживаются российские экономические власти. В последние два года резко увеличено налогообложение зарплаты, которое повысилось с суммарных 39% в 2010 г. до 47% в 2011г. Последние меры, предпринятые властями, по снижению налогов на оплату труда, фактически, угнетают рост зарплат. При снижении взносов во внебюджетные фонды до 30% вводится дополнительная ставка 10% для зарплат выше 512 тыс. руб. в год и 567 тыс. руб. в 2012 и 2013 гг. соответственно [3]. То есть работодателю невыгодны зарплаты более 42,7 тыс. руб. в месяц. От этих мер страдает трудоемкий инновационный сектор и сокращается средний класс – политическая и экономическая основа развитого государства. Это делается в условиях профицита бюджета, что вызывает крайне негативную реакцию профессионального сообщества [9, 10].

Таким образом, исследования показали, что дешевый труд является основным сдерживающим фактором инновационного экономического роста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аброськин П.Н., Аброськина Ю.Н., Губайдуллин Э.И. Высшее образование как инновационная основа современной экономики // Инновационное предпринимательство: коллективная монография / Под общ. ред. В.К. Крутикова. – М.: Издательство "Ноосфера", 2008. – С. 284 – 312.
2. Львов Д.С., Кузнецовский В. Мы плохо работаем потому, что плохо живем (интервью руководителя секции экономики академика Отделения общественных наук РАН Д.С. Львова) // Политический журнал. – 2007. – № 156 от 10.05.2007. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.politjournal.ru/index.php?action=Articles&dirid=36&tek=6861&issue=192>
3. Казьмин Д., Письменная Е., Костенко Н. Чиновники одобрили "налог с богатых" // Ведомости – 2011. – 06.09.2011. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/finance/news/1357829/bogatye_snova_zaplatyat
5. Нигматулин Р.И. Базисные экономические балансы и макроэкономические реформы, необходимые для России. // Общество и экономика, № 11–12, 2007, – С. 204 – 211.
6. Нигматулин Р.И. Как обустроить экономику и власть России. Анализ инженера и математика. – М., 2007. – 463 с.
7. Роберт Нигматуллин. Наука, экономика власть глазами инженера и математика. Персональный сайт Роберта Искандеровича Нигматулина, Академика Российской академии наук, доктора физико-математических наук, Лауреата Государственной премии СССР, директора Института океанологии РАН, депутата Государственной Думы Российской Федерации созыва 1999–2003 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nigmatulin.ru/index.php>
8. Павлов В., Котов А. Барак Обама предложил план по стимулированию экономики США на 447 млрд. долларов // РБК daily. – 09.09.2011. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbcdaily.ru/2011/09/09/world/562949981442611>.
9. Привалов А. О странной кампании // Эксперт. – 2011. – № 35 (768) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/expert/2011/35/o-stranno-kampanii/>.
10. Рубченко М. Экономика как идея // Эксперт. – 2011. – № 35 (768) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/expert/2011/35/ekonomika-kak-ideya/>
11. Шохина Е. Работать не хочется // Эксперт Online / Expert Online от 07.06.2011 – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://expert.ru/2011/04/1/rabotat-ne-hochetsya/>

СТАДИИ РАЗВИТИЯ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АНАЛИЗА ВЕНЧУРНЫХ КОМПАНИЙ

STAGES OF DEVELOPMENT AND WAYS OF PERFECTION OF ANALYSIS OF VEN- TURE INVESTMENTS

A. Apollonov

Annotation

The article is devoted to questions related to economic nature, essence and principles of modern venture business, approaches in analysis and management of venture investments. The conclusion is about impossibility to solve some analytical and strategic problems by traditional methods and ways of decision of these problems are outlined.

Keywords: Venture business, venture investments, analysis of venture projects, games theory, real options.

Аполлонов Александр Владимирович
Соискатель, Государственный
Университет Управления,
Финансовый директор,
ООО "Системная интеграция"

Аннотация

Статья освещает вопросы связанные с экономической природой, сущностью и принципами организации современного венчурного бизнеса, подходами в анализе и управлении венчурными инвестициями. Делается вывод о невозможности решения ряда аналитических и стратегических вопросов традиционными методами и намечаются пути решения этих проблем.

Ключевые слова:

Венчурный бизнес, венчурные инвестиции, анализ венчурных проектов, теория игр, реальные опционы.

В настоящее время, российские инновационные компании вызывают ограниченный интерес со стороны профессиональных инвесторов. Без достаточной финансовой поддержки, инновационные компании и их проекты не развиваются и часто бывают вынуждены ликвидироваться из-за отсутствия перспектив развития. При этом большинство отечественных предприятий почти не инвестируют в новые технологии не только из-за неопределенности перспектив, но и из-за отсутствия необходимых средств и опыта управления проектами с высокими рисками [1]. Это снижает конкурентоспособность страны, в то время как развитие наукоемких отраслей создает новые источники экономического роста, рабочие места, позволяет диверсифицировать структуру национальной экономики, способствуя ее переходу к инновационному типу развития.

В бизнес-среде понятие "venture" связано с принятием высокорискового решения в условиях неопределенности и неоднозначности будущего экономического результата. На современном этапе венчурное инвестирование можно определить как инвестиции венчурных фондов, физических лиц, а также инвестиции корпораций и государства в быстрорастущие перспективные компании или проекты без обеспечения, где большой потенциал роста, сверх прибыли и иной выгоды, сочетается с высокой вероятностью провала и потери всех инвестированных средств, низкой ликвидностью и долгосрочностью вложений.

Каждая венчурная инвестиция по-своему уникальна, поэтому довольно сложно жестко классифицировать венчурный инвестиционный процесс по этапам. Это под-

тверждается существованием множества различных классификаций. Мы взяли за основу одну из наиболее распространенных – классификация National Venture Capital Association (NVCA). При этом в контексте этой классификации можно выделить три основные группы стадий развития компании: ранние, расширения и позднее.

Ранние стадии (early stage),
которые подразделяются на:

- ◆ **посевную (seed)**, где изобретателю или предпринимателю требуется относительно небольшой объем капитала для доказательства концепции и составления бизнес-плана, а также для обоснования потребностей в стартовом капитале. Если эти шаги оказываются успешными, за ними может последовать разработка продукта, исследование рынка, формирование команды менеджмента.

- ◆ **стартап (startup)**, где осуществляется первичное привлечение средств компаний закончивших разработку продукта и, возможно, предпринявших первые усилия по продвижению продукта на рынок. Сама компания может находиться в стадии организации или осуществлять бизнес-операции год или менее, но еще не продавать свой продукт в коммерческих масштабах. Обычно такие компании уже исследовали рынок, набрали ключевой состав команды, разработали бизнес-план и готовы его реализовать.

- ◆ **другую раннюю (other early stage)**, которая включает компании увеличившиеся в размере, стоимости акций, продукты которых находятся в разработке или коммерчески доступны. Эти компании нуждаются в финан-

сировании для того, чтобы начать коммерческий выпуск и продажу своей продукции. Это первый круг финансирования стартапа венчурным фондом. Посевная стадия и стадия стартапа обычно финансируется бизнес-ангелами, а не институциональными инвесторами. Личные связи венчурных капиталистов используются здесь чаще, чем на более поздних стадиях.

Стадии расширения (expansion stages). На этих стадиях осуществляется преимущественно финансирование оборотного капитала для расширения коммерческой деятельности компании. Компания теперь уже производит и отгружает продукцию, растет дебиторская задолженность и запасы. Компания уже может быть, а может и не быть прибыльной. Также ей может требоваться финансирование расширения производственных мощностей, расходов на маркетинг, разработку или улучшение продуктов. Более того, на этой стадии вероятно вхождение новых институциональных инвесторов вместе с инвесторами с более ранних стадий. При этом роль венчурного инвестора меняется с роли поддержки на роль стратегического партнера.

Поздние стадии (later stages),
которые подразделяются на:

- ◆ **позднюю (late)**, где обычно финансируются компании, которые уже достигли довольно стабильных темпов роста и положительного притока денежных средств и нуждаются в средствах для дальнейшего расширения. Эти компании чаще бывают прибыльными, чем на предшествующих стадиях.

- ◆ **переходную (bridge)**, где обычно финансируются компании, которые готовятся к первичному размещению акций в течении ближайшего года.

В свою очередь, характерной чертой венчурного инвестиционного процесса является кривая доходов в форме буквы J или хоккейной клюшки (J-Curve) [4]. Дело в том, что в первые годы своего существования стартапы (от английского "startup" – "только возникшая компания") имеют отрицательный финансовый результат, который с каждым годом становится хуже, пока, в случае успеха, бизнес постепенно не стабилизируется, после чего финансовые результаты начинают улучшаться и постепенно становятся положительными. Период, до этого момента называется венчурными инвесторами "долиной смерти". Действительно, большинство стартапов погибает именно на этом этапе. Также эта особенность является одной из причин низкой ликвидности венчурных инвестиций и длительности инвестиционного периода (около 7 лет): требуется время, чтобы пройти "долину смерти" и выйти на устойчивую прибыль. Этот период характеризуется, с одной стороны неопределенностью успеха компании, с другой стороны, необходимостью постоянного вливания дополнительных средств. Это противоречие делает принятие инвестиционных решений для венчурного инвестора особенно сложным. Венчурный проект на этом этапе сложно

оценить традиционными методами, особенно если это касается инновационных проектов, не имеющих аналогов. Однако это необходимо сделать для того, чтобы понять следует ли продолжить инвестирование проекта или признать неудачу пока убытки не стали еще больше и своевременно прекратить проект. Одним из способов решения данной проблемы мог бы стать новый подход в оценке венчурных инновационных проектов, который бы, кроме притоков денежных средств, учитывал бы также гибкость, адаптационные возможности и стратегическую ценность проекта.

В настоящее время все большую популярность приобретает концепция управления стоимостью компании. Ее суть заключается в том, что, управление должно быть нацелено на обеспечение роста рыночной стоимости компании и ее акций. При этом основной тенденцией является уход от неэффективных бухгалтерских критериев успешности функционирования компании, которые не учитывают стоимость капитала, используемого для получения прибыли, и поэтому завышают реальную доходность компании, и акцентирование внимания на экономической добавленной стоимости. В свою очередь, такие показатели, как NPV, CFROI (Cash Flow Return On Investment – приток денежных средств на инвестицию) и EVA (Economic Value Added – добавленная экономическая стоимость) принимают во внимание стоимость капитала, но не могут адекватно отразить гибкость и потенциальные возможности роста компании (реальные опционы), а также эффект взаимодействия заинтересованных сторон.

Это подтверждается проведенными исследованиями [5], которые показывают, что существует корреляция между положительной EVA и рыночной стоимостью компании. При этом, корреляция между отрицательной EVA и отрицательной MVA (Market Value Added – добавленная рыночная стоимость) отсутствует. Данный факт объясняется тем, что потенциал ликвидации, восстановления, рефинансирования, или иной кардинальной перестройки влияет на рыночную стоимость компании. Все эти возможности представляют собой реальные опционы, которые не учитываются в перечисленных выше показателях.

Поэтому можно сделать вывод, что для определения стратегической ценности инвестиции, надо анализировать не только традиционные источники генерирования притоков денежных средств и стоимость капитала. Следует также учитывать гибкость, эффект взаимодействия всех заинтересованных в проекте сторон и потенциальные возможности роста. Важно определить какие стратегические шаги помогут им реализоваться, а также снизить риск неблагоприятного развития событий. В свою очередь, ценность этих факторов будет различаться в зависимости от того, для какой из заинтересованных сторон она определяется. Например, возможность досрочного выхода инвестора из проекта будет иметь для него положительную ценность, в то время как для других

акционеров – отрицательную. Также стратегические цели и выгоды от проекта у всех могут быть разными.

Например, для инвесторов – это получение вложенного капитала, доход (процент, дивиденды, прибыль от капитализации), стратегические выгоды, дополнительный опыт и знания в сфере осуществления венчурных инвестиций; для менеджмента – зарплата, бонус по результатам, опционы на акции, профессиональный и карьерный рост, самореализация; для государства – налоги, дополнительные рабочие места, прирост ВВП; для потребителей – новые товары и услуги, эффективнее удовлетворяющие определенные потребности; для поставщиков и партнеров – прибыль от сотрудничества с венчурной компанией, вероятно, дополнительные возможности расширения своего бизнеса, выхода на новые рынки, опыт, знания и так далее; для конкурентов – угроза потерять свое конкурентное преимущество, прибыль и долю рынка, возможность использовать разработки венчурной компании, а также воспользоваться остальными преимуществами компании, выбравшей выжидательную стратегию.

Очевидно, что не может существовать одной справедливой, фундаментальной или рыночной стоимости, которая при этом отражала бы действительную стратегическую ценность проекта для всех заинтересованных сторон. Она у каждой будет своя. Мы предлагаем разработать для этих целей критерий, который бы кроме притока денежных средств, также учитывал потенциальные возможности роста, ценность гибкости портфеля реальных опционов, которая, в свою очередь, может частично приноситься в жертву при ранней инвестиции, а также эффект от воздействия принимаемых решений на внешнюю среду, которые, с одной стороны, являются результатом взаимодействия действий конкурентов и менеджеров инвестируемой инновационной компании, а с другой – сами порождают ответную реакцию.

Для определения данного критерия может оказаться целесообразным создание специализированной модели, использующей "дерева решений", методы оценки реальных опционов и теорию игр.

Хотя ряд допущений, лежащих в основе методов оценки опционов, при анализе венчурных инвестиций не выполняются, мы считаем, что данные модели могут использоваться для приблизительных расчетов цены реальных опционов, так как, с одной стороны, этой точности, как правило, бывает достаточно для помощи в принятии управленческих и инвестиционных решений. С другой – в отличие от традиционных подходов, метод реальных опционов позволяет оценить потенциальные возможности роста, гибкость анализируемых венчурных проектов, а также последствия предоставления и получения реальных опционов заинтересованными сторонами. Поскольку, теоретически, убытки по некоторым реальным опционам для предоставляющей их стороны не ограничены.

В свою очередь, история развития венчурного инновационного бизнеса насыщена примерами таких ситуаций, при которых в целом прогрессивная и востребованная рынком инновация вообще не была реализована или принесла своим создателям, вместо сверх прибыли, катастрофические убытки. Часто причиной этих неудач были деструктивные взаимоотношения заинтересованных в реализации проекта сторон. Теория игр помогает определить и изменить такие ситуации. Чтобы изменить ситуацию необходимо изменить один или большее число ее элементов. Это означает, что каждый из них (участники, доходы, последовательность действий, стратегии и масштабы) дает способ трансформировать существующую ситуацию в совершенно новую.

В свою очередь "дерево решений" в модифицированном виде можно использовать для синтеза полученных данных, определения количественных критериев и наглядного графического отображения информации. Дело в том, что одно и то же событие, рассматриваемое в различных вариантах реализации проекта может иметь совершенно иные последствия и, в одном случае, быть положительным, а в другом – отрицательным. Например, возьмем ситуацию, когда проект развивается довольно хорошо и настал этап очередного финансирования проекта венчурным инвестором, однако, по своим внутренним неблагоприятным обстоятельствам, он не имеет возможности это сделать. Проект оказывается на грани гибели. Теперь представим ту же ситуацию, но проект оказался сверх успешным и имеет возможность обойтись без средств инвестора-неудачника. Такая ситуация оказывается очень выгодной для остальных акционеров и инвесторов проекта, поскольку позволяет увеличить за счет не выполнившего свои обязательства инвестора, их собственные доли в сверх прибыльном бизнесе. В данном случае "дерево решений" позволяет отразить всю многовариантность и взаимозависимость возможных сценариев реализации проекта.

Важно подчеркнуть, что данный критерий – это не рыночная, не внутренняя или фундаментальная стоимость проекта. Это стратегическая ценность проекта, заключающаяся в имеющихся реальных опционах и эффекте взаимодействия, для той стороны, с точки зрения которой проводится анализ. Главное в нем – не точная оценка инвестиции, а возможность с помощью него ранжировать определенные инвестиционные, стратегические и другие управленческие альтернативы для принятия соответствующих решений (например, ранжирование венчурных проектов и/или определение наиболее подходящей стратегии для реализации уже выбранного проекта). В свою очередь, при управлении стоимостью венчурной компании, данный критерий мог бы использоваться при составлении бюджета, оценке эффективности деятельности подразделений или компании в целом, разработке оптимальной системы премирования менеджмента и так далее. При этом в зависимости от стадии развития венчурной компании цели и роль составляющих данный кри-

терий компонентов будут меняться. На ранних стадиях будет делаться акцент на стратегической ценности, гибкости и потенциальных возможностях роста, что отражается на стоимости портфеля реальных опционов компании, с целью определения целесообразности инвестирования данного проекта. По мере достижения более поздних стадий акцент будет перемещаться на приток денежных средств, долгосрочные перспективы роста с целью подготовки компании к продаже.

Применение данного критерия в управлении венчурным проектом с точки зрения последовательности его реализации можно разбить на четыре фазы (концепция, разработка, реализация и завершение) и шесть основных групп (инициация, планирование, исполнение, мониторинг, управление изменениями, завершение). В фазе концепции данный критерий можно использовать в прединвестиционном мониторинге, при согласовании условий сделки, due diligence и закрытии сделки. В фазе разработки при планировании реализации проекта, определяется все, что необходимо для реализации проекта с соблюдением требований по качеству, времени и затратам, осуществляется проектирование на стратегическом уровне путем создания модели проекта в форме "дерева решений". Здесь важно сгенерировать максимальное

количество альтернативных путей реализации проекта. Далее из этих путей нужно сконструировать максимальное количество альтернативных моделей реализации проекта. Потом их следует проранжировать по данному критерию и выбрать лучшую. К фазе реализации венчурного инновационного проекта компания приходит с результатами due diligence, детализированной, проверенной и исчерпывающей информацией по проекту и его проработанной моделью, что существенно облегчает и повышает эффективность мониторинга и контроля проекта, его промежуточной оценки, анализа текущей ситуации и принятия управленческих решений. Здесь на основании имеющейся модели по мере поступления новой информации осуществляются корректирующие действия и актуализация модели. В фазе завершения происходит подготовка и осуществление процедуры выхода согласно разработанному с помощью модели плану и анализ результатов.

Сложно точно определить будущую доходность венчурного проекта или стратегии его реализации, но в рамках данного подхода, используя всю доступную в данный момент информацию, есть возможность обоснованно выбрать лучший из имеющихся проектов или стратегических альтернатив, возникающих в ходе его реализации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аммосов Ю. П. Венчурный капитализм: от истоков до современности. – СПб.: РАВИ, 2004.
2. Асват Дамодаран. Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
3. Васин А.А., Морозов В.В. Введение в теорию игр с приложениями к экономике. – М.: 2003.
4. Pierre-Yves Mathonet, Thomas Meyer, J Curve exposure : managing a portfolio of venture capital and private equity. John Wiley & Sons, 2007.
5. Stewart, G. Bennet. The Quest For Value: the EVATM management guide. HarperBusiness, New York. 1990.

© А.В. Аполлонов, (apollonov@list.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

9-я Международная выставка

НЕДРА - 2012

Изучение. Разведка. Добыча

3-5 апреля 2012 г., Москва, Всероссийский выставочный центр

При поддержке:
Комитета Совета Федерации по природным ресурсам и охране окружающей среды,
Комитета Государственной Думы по природным ресурсам, природопользованию и экологии,
Торгово-промышленной палаты Российской Федерации.

Организаторами выставки являются:
Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации,
Федеральное агентство по недропользованию,
ООО "Экспроброкер".

- Научно-техническая конференция
- Круглые столы по направлениям
- 8-й Фестиваль авторской геологической песни "Люди идут по свету"

НЕДРА 2012



ENTRAILS 2012



ПРОБЛЕМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА

PROBLEMS OF INNOVATIVE BUSINESS TRANSFORMATION

O. Guseva

Annotation

The article considers the problems of economic changes in the innovative business in the last sixty years and the perspectives of its development. A disturbing trend is the unjustified deindustrialization of innovation and conscious of the economic, legal and information-number of braking promising technologies, which will allow significantly (several times) to improve the performance of economic resources. One of the main brake of innovative development is excessive commercialization of innovations. Impeding the progress due to the fact that promising technologies in the fields of energy, medicine, biology, agriculture may change the whole system of social-economic relations.

Keywords: Innovative business, The deindustrialization of innovations, Commercialization of innovations

Гусева Ольга Вячеславовна
старший преподаватель,
Обнинский институт
атомной энергетики

Аннотация

В статье рассматриваются экономические проблемы изменения инновационного бизнеса в последние шестьдесят лет и перспективы его развития. Настораживающей тенденцией является необоснованная деиндустриализация инноваций и сознательное экономическое, законодательное и информационное торможение перспективных технологий, которые позволят значительно (в разы) повысить производительность экономических ресурсов. Основным тормоз инновационного развития – чрезмерная коммерциализация инноваций. Воспрепятствование прогрессу связано с тем, что перспективные технологии в области энергетики, медицины, биологии, сельского хозяйства может изменить всю систему социально-экономических отношений.

Ключевые слова:

Инновационный бизнес, Деиндустриализация инноваций, Коммерциализация инноваций

В последние тридцать лет мировой и отечественный инновационный бизнес переживает существенную трансформацию. Он технологически, экономически, мировоззренчески, социально и философски сократил масштабы, в то время как значительно увеличился информационный, околонучный и маркетинговый шум по поводу инноваций. Эти процессы связаны с преобразованием мировой экономики в этот период, связанными с победой либерально-рыночных отношений так называемого постиндустриального общества, мейнстримом которого является максимизация потребления и комфорта.

Законы диалектики и практика говорят о том, что всеобщим генератором любого прогресса является конкуренция, это же касается инновационного развития и соответствующего бизнеса. Размеры субъектов и объектов конкуренции, а также экономическая и политическая привлекательность последних во многом определяют характеристики инновационной деятельности:

- ◆ объем и структуру;
- ◆ экономическую и социальную эффективность;
- ◆ масштабы и сроки инновационных проектов и их социально-экономическую значимость инновационных проектов для общественных отношений и вовлеченность общества и субъектов хозяйственной деятельности в инновационные процессы.

В этом смысле обострение борьбы за ресурсы в рамках военно-политической и экономической конкуренции

во второй половине XIX – первой четверти XX века обусловило появление и развитие базовых используемых в настоящее время технологий. Следует отметить достаточно длительные инновационные циклы (30 – 60 лет) и то, что высокая невоенная коммерческая эффективность основных технологий была достигнута только к середине 1920-х годов. То есть нельзя сказать, что столь крупные проекты реализовывались исключительно ради экономической эффективности или для военного применения. Максимизация потребления и обогащения было концентрированным общественным мейнстримом в конце XIX – начале XX века только в США, что в конечном итоге привело к образованию финансового пузыря на фондовом рынке и "Великой Депрессии". Это общественное настроение преобладало в США и в дальнейшем. До середины Второй Мировой войны и начала "Холодной войны" (когда будущая конкуренция за всеобъемлющее мировое господство с СССР стало очевидным) здесь не наблюдаются работы на прорывными инновационными проектами, имеющими долгосрочную перспективу и значительный технологический, экономический и социальный масштаб. Отсюда можно сделать вывод о том, что потребительский мейнстрим если и стимулирует инновации, то относительно маломасштабные и ориентированные на быструю окупаемость и прибыль. В этом случае инновации ориентированы не столько на технологии, сколько на способы предпринимательства.

В Европе, а тем более, в России в это время преобладали иные общественные настроения, в большей степени направленные на развитие общественного прогресса,

чем на потребление, поэтому в 1920 – 30 гг. были заложены основы инновационных проектов, определивших развитие общества до сегодняшнего времени, часть из них в последующем стала реализовываться в США из-за отсутствия условий в послевоенной разрушенной Европе. Развитие атомных, электронных, скоростных транспортных, в первую очередь, авиационных, космических технологий в США стимулировалось исключительно соперничеством с СССР, причем не столько в военно-политическом, сколько в социально-мировоззренческом отношении. Именно для этого необходимы масштабные инновационные проекты. Выход на экономическую эффективность проектов этой эпохи от начала первых натурных экспериментов составлял от 30 и более лет.

Ликвидация глобальной инновационной конкурентной среды привела для западного мира к так называемому "концу истории" – торжеству потребительского либерального общества, не имеющего конкурентов [4, с. 247 – 249]. Это существенно затормозило истинное инновационное развитие, но в то же время увеличило информационный шум по поводу инноваций и возникновению маркетингового культа инноваций. Это приводит к исчезно-

ванию предпринимателя и инноватора шумпетеровского типа [5, с. 314 – 318; 6, с. 638 – 641]. В последние 30 лет возникло только две крупных потребительских инновации – Интернет и сотовая связь, хотя и их нельзя в действительности считать фундаментальными, так как они базируются на уменьшении габаритов и массы уже существовавших технологий. Базовые промышленные, транспортные, космические, биологические и сельскохозяйственные технологии являются модернизацией разработок 1950 – 60-х гг. В месте с тем, экономически остро необходимые и, уже существующие на уровне разработок и даже прототипов, энергетические, медико-биологические, сельскохозяйственные и транспортные технологии сознательно тормозятся законодательными, экономическими и информационными методами.

Это связано с коммерциализацией инновационной деятельности. Исследованиями установлено, что в последние 60 лет наблюдалось повышение доли финансового сектора в прибыли инновационного бизнеса в Западной Европе и США. Одновременно сократились сроки окупаемости инновационных проектов, финансируемых венчурным капиталом (рисунок 1).



Рис. 1. Основные параметры коммерциализации инновационного бизнеса в Западной Европе и США (Источник – исследования автора)

Если до конца 1980-х годов можно было реализовать относительно масштабные длительные проекты, то после крушения СССР коммерциализация проектов стала критической. В настоящее время срок окупаемости сократился до трех лет (иные проекты не финансируются даже в "Силиконовой долине"), а доля финансового сектора в прибыли инноваторов возросла почти до 40%. В таких условиях невозможны указанные выше прорывные технологии, они угрожают экономической власти финансового сектора, так как обеспечивают взрывной рост производительности труда, высвобождают ра-

бочее время и, в конечном итоге, – кардинальному изменению всей системы социально-экономических отношений. Социально-экономическая суть упомянутых технологий в следующем.

Энергетика, построенная на управляемой реакции термоядерного синтеза, позволит получить неисчерпаемый источник тепловой, электрической энергии, а также дешевый водород для экологически чистого автомобильного транспорта (проблема водорода уже решена). При этом потребление угле-водородов должно значительно сократиться и переориентироваться на воз-

водный транспорт при сохранении использования в химической промышленности. Работы в этой области испытывают постоянное недофинансирование и не являются научным мейнстримом, в отличие от атомной энергетики в 1940 – 80 гг.

Медико-биологические технологии, связанные с цитологией, выращиванием искусственных органов, трансплантологией, которые могут решить проблемы с наиболее сложными заболеваниями тормозятся законодательными и религиозными запретами, а также недостаточным государственным финансированием и негативной информацией в СМИ и Интернете.

Сельскохозяйственные биотехнологии, основанные на генной инженерии (так называемые ГМО), гарантирующие значительный (в разы) рост урожайности сельскохозяйственных культур и продуктивности сельскохозяйственных животных, тормозятся законодательно и информационно. Интенсивность и тональность информационного воздействия граничит с мракобесием: известно, что даже существующие сорта и породы сельскохозяйственных животных и растений являются генной модификацией, но полученной несовершенными и длительными методами селекции. Современная генная модификация по сути ничего не меняет, но меняются мето-

ды. Результаты этих инноваций, если бы они сознательно не тормозились, могут радикально изменить продовольственный рынок в сторону радикального увеличения предложения и снижения цен. Это могло бы не только решить продовольственную проблему, но и освободить государственные бюджеты развитых стран от дотирования сельского хозяйства.

Если в перечисленных технологиях имеется достаточный научный задел и их развитие сознательно тормозится, то транспортные технологии нуждаются в радикальных инновациях. Кризис транспорта выражается через увеличение грузоподъемности транспортных средств (суда и самолеты дос-тигли предельных размеров) без роста скорости в течение 60 лет. Аналогичное положение наблюдалось в конце 1940-х годов и было изменено с появлением реактивной авиации, газотурбинных и атомных двигателей на судах, массовой электротяги на железнодорожном транспорте, что позволило даже при снижении грузоподъемности в 2,5 – 4 раза повысить скорость.

Трансформация инновационного бизнеса по структуре финансирования в Западной Европе, США, СССР и РФ с середины XX века по настоящее время претерпела существенные изменения (рисунок 2).

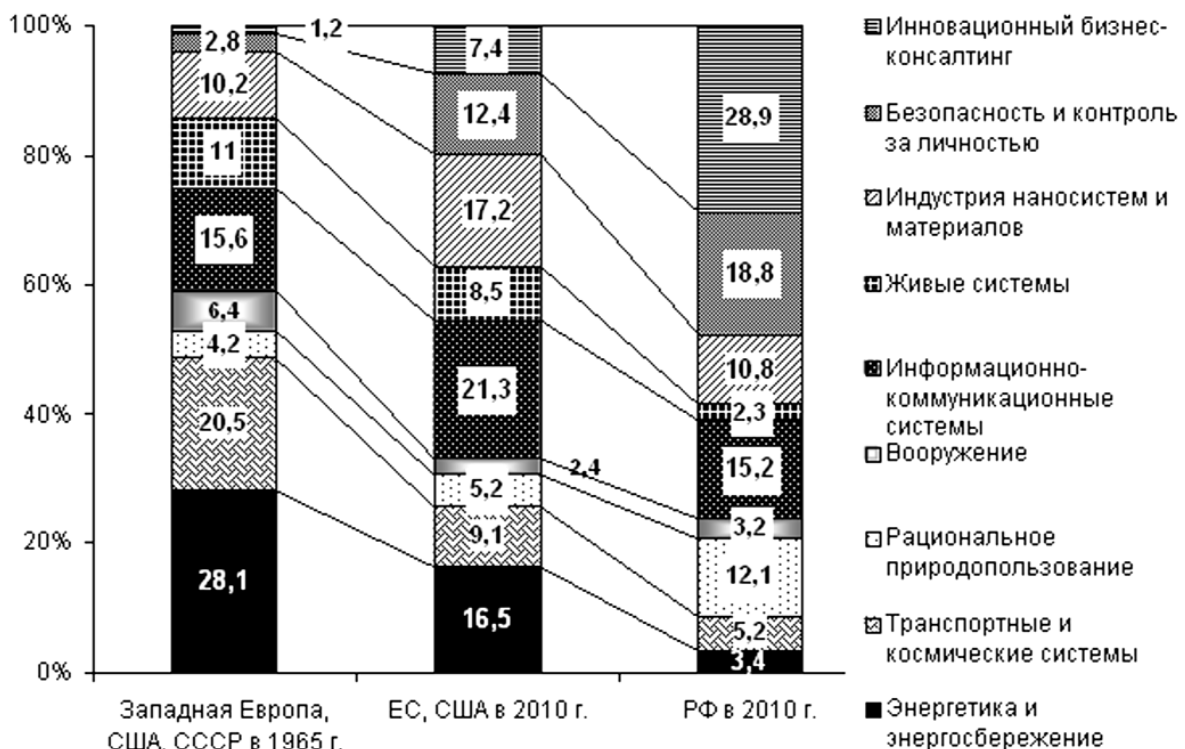


Рис. 2. Структура финансирования инноваций по направлениям
(Источник – исследования автора по данным II Обнинского инновационного форума)

Если в 1960-е годы инновационный бизнес и его финансирование было сосредоточено в капиталоемких фундаментальных областях, определяющих суть экономики, то в настоящее время произошло смещение областей, не требующих значительных капиталовложений и сроков реализации. То есть перед инновационным бизнесом не ставится сверхзадача, что не стимулирует развитие технологий, но стимулирует коммерциализацию. В целом можно сделать вывод о том, что пока рано говорить о деиндустриализации инновационной деятельности и современная экономика остро нуждается в новых индустриальных технологиях. Последнее стало осознаваться на политическом уровне в США и Китае, хотя и медленно [2, 3].

В России реальная инновационная деятельность во

многом заменяется информационным псевдоинновационным воздействием: инновационный бизнес-консалтинг расходует почти треть финансирования, хотя этот сектор не занимается материальным производством. Это логичное продолжение деиндустриализации российской экономики.

Развитие инновационной деятельности в указанном выше направлении коммерциализации бесперспективно. Это осознается и инновационным бизнесом, в частности крупнейшими венчурными предпринимателями, например П. Тилем, инвестором в Facebook, который признан крупнейшей инновацией последних лет [7]. Он отмечает, что именно упомянутые выше инновационные технологии выведут человечество на новый уровень развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инновационный менеджмент: учебное пособие / Л.Н. Оголева, В.М. Радиковский, В.Н.Сумароков. – М.: ИНФРА-М. – 2008. – 238 с.
2. Мозговой шторм. / Скоробогатый П., Чернышев А, Дежина И., Симаранов С. Интернет-телепрограмма "Свой взгляд на мир" от 31.05.2009. Портал Эксперт Online./ Эксперт ТВ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://tv.expert.ru/video/svz_310509/]
3. Приток мозгов / К. Северинов Интернет-телепрограмма (интервью, ведущий А. Привалов) "Угол зрения" от 14.09.2009. Портал Эксперт Online./ Эксперт ТВ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://tv.expert.ru/video/uzr_141209/]
4. Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек. М.: АСТ/ЕРМАК. – 2004. – 592 с.
5. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. Шумпетер – М.: Эксмо, 2007 – 864 с.
6. Шумпетер Й.А. История экономического анализа / Й.А. Шумпетер – СПб.: Экономическая школа, 2004 – 1670 с.
7. Peter Thiel. Announces Breakout Labs to Energize Innovation // The Thiel Foundation – [http://thielfoundation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=27]

© О.В. Гусева, (guseva_o@mail.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



В рамках выставки состоится **I АЛМАТИНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ БИЗНЕС-ФОРУМ:**
«Единое экономическое пространство – новые перспективы, условия и возможности для инновационного пути развития предприятий малого и среднего бизнеса»

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ЧАСТНО-ГОСУДАРСТВЕННОГО ПАРТНЕРСТВА

FOREIGN EXPERIENCE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP

Z. Ivanova

Annotation

The article describes the experience of public-private partnerships in foreign countries in the transition economies based on exploitation of natural resources to an innovative model. The main directions of scientific research of public-private partnership. Examined the risks of infrastructure projects using public-private partnership.

Keywords: public-private partnerships, research and risk

Иванова Злата Алексеевна

Аспирант, Академия

Социально-Экономического Развития

Аннотация

В статье рассмотрен опыт развития частно-государственного партнерства в зарубежных странах в условиях перехода экономики от основанной на эксплуатации природных ресурсах к инновационной модели. Определены основные направления научных исследований развития государственно-частного партнерства. Рассмотрены риски проектов развития инфраструктуры при использовании государственно-частного партнерства.

Ключевые слова:

частно-государственное партнерство, научные исследования, риски.

Основным источником финансирования инвестиций в рамках ГЧП является бюджет или собственный капитал частного бизнеса. При этом для обеспечения основных потребностей в государственных инвестициях в разных странах выбираются различные подходы. Например, в Великобритании обеспокоенность тем, что сравнительно низкий на протяжении ряда лет уровень государственных инвестиций может неблагоприятно отразиться на экономических показателях в долгосрочной перспективе, привела в середине 1990-х годов к принятию так называемого "золотого правила", которое позволяет привлекать заемные средства для финансирования инфраструктурных и других капитальных проектов. Это было возможно благодаря незначительному государственному долгу страны, ориентации на достижение экономической эффективности государственных расходов и высокому уровню прозрачности в налогово-бюджетной сфере. Принятое одновременно с этим "правило о коэффициенте задолженности" устанавливает предельную сумму заимствования, не допускающую образование экономически неприемлемого государственного долга. Хотя с точки зрения оптимальной налогово-бюджетной политики полезность таких простых правил представляется сомнительной, для многих развивающихся стран даже такая возможность недоступна.

В частности, страны с высокими уровнями государственного долга и страны, подверженные макроэкономическим потрясениям, должны компенсировать рост государственных инвестиций соразмерным увеличением государственных сбережений за счет мобилизации дополнительных доходов, например путем повышения налогов или пересмотра приоритетности статей расходов бюджет-

та [1].

В настоящее время мировыми лидерами в области государственно-частного партнерства, как отмечают многие отечественные и зарубежные исследователи, являются США, Великобритания, Франция и Германия. Так, в Великобритании в 1992 году с целью развития более эффективных общественных услуг высокого качества была основана "Частная финансовая инициатива" (private financing initiative, PFI), суть которой состояла в привлечении частных инвестиций для строительства крупных государственных объектов [2].

В 1997 году процедуры PFI были изменены, и на свет появились новые критерии правительственной поддержки проектов частно-государственных партнерств. Компенсация расходов частного инвестора осуществляется впоследствии либо за счет доходов от эксплуатации, либо за счет платежей из бюджета. Во многих случаях частной финансовой инициативы инвестор привлекается к дальнейшей эксплуатации объекта и организации его деятельности вплоть до найма персонала. Объектами частной финансовой инициативы могут выступать объекты инфраструктуры (включая автомобильные и железные дороги), школы, больницы и даже тюрьмы.

На этой основе был реализован целый ряд проектов, среди которых создание интегрированной системы обработки отходов на острове Уайт, строительство школ в Бриджпорте и Дорсете, домов престарелых в Суррее, здания полиции в Илкестоне, северного кольца Бирмингема и железнодорожной сети Кройдона и т.д. В Великобритании ежегодно заключается до 80 новых соглашений о партнерстве. По данным британского правительст-

ва, такие проекты обеспечивают 17 % экономии для бюджета страны.

В Великобритании термин PFI (Private Finance Initiative – частная финансовая инициатива) относится к частному финансированию на реализацию государственных инфраструктурных и прочих общественных проектов. Капитальные вложения, осуществляемые частным сектором, основываются на заключении контракта между местными или центральными органами управления. Например, по концессионной схеме реализован самый крупный в мире транспортно-инфраструктурный проект – строительство и эксплуатация тоннеля через пролив Ла-Манш, потребовавший 15 млрд долл. инвестиций.

Однако формы реализации ГЧП во многом определяются степенью открытости государства для прямых инвестиций и зависят от готовности предоставлять различные активы (земля и инфраструктура) инвесторам или национальным компаниям.

Несмотря на достаточно широкую практику применения ГЧП в экономике страны, тем не менее, в британской практике до сих пор типового соглашения ГЧП не существует, кроме стандартных позиций, таких как уровень обязательств государственного и частного сектора, право собственности на активы, распределение рисков, продолжительность во времени, источники финансирования и др. Это вносит определённые трудности в разработку новых проектов, так как требуют формирования новых договоров с разными позициями, что не совсем подходит для частного бизнеса, так как социально-значимые проекты всегда содержали и будут содержать в себе различные группы рисков: технические, финансовые, операционные, рыночные и, наконец, коммерческие.

Многими исследователями отмечается, что в англо-американской литературе конца 1980-х–начала 1990-х годов наметилось несколько направлений исследования частного-государственного партнерства как на национальном, так и на международном уровне [3].



Первое направление, главным образом, направлено на исследование организационной природы партнерства, составляющих его элементов в структуре партнерства, а также ресурсного обеспечения партнерства и его институциональной парадигмы.

Второе направление в основном сосредоточено на анализе опыта частно-государственного партнерства в США и Великобритании. Анализ эмпирического материала позволил выявить значимость развития контрактных отношений для укрепления частно-государственного партнерства, определить проблемы, возникающие при развитии трастовых отношений.

В третьем направлении рассматриваются место, роль и перспектива правительственных структур, органов власти в частно-государственном партнерстве, выделяются приоритеты государственных структур в организации частно-государственного партнерства, важность внутренних взаимосвязей между членами партнерства в политическом, экономическом и социальном контекстах.

Исследования четвертого направления посвящены социально-экономическому развитию территорий с использованием различных форм частно-государственного партнерства для обеспечения населения соответствующих территорий социальными услугами и общественными благами.

Сфера исследований пятого направления ограничивается систематизацией опыта создания частно-государственного партнерства в различных странах мира – это и развитые страны Европы, США, Австралия, Великобритания, Канада, и развивающиеся страны, и постсоциалистические страны Восточной Европы.

При этом следует отметить, что анализ теоретических моделей частно-государственного партнерства и механизма их запуска в процессе функционирования различен в каждой стране, имеет явно выраженные национальные особенности и организационно-правовые формы. Различаются модели частно-государственного партнерства по составу, структуре участников, а также по внутриорганизационным отношениям, складывающимся в соответствующей модели партнерства.

Опыт разных стран показывает, что экономическая инфраструктура (например, транспорт) обычно является более очевидным кандидатом для ГЧП, чем социальная инфраструктура (например, здравоохранение и образование) по трем основным причинам [4]. Во-первых, обособленные проекты, направленные на ликвидацию явных узких мест в инфраструктуре, такой как автомобильные и железные дороги, порты и энергетика, скорее всего, будут иметь высокие экономические нормы прибыли, а, следовательно, будут привлекательны для частного сектора. Во-вторых, сборы за пользование часто более осуществимы и целесообразны в проектах развития эконо-

мической инфраструктуры. В-третьих, в случае проектов развития экономической инфраструктуры обычно существует более развитый рынок, способный сочетать строительство с предоставлением смежных услуг (например, строительство с эксплуатацией и содержанием платной дороги), чем в случае проектов развития социальной инфраструктуры. С учетом этих соображений более активное использование ГЧП в области дорожной инфраструктуры (в том числе в ряде стран, включенных в пилотное исследование,) не вызывает удивления.

Как правило, ГЧП позволяют органам государственного управления избежать расходов на инфраструктуру или отсрочить такие расходы, не отказываясь при этом от связанных с ними выгод. Это может быть особенно привлекательным для органов государственного управления, у которых ограничены текущие возможности расходования средств, тогда как их способность принимать обязательства по будущим расходам почти не ограничена. Поэтому ГЧП не только позволяют ослабить бюджетные ограничения, препятствующие инвестициям в инфраструктуру, но также могут использоваться и для того, чтобы обойти меры по контролю за расходами и чтобы вывести государственные инвестиции за рамки бюджета и снять долг с баланса органов государственного управления. В таких обстоятельствах на органы государственного управления может ложиться основной риск, связанный с ГЧП, и они могут сталкиваться с потенциально крупными бюджетными издержками в средне- и долгосрочной перспективе [5].

И все же хорошо структурированные и надлежащим образом реализуемые ГЧП сулят повышение эффективности при строительстве объектов инфраструктуры и предоставлении услуг инфраструктуры, а значит, также снижают затраты государства на обеспечение доступности этих услуг.

Каким образом органы государственного управления могут обеспечить эффективность ГЧП в предоставлении высококачественных услуг инфраструктуры? Тремя основными факторами этого являются:

- 1) *нормативно-правовая база, регулирующая деятельность ГЧП,*
- 2) *порядок отбора и реализации ГЧП, а также роль министерства финансов в этом процессе,*
- 3) *договорные обязательства, на которых основана деятельность ГЧП и которые непосредственно определяют фискальный риск, принимаемый государством.*

Кроме того, целью органов государственного управления должен быть прозрачный бюджетный учет и полное раскрытие всех фискальных рисков.

Целевые исследования указывают на важность надежной нормативно правовой базы, охватывающей все аспекты процесса ГЧП. Впрочем, в силу очень разных

правовых традиций основы регулирования ГЧП значительно различаются в разных странах. Например, в странах с системой общего права специальные законы о ГЧП могут отсутствовать, в результате чего все условия должны быть включены в текст самих договоров. Однако это может существенно увеличить затраты на заключение договоров.

Сравнительный успех программы концессий в Чили можно в значительной мере объяснить тем фактом, что она опиралась на комплексный закон о концессиях. В Бразилии недавно был принят закон о ГЧП, хотя некоторые разновидности ГЧП уже частично подлежали действию законодательства о концессиях и закупках, а также требованиям в отношении прозрачности, содержащимся в законе о бюджетной ответственности. В Перу признаются, что повторная попытка запустить программу концессий должна сопровождаться укреплением малоэффективной нормативно-правовой базы [6].

Процесс отбора и реализации ГЧП в целом, решение об учреждении ГЧП должны быть хорошо обоснованными. Это может достигаться в рамках двухэтапного процесса [7]. На первом этапе на основании эффективных процедур инвестиционного планирования и экспертизы проектов (например, с использованием анализа затрат и выгод) принимается решение о целесообразности конкретного проекта. Важным аспектом этого первого этапа является ранжирование всех проектов, исходя из их нормы прибыли (экономической или общественной), и принятие решения о том, какие из них приемлемы с точки зрения бюджета и какие должны быть реализованы.

На втором этапе выносятся решение о том, следует ли обеспечивать реализацию целесообразного проекта традиционным способом или как ГЧП. Для этого можно воспользоваться компаратором государственного сектора (КГС), в котором указывается стоимость предоставления государством товаров и услуг, с тем, чтобы определить, обеспечивает ли наилучшая заявка частного секто-



ра на договор о ГЧП более высокую экономическую эффективность для государства.

Если принимается решение в пользу ГЧП, важно, чтобы процесс подготовки проекта по-прежнему был направлен на достижение экономической эффективности и обеспечение приемлемости с точки зрения бюджета. Оптимальным способом для этого является "ступенчатый процесс", осуществляемый под надзором Министерства финансов, который предполагает, что Министерство финансов должно одобрять конкретные стадии подготовительного цикла (такие как планирование, проведение тендера, подача заявок и подписание договора) для перехода к следующей стадии выполнения проекта.

Проекты развития инфраструктуры обычно сопряжены с целым рядом различных рисков, включая, например, риски, связанные с получением всех необходимых для строительства разрешений (такие как риски, связанные с вероятным воздействием проекта на окружающую среду), задержки в строительстве, перерасход средств, доступность и качество услуг, неопределенность относительно необходимости проекта в средне- и долгосрочной перспективе, а также изменение стоимости активов. Эти

основные риски присутствуют и в случае ГЧП.

Различие между ГЧП и проектами, обеспечиваемыми традиционным способом, заключается в том, что ГЧП позволяют органам государственного управления делить с частным сектором значительно больше рисков. В то же время неправильно структурированное ГЧП может подвергнуть государство гораздо большему риску в связи с долгосрочными договорными условиями, сопряженными с созданием ГЧП.

Согласно основному принципу распределения рисков, каждый риск должна нести сторона, способная наиболее эффективно управлять им [8]. Поэтому риски, связанные со строительством и эксплуатацией, обычно должен нести частный сектор, тогда как государство должно нести риски, которые оно в состоянии контролировать и наиболее очевидными из которых являются политические риски и риски нормативно-правового регулирования. Существуют также риски, на которые органы государственного управления могут влиять, но которые они не обязательно должны принимать на себя – например, риски изменения спроса, валютные риски и риски остаточной стоимости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Emerging Lessons in Private Provision of Infrastructure Services in Rural Areas: Water and Electricity Services in Gabon', September 2002, report produced by Environmental Resources Management, London, for the World Bank/PPIAF.
2. Carlo Cottarelli. Public Private Partnerships. What are They? Theory and Practice. Deputy Director, Fiscal Affairs Department, IMF February 2008. P. 25.
3. Gerrard M.B. What are public-private partnerships, and how do they differ from privatizations / M.B. Gerrard // Finance & Development. 2001. Vol. 38. Mb 3.
4. Шарингер Л. Новая модель инвестиционного партнерства государства и частного сектора / Л. Шарингер // Мир перемен. 2004. № 2.
5. Дерябина М.А. Теоретические и практические проблемы государственно-частного партнерства / М.А. Дерябина. Институт экономики РАН. – М., 2006.
6. Ефимова Л. И. Некоторые модели государственно-частных партнерств: тенденции и зарубежный опыт: докл. на семинаре "Государственно-частное партнерство: новые концепции развития транспортной инфраструктуры". 15 апр. 2003 г., г. Москва.
7. Public-Private Partnerships: Theory and Practice in international Perspective / ed. by S.-P. Osborne. London, 2000. P. 116.
8. Айрапетян М. С. Зарубежный опыт использования государственно-частного партнерства [Электронный ресурс]. о- Режим доступа: <http://wbase.duma.gov.ru>.

© З.А. Иванова, (z_ivanova@ya.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики».

XVIII Международная выставка-конгресс ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ. ИННОВАЦИИ. ИНВЕСТИЦИИ (HI-TECH'2012)

13–15 марта, Санкт-Петербург



ПРОБЛЕМА КОСВЕННЫХ ИЗДЕРЖЕК ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО

THE PROBLEM WITH THE FORMATION OF INDIRECT COSTS THE COSTS OF PRODUCTION

*A. Karpovich
E. Krylova*

Annotation

In this article offer systematic approach for decision of problem distribution indirect cost of production. Express an idea about correlative decision of problems distribution indirect cost of production and forming production program of enterprise. It must raise quality of flowing planning in enterprise.

Keywords: costs of enterprise management, indirect costs, total cost, production program.

Карпович Алексей Иванович

*д.э.н., профессор, зав. каф. «Экономика
предприятий», Новосибирский государственный
технический университет*

Крылова Елена Владимировна

*Аспирант, Новосибирский государственный
технический университет*

Аннотация

В этой статье предлагается системный подход для решения проблемы распределения косвенных производственных затрат. Высказывается мысль о совместном решении проблемы распределения косвенных затрат на производство и формирования производственной программы предприятия. Это должно повысить качество текущего планирования на предприятии.

Ключевые слова:

издержки предприятия, управление косвенными затратами, полная себестоимость, производственная программа.

Необходимость совершенствования действующей системы управления затратами определяется значительными изменениями, происходящими в технологии производства. При этом неэффективная система управленческого учета, давая искаженную или слишком обобщенную информацию, может подорвать усилия компаний с хорошими конкурентными разработками, производством и маркетингом.

Важность более корректного распределения косвенных издержек диктуется следующими обстоятельствами.

Во-первых, возрастанием доли накладных расходов на предприятиях с высоким уровнем механизации и автоматизации производства с использованием малоотходных технологий, выпускающих инновационную продукцию.

Во-вторых, расчет (калькулирование) полной себестоимости по видам изделий необходим для оценки готовой продукции на складе, а также в качестве ориентира при формировании цен предприятия (например, на новую продукцию).

В-третьих, некорректное распределение накладных расходов может привести к неверной оценке деятельности подразделений предприятия, что снижает эффективность функционирования системы бюджетирования.

Подход к калькулированию себестоимости, основанный на распределении всех затрат между реализованной продукцией и остатками ее на складе, носит название

Absorption costing и включает в себя целую группу методов, таких как попроцессный, попередельный, позаказный, нормативный, метод ABC (Activity Based Costing) [1,2].

Главной проблемой расчета полной себестоимости при использовании указанного подхода является необходимость разнесения косвенных затрат по отдельным видам продукции. В рамках первых четырех методов распределение косвенных затрат (в т.ч. статей накладных расходов) производится согласно (пропорционально) какой-либо принятой базе. Наиболее часто в качестве баз распределения используется зарплата основных производственных рабочих, машинное время, прямые издержки и т.п. Однако в этом случае себестоимость продукции и, соответственно, рентабельность разных ее видов весьма значительно зависят от выбора той или иной базы. Известны примеры, когда в процессе анализа себестоимости и рентабельности отдельных видов продукции при замене базы распределения получался парадоксальный результат – прибыльные изделия оказывались убыточными и наоборот [3].

ABC – метод в какой-то степени разработан как попытка разрешения обозначенной проблемы. В нем вместо единой базы распределения вводится несколько "носителей затрат". При этом учет расходов ведется в соответствии с выделенными на предприятии основными видами деятельности, и для каждого вида можно указать свой носитель затрат. К сожалению, данный метод оказался слишком сложным и громоздким и не нашел широкого применения ни в России, ни за рубежом. Кроме того,

как указано, среди прочих недостатков при применении метода ABC все равно остается проблема выбора уже нескольких, наиболее подходящих баз распределения накладных расходов[3].

Таким образом, можно сделать вывод: любой метод разнесения косвенных издержек, общих для нескольких видов продукции, условен. Поэтому попытки найти единственный "объективный" способ для всех предприятий разных отраслей, прежде всего энергетики, химической, электронной промышленности, металлургии, машиностроения, заведомо бесперспективны. При этом подходы, использующие какие – либо технологические критерии (физический, эксергетический и т.п.), неприемлемы в рыночной экономике.

Выбор метода распределения затрат должен основываться, на наш взгляд, на экономической целесообразности с точки зрения всего предприятия как системы.

В качестве инструмента для указанной дифференциации затрат может быть предложена следующая экономико-математическая модель (возможны модификации):

$$\sum_{i=1}^m Q_i \cdot Y_i \rightarrow \max \quad (0)$$

$$\sum_{i=1}^m Q_i \cdot \Delta_i = C^{>A} \quad (1)$$

$$\frac{1}{C} \cdot \sum_{i=1}^m Q_i \cdot Y_i \leq (1+R) \quad (2)$$

$$Y_i - \Delta_i \geq r_i, \quad i = 1, \dots, m \quad (3)$$

$$Y_i \leq \bar{Y}_i, \quad \text{для } i \in I' \subset I = \{i | i = 1, \dots, m\} \quad (4)$$

$$\Delta_i, Y_i \geq 0, \quad i = 1, \dots, m \quad (5)$$

Здесь:

Q_i – количество продукции i -го вида ($i = 1, \dots, m$);
 r_i – удельные прямые затраты на производство i – й продукции;

Δ_i – искомые удельные косвенные затраты на производство продукции i – го вида;

Y_i – ориентировочные цены на i – ю продукцию;

(1)– ограничение на необходимость распределения по видам продукции общей величины $C^{косв}$ косвенных затрат;

(2) – установка при ценообразовании на определенный уровень рентабельности R по затратам;

$$C = C^{косв} + C^{прям}; \quad R = \frac{P_{прб}}{C}$$

Критерий оптимальности модели вытекает из максимизации валовой прибыли с учетом того, что суммарные прямые и косвенные затраты на заданный выпуск продукции постоянны.

С помощью изменения параметра R ограничение (2) может быть использовано для корректировки соотношения цен на отдельные продукты в соответствии с рыночным спросом, т.е. определения $Y(R)$ и $\Delta(R)$ как функций R .

Модель (0–5) целесообразно применять во взаимосвязи и взаимодействии с задачей (моделью) построения производственной программы предприятия, итеративно реализуя тем самым систему из указанных моделей для формирования в конечном итоге вектора $Q=(Q_1, \dots, Q_m)$.

Производственная программа или план выпуска готовой продукции, сбалансированный по производственным мощностям, может рассчитываться при этом с использованием функционально – программных комплексов для автоматизации управления производством (MES – систем).

ЛИТЕРАТУРА

1. Котляров С.А. Управление затратами. – СПб: Питер, 2001. – ISBN 5 – 272–00080–3
2. Финансовый менеджмент. – М.: корпорация "Карана", 1998. – ISBN 5 – 87125–016–5
3. Шанк Дж.К., Говиндараджан В. Стратегическое управление затратами. – СПб: ЗАО "Бизнес Микро", 1999. – ISBN 5–93594–001–9 (рус.)

© А.И. Карпович, Е.В. Крылова, (econpred@fb.nstu.ru), Журнал Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики», Серия – "Экономика и Право"



УСТОЙЧИВОСТЬ КАК БАЗОВОЕ УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

STABILITY AS A BASE CONDITION OF MAINTENANCE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISES OF SPHERE OF SERVICES

V. Kozhemjagina

Annotation

In article the basic problems of maintenance of a sustainable development of the organizations are considered. The close interrelation between such base categories of their functioning, as competitiveness and financial stability is revealed. And also the conceptual model of maintenance of competitiveness of the enterprise offered by the author is described. Methodical approaches to realization of the mechanism of maintenance of a sustainable development of small enterprises in trade are developed.

Keywords: economic stability, competitiveness, the mechanism of maintenance of competitiveness, small business

Кожемякина Виктория Анатольевна
Соискатель, Сибирская государственная
геодезическая академия
г. Новосибирск

Аннотация

В статье рассмотрены основные проблемы обеспечения устойчивого развития организаций. Выявлена тесная взаимосвязь между такими базовыми категориями их функционирования, как конкурентоспособность и финансовая устойчивость. А также описана предложенная автором концептуальная модель обеспечения конкурентоспособности предприятия. Разработаны методические подходы к реализации механизма обеспечения устойчивого развития малых предприятий в торговле.

Ключевые слова:

экономическая устойчивость, конкурентоспособность, механизм обеспечения конкурентоспособности, малое предпринимательство.

На сегодняшний день проблема конкурентоспособности малых предприятий сферы услуг стоит особенно остро, так как заинтересованность предприятий в результатах своей деятельности усиливает необходимость совершенствования работы всех служб и подразделений хозяйствующего субъекта. Конкурентоспособность выступает важнейшим фактором обеспечения безопасности объекта, т.е. его выживания в "суровых условиях действительности" и его последующего эффективного развития.

В стремлении повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех предприятия придают большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для достоверной оценки собственных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств повышения степени устойчивости своего положения на рынке.

Определение системы, базируется на фиксации элементов системы, связей и взаимодействий между ними, а также установлении системных функций и свойств. С учетом общих положений теории познания, очевидно, что априори никакого исчерпывающего набора системных свойств и функций ни на одном этапе исследования указать нельзя. Можно сделать другое: указать некоторую совокупность свойств и функций, которые в настоящее время в какой-то мере определены, а также ту их совокупность, которую следует изучать в первую очередь. Предметом исследования при таком подходе является как раз изучение этой совокупности, попытка формиро-

вания новых аспектов анализа систем. Сказанное означает, что представление МБ как подмножества экономических систем и как объектов исследования будет непрерывно доопределяться на новых группах системных функций и свойств.

С позиции общесистемного подхода принципиальной особенностью, например, предприятия торговли как открытой системы является присутствие человека в качестве активного элемента системы.

Это обстоятельство обусловило наличие у рассматриваемой системы особых свойств:

- ◆ нестационарность отдельных параметров и стохастичность (вероятностный характер) ее поведения;
- ◆ уникальность и неопределенность поведения системы в конкретных условиях при одновременном наличии у нее предельных возможностей, определяемых имеющимися ресурсами и структурными связями;
- ◆ способность к самоорганизации, что, в свою очередь, выражается через ряд специфических свойств:
 - способность изменять свою структуру, сохраняя целостность, и формировать варианты поведения;
 - способность противостоять энтропийным (разрушающим систему) тенденциям и генерировать неэнтропийные тенденции (развития);
 - способность адаптироваться к изменяющимся условиям;
 - способность и стремление к формированию целей внутри системы, к целеобразованию.

Названные свойства находят выражение в процессе хозяйственной деятельности торгового предприятия.

С одной стороны, торговую деятельность предприятия обуславливает совокупность рынков ресурсов. Предприятию необходимы квалифицированные кадры, товары, технические ресурсы, технологии торгового процесса, кредитные линии, информация о состоянии рынка и спросе покупателей и многое другое.

С другой стороны, торговому предприятию необходимо выйти на рынки сбыта, где в острой конкурентной борьбе осуществляется реализация потребителем товаров и услуг и где единственный способ для компании достичь прибыли выше средней – активно инвестировать в достижение устойчивого конкурентного преимущества. Компании во всем мире пытаются разработать неординарные, индивидуальные для себя стратегии конкуренции, как правило, в зависимости от положения самого предприятия на рынке и общей ситуации в отрасли.

Однако в целом, различия в конкурентных стратегиях определяются целями, которые преследует компания на рынке, и основой конкурентного преимущества.

Применительно к торговым и производственно-торговым предприятиям стратегия устойчивого развития непосредственно сопряжена с достижением одной из двух основных целей: "выжить", удержать свои позиции и повысить благосостояние собственников.

В случае, когда компания заинтересована в обеспечении динамичного и устойчивого роста за счет увеличения объемов продаж и прибыли, ей необходимо создать портфель стратегических инициатив трёх уровней ². На первом уровне предприятие реализует стратегические инициативы по усилению позиций в существующем бизнесе, на втором уровне – по расширению имеющихся ресурсов и конкурентных возможностей за счет освоения новых сфер бизнеса с хорошими перспективами роста. Третий уровень непосредственно связан с воплощением стратегических инициатив по созданию бизнеса, на данный момент еще не существующего.

Реализовать такой набор конкурентных инициатив, безусловно, непросто. И большинство компаний (не только малого и среднего предпринимательства, но и лидеров в своих отраслях) основное внимание уделяет инициативам первого уровня, спонтанно и эпизодически проводя мероприятия второго и третьего уровней. Однако опыт успешных предприятий показывает, что в стратегические планы устойчиво развивающихся компаний должны входить инициативы всех трёх уровней. Поэтому для обеспечения динамичного и долгосрочного роста предприятию необходимо иметь в своем арсенале набор стратегий, начиная от краткосрочных стратегий развития существующего бизнеса и заканчивая долгосрочными мерами, рассчитанными на ближайшие 5–10 лет.

Вопросы экономической устойчивости отдельного предприятия рассматриваются, прежде всего, во взаимосвязи с его финансовым положением, а именно – финансовой устойчивостью (ф.у.), показатели которой, как правило, используются и для количественной оценки экономической устойчивости.

При этом для предприятия можно определить состояние финансово-экономического равновесия, когда собственный капитал равен нефинансовым активам (или заемный капитал совпадает с финансовыми активами), но такая точка существует лишь идеально – практически всегда имеет место отклонение в ту или иную сторону. Кроме того, односложное обозначение устойчивости как финансовой подчеркивает "финансовый аспект рассмотрения проблем, а по существу в этом термине заложено финансово-экономическое содержание" [1]. Таким образом, финансовая устойчивость представляется составной частью устойчивости экономической. Она наряду с другими видами устойчивости, например технологической, ценовой, ресурсной, обеспечивает общую экономическую устойчивость предприятия, оставаясь при этом (наряду с платежеспособностью) его важнейшими характеристиками в силу универсальности финансовых ресурсов. Финансово устойчивое и платежеспособное предприятие имеет преимущества перед другими предприятиями в привлечении инвестиций, получении кредитов, подборе квалифицированных кадров и выборе поставщиков и, как следствие, в наличии необходимых предпосылок для развития и маневрирования в условиях неопределенности [3].

Под экономической устойчивостью различных экономических систем (к которым относят предприятия) следует понимать их способность в условиях флуктуации рыночной конъюнктуры и других возможных возмущений сохранять возможность реализации своих целевых установок с минимальными деформациями. Такая способность формируется за счёт управляемости и адаптивности.

Управляемость – свойство предприятия адекватно реагировать на управляющие воздействия. Адаптивность – возможность приспосабливаться и адекватно реагировать на изменения внешней и внутренней среды. Категория надежности определяется при этом как взаимобратная известной в экономической литературе категории риска [4, 5, 6, 7]. Осуществление взаимоувязки риска и надежности представляется продуктивным, поскольку в этом случае при принятии управленческих решений в дополнение к инструментарию современного риск-менеджмента могут быть использованы определенные аналогии из аппарата теории надежности сложных технических систем. Кроме того, указанная связка является удобной при моделировании количественных оценок в целях измерения уровня риска либо надежности.

Быстрые изменения внешней среды отечественных

предприятий стимулируют появление новых методов, систем и подходов к управлению конкурентоспособностью. А это, возможно, прежде всего, посредством комплексной оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта и формированием на основе выявленных отклонений некоего адаптивного варианта плана по развитию рассматриваемой системы, т.е. о формировании стратегии устойчивого развития предприятия.

Долгосрочная стратегия развития, с одной стороны, имеет дело с широким спектром неопределенных и вероятностных факторов (потенциальных источников возмущений), с другой стороны, в значительной мере освобождена от влияния инерционных процессов, и в ней открываются широкие временные возможности для проведения планового экономического маневра, включая разработку качественно новых направлений развития предприятия, их предварительную оценку и соответствующий выбор.

Обеспечение устойчивости предприятия как основного условия повышения его конкурентоспособности связано с необходимостью стратегического планирования производства с целью подготовки управленческих решений и устранения причин, способных поколебать жизнедеятельность предприятия в течение всего срока его существования.

Остро стоящая проблема обеспечения конкурентоспособности, как предприятия, так и продукции может быть реализована с помощью предложенной концептуальной модели формирования механизма обеспечения устойчивого развития организации, разработанной автором и представленной на рисунке 1.

Проблема обеспечения конкурентоспособности организации зависит от трех основных составляющих – свойств системы (организации), её возможностей и факторов внешней среды – которые оказывают влияние друг на друга и находятся во взаимосвязи и взаимозависимости. Задача организации заключается в совершенствовании этих составляющих на основе их гармоничного взаимодействия. Остановимся подробнее на их описании.

Свойства системы влияют, с одной стороны – на экономическую устойчивость, с другой – на конкурентоспособность организации. Возможности организации в полном объеме зависят от таких составляющих, как: технические ресурсы, технологии торгового процесса, квалифицированный персонал, товары, информация о рынке и т.д. и так же способны оказывать влияние и на экономическую устойчивость и конкурентоспособность организации. Оценка степени и характера возмущений со стороны внешней среды дает возможность определить приоритетные факторы, максимально влияющие на организацию и её конкурентоспособность.

Анализ каждой составляющей показывает тесную

взаимосвязь между конкурентоспособностью организации и её экономической устойчивостью, что проявляется в присутствии составляющей финансовая устойчивость внутри каждого из этих понятий.

Определение "проблемных зон" при оценке составляющих конкурентоспособности позволяет сформировать стратегию устойчивого функционирования хозяйствующего субъекта посредством построения адаптивных планов его развития.

На последнем этапе определяется один из двух возможных вариантов построения подобных планов: в условиях жестких бюджетных ограничений организация использует методику выбора оптимального варианта из ряда альтернативных инвестиционных проектов (ИП), в случае наличия финансового задела – методика формирование инвестиционной программы из неальтернативных и альтернативных проектов.

При выборе наиболее рационального в каком-либо смысле ИП из множества альтернативных проектов может быть рекомендована следующая методика.

Осуществляется разработка сценариев реализации проектов (вариантов проектов) ($i = 1, \dots, m$):

- $j = 1$ – наихудший,
- $j = 2$ – наиболее реальный,
- $j = 3$ – оптимистичный.

Для каждого проекта по каждому сценарию рассчитывается соответствующий показатель NPV . Вместе они составляют матрицу

$$\{NPV^i\} i = 1, \dots, m; j = 1, 2, 3, 4:$$

Специфика указанных расчётов состоит в том, что в рамках какого-либо проекта по каждому сценарию исследуются действия организационно-экономического механизма реализации инвестиционного проекта. А именно: закладываются потенциальные возможности повышения его адаптивности различными способами, например, путём создания резервов, другого рода избыточности, страхования ответственности и т.д.

Одновременно в процессе выполнения проекта реализуются соответствующие способы маневрирования в зависимости от изменений внешней среды (как "отрицательных", так и "положительных"). Сказанное должно находить конкретное отражение в инвестиционном бюджете ИП в виде дополнительных затрат, потерь и выгод.

Опираясь на процедуры опроса экспертов и обработки их результатов, на понятие субъективной вероятности, можно на множестве сценариев задать априорное распределение вероятностей, отличное от равномерного.

В этом случае простейшим критерием принятия ре-

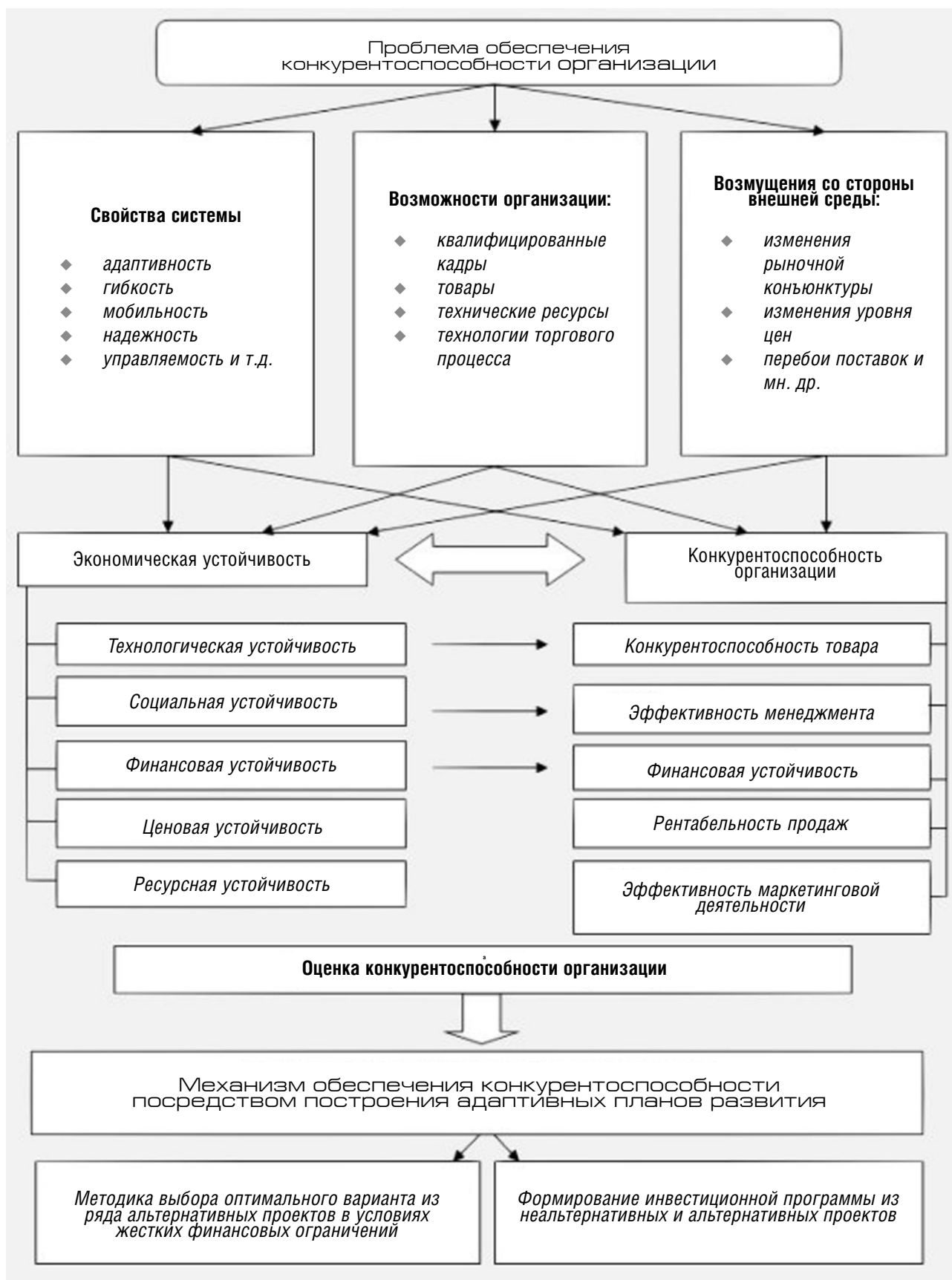


Рис. 1. Концептуальная модель формирования механизма обеспечения конкурентоспособности малого предприятия.

шений по выбору оптимального ИП является максимизация математического ожидания NPV :

$$Q^i = \max_{1 \leq i \leq m} M(NPV^i), \quad (1)$$

где M – оператор математического ожидания;

NPV^i – случайная величина, принимающая с некоторыми вероятностями одно из трёх значений.

Недостатком целевого показателя Q^i , $i = 1, \dots, m$ из (1) является то, что он не учитывает рассеяния NPV . В принципе практически достаточную информацию о случайных величинах и случайных процессах, необходимую для оценки экономических показателей, содержат моментные характеристики первого и второго порядков. С учётом данного обстоятельства для показателя Q^i можно предложить следующие выражения:

$$Q^i = M(NPV^i) / \delta(NPV^i), i = 1, \dots, m, \quad (2)$$

$$\text{и} \quad (3)$$

$$Q^i = M(NPV^i) - k \times \delta(NPV^i), k \geq 0, i = 1, \dots, m,$$

где δ – оператор среднего квадратического отклонения (с.к.о.).

Правая часть в (2) представляет собой показатель, обратный коэффициенту вариации. Выражение (3) для целевого показателя Q^i является более гибким, так как с помощью коэффициента k можно регулировать участие в нём уровня вариативных изменений через среднее квадратическое отклонение (с.к.о.). Иными словами, k является параметром управления рисков составляющей данного показателя: чем больше k , тем в большей степени при выборе оптимального ИП учитывается риск и отдаётся предпочтение ИП с меньшим значением с.к.о.

Рассмотрим теперь более общий случай, когда предприятие в рамках рассматриваемых условий сталкивается с проблемой выбора очередности внедрения как альтернативных, так и взаимонезависимых (неальтернативных) инвестиционных проектов. Здесь уже речь должна идти о формировании инвестиционной программы (ИП) или даже нескольких ИП в рамках, например, отдельных управленческих стратегий согласно установленным приоритетам. Инвестиционная программа (стратегия) является частью системы стратегического планирования компании и сама включает различные инвестиционные проекты. При этом инвестиционную программу можно представить как план мероприятий, определяющий механизм формирования инвестиционных ресурсов и этапы достижения инвестиционных целей, подчинённых стратегическим целям развития компании.

В качестве инструмента для составления инвестиционных программ (оптимальных инвестиционных страте-

гий) могут быть использованы соответствующие математические модели [3].

Рассмотрим возможный вариант динамической модели формирования инвестиционной программы организации:

$$NPV(F) \equiv \max_{z, K} \sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T NPV^i(t, T_r) z_t^i \quad (4)$$

$$F \rightarrow \min \quad (5)$$

$$-\sum_{i=1}^m K_0^i z_0^i + K_0 \geq 0 \quad \text{для } t=0$$

$$-\sum_{i=1}^m K_1^i z_1^i + \sum_{i=1}^m D_{01}^i z_0^i + K_1 \geq 0, \quad t=1 \quad (6)$$

$$-\sum_{i=1}^m K_t^i z_t^i + \sum_{s=0}^{t-1} \sum_{i=1}^m D_{st}^i z_s^i + K_t \geq 0, \quad t=2, \dots, T$$

$$-\sum_{i=1}^m K_0^i z_i^i, \quad i=1, \dots, m \quad (7)$$

$$\sum_{t=0}^T K_t \leq F \quad (8)$$

$$0 \leq K_t \leq K_t^{\text{lim}} \quad (9)$$

$$\min_i K_0^i \leq F \leq \sum_{t=0}^T K_t^{\text{lim}}$$

$$z_t^i = \begin{cases} 1 & , i=1, \dots, m; t=0, \dots, T. \\ 0 & \end{cases}$$

Здесь:

t – номер шага периода финансирования (T инвестиционной программы (0-й шаг – момент начала ее реализации));

T_r – расчетный период для вычисления NPV ИП;

i – индекс ИП;

m – количество проектов, из которых должна состояться ИП;

K_t^i – инвестиции в i -й ИП, начинающийся с t -го шага;

D_{st}^i – в зависимости от знака дополнительные капиталовложения (-) или чистый доход (+) на t -м шаге по i -му ИП с началом реализации на шаге S ;

K_t^{lim} – предельные объемы денежных средств, выделяемых на финансирование ИПР на t -м шаге из бюджета компании;

K_t, F, z_t^i – переменные модели.

Приведенная модель формально относится к частичное-целочисленным задачам математического программирования. При необходимости она допускает расширение в направлении учета взаимоисключающих или взаимосвязанных ИП, а также ограничений на нефинансовые ресурсы (трудовые, производственные площади).

Целевая функция в (4) есть двойная сумма чистых приведенных стоимостей по количеству рассматриваемых ИП и моментам начала их реализации. Однако варьированием параметра на множестве проектов можно устанавливать разные предпочтения. Так, уменьшение расчетного периода при вычислении NPV инвестиционного проекта с точки зрения критерия (4) способствует увеличению приоритета инвестиционных проектов с короткими сроками окупаемости, и наоборот.

Формирование по шагам предельных объемов финансирования K_t^{lim} сопряжено для конкретной компании с наличием вполне реальных ограничений: на величину уставного капитала при размещении облигационных займов, на размер залогового обеспечения и обороты, на возможности поручителей и самого банка-кредитора. Само увеличение K_t^{lim} за счет привлечения заемных средств снижает финансовую независимость и устойчивость компании. Возможности выделения денежных средств для финансирования ИПР определяются всеми видами деятельности компании – инвестиционной, финансовой и операционной (текущей). Поэтому K_t^{lim} , вообще говоря, являются параметрами согласования модели с задачей более высокого уровня – построения финансовых бюджетов в системе бюджетирования. При

этом норма дисконта зависит от соотношения собственных и заемных средств, направляемых на финансирование ИПР.

Учет факторов риска в рассматриваемой модели возможен двояко.

Во – первых, введением ограничений на средневзвешенные по проектам риски для каждого шага срока финансирования программы:

$$\sum_{i=1}^m r_t^i NPV^i(t) z_t^i \leq \bar{r}_t \sum_{i=1}^m NPV^i(t) z_t^i, \quad t=0, \dots, T,$$

где r_t^i, \bar{r}_t – индексы риска.

Второй способ состоит в построении и анализе функции NPV (F). С ее же помощью осуществляется параметризация совокупности эффективных (Парето-оптимальных) значений двухкритериальной задачи (4) – (9).

Наличие именно двух критериев позволяет результативно производить сравнение и отбор на основе графического отображения границы Парето в 2-мерном пространстве критериев. Простое и обозримое описание паретовой границы даёт возможность выявлять окончательные решения.

В применении к рассматриваемой задаче граница Парето представляет собой набор плоских прямых отрезков и может быть построена непосредственно аппроксимацией её сетью равномерно распределённых точек.

Предлагаемая методика в принципе может стать полезным инструментарием для лиц, принимающих решения относительно отбора очередности проектов при включении их в инвестиционную программу (стратегию) в любой сфере, где возникает необходимость повышения адекватности финансового управления развитием предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. М.: Изд-во "Дело и Сервис", 1998. 256 с.
2. Артур А. Томпсон мл., А.Дж.Стрикленд III Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ. – М: Издательский дом "Вильямс", 2008. – 928с.
3. Моделирование экономической устойчивости систем энергетики: монография / А.И. Карпович. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2006. – 260 с.
4. Риск – анализ инвестиционного проекта: учебник для вузов / под ред. М.В.Грачевой. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2001. – 351 с.
5. Хохлов Н.В. Управление риском: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 239 с.
6. Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. Управление рисками: Учеб. пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2003. – 160 с.
7. Stultz R.M. Rethinking Risk Management // Journals of Applied Corporate finance. – 1996. – Vol 9.

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

DIVERSIFICATION OF TOURIST ENTERPRISES PERSONNEL DURING ECONOMIC CRISIS

E. Kolosova

During the recession the company faces the choice of alternative paths of development. Diversification of work – quantitative, qualitative and spatial movement of labor, resulting in a change of combinations of social labor in connection with the change of sound operation of the employee under the influence of various factors. The consequence of diversification is to improve the quality of staff and a significant increase in range of the products and services, as well as the possible development of new tourism regions and markets.

Keywords: Diversification of labor, employee purposeful activity, quality improvement, human resources.

Колосова Елена Валерьевна
Соискатель,
РЭУ им Г.В. Плеханова

Аннотация:

В период спада производства предприятие стоит перед выбором альтернативных путей развития. Диверсификация труда – количественное, качественное и пространственное движение рабочей силы, ведущее к изменению комбинаций общественного труда в связи со сменой целесообразной деятельности работника под влиянием различных факторов. Следствием диверсификации персонала является повышение качества и значительное увеличение ассортимента предоставляемых товаров и услуг, а так же возможно освоение новых видов туризма, регионов и рынков.

Ключевые слова:

Диверсификация труда, целесообразная деятельность работника, повышение качества, трудовые ресурсы.

В результате ухудшение экономического состояния страны, проявившегося в значительном спаде производства, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы и в итоге – в снижении жизненного уровня, благосостояния населения и как следствие снижения покупательной способности на ряд услуг и продуктов.

В период спада производства предприятие стоит перед выбором альтернативных путей развития. Действия руководства предприятия будут различаться в зависимости от целей деятельности, значимости для потребителей выпускаемого продукта или услуги, финансового положения, результатов инновационного воздействия на производство. В общем случае можно выделить три варианта развития производства:

- 1) убыточное производство традиционного продукта и постепенное снятие продукта с производства;
- 2) продление жизненного цикла традиционного продукта;
- 3) внедрение в производство новых товаров и услуг, проникновение в другие отрасли и сферы деятельности.

Как правило, если предприятия выбирают в качестве варианта развития диверсификацию производства, возникает проблема нарушения соотношения человеческого и технического капиталов. Решение данной проблемы возможно посредством диверсификации труда. Как было определено выше, диверсификация труда – количествен-

ное, качественное и пространственное движение рабочей силы, ведущее к изменению комбинаций общественного труда в связи со сменой целесообразной деятельности работника под влиянием различных факторов. Продолжительность цикла диверсификации труда равна периоду, который определяется временем, необходимым на обучение или переобучение рабочей силы.

Процесс диверсификации труда связан с жизненным циклом отрасли и также носит циклический характер. В период повышенной структурной безработицы увеличивается поток рабочей силы из одной отрасли в другую, в период спада он уменьшается. Циклическое развитие диверсификации труда позволяет прогнозировать данный процесс, а следовательно, и своевременно регулировать перелив человеческого капитала.

Необходимость соответствия технического и человеческого капиталов предусматривает наличие у рабочей силы такого свойства, как мобильность, а именно, структурной мобильности. Повышение профессиональной мобильности работников может быть достигнуто через общеобразовательную, профессионально-квалификационную, социальную и другие формы. В то же время существуют препятствия, мешающие переливу рабочей силы.

Можно выделить три основных фактора:

- ◆ образовательный – отсутствие соответствующего образовательного уровня у работников;

- ◆ социальный – не разработанность социальных гарантий, способных возместить моральный и материальный ущерб при перемене и диверсификации труда;
- ◆ организационный – запаздывающий механизм работы образовательных учреждений и сдвиг в обеспечении своевременной переквалификации работников.

Ведь в сложившихся неблагоприятных условиях спрос на услуги и продукцию предприятий индустрии туризма значительно снизился и для того, чтобы далее продолжать свою деятельность на рынке и даже развиваться, предприятиям пришлось пересмотреть кадровую политику и численный состав работников своих предприятий. В некоторых организациях оптимальным решением сочли сокращение численности персонала, в других уменьшили размер заработной платы персонала. Но принятия таких решений можно было избежать путем диверсификации персонала и производства. Диверсифицируя своё производство, предприятия проникают в новые для себя сферы, увеличивают ассортимент товаров и услуг, расширяют потребительский сегмент, и как следствие увеличиваются постепенно преобразуясь в более конкурентоспособные. Диверсификация персонала как форма обеспечения конкурентоспособности персонала, проявляющаяся в универсализации работника, освоении им нескольких специальностей и производственных операций, облегчающих перераспределение персонала в рамках одной организации. Данная форма конкурентоспособности обеспечивается путем переподготовки и повышения квалификации персонала предприятия.

Все программы переподготовки и повышения квалификации работников являются обоюдовыгодными как для руководство предприятий, так и для сотрудников. Предприятия получают более универсальных профессионалов, причем инвестиции, связанные с краткосрочными курсами обучения или повышения квалификации, являются не достаточно эффективными. А сотрудники имеют дополнительные стимулы для работы на предприятии, которое вкладывает деньги в их профессиональный рост, тем самым обеспечивая им перспективы карьерного роста.



Для данной ситуации характерны две особенности: первая это очевидное конкурентное преимущество работодателя, предлагающего своим сотрудникам программы обучения, а вторая это всегда существует определенный риск, связанный с тем, что обученный сотрудник покинет компанию.

Естественно, в процессе диверсификации последнее обстоятельство может быть особенно опасным. Не смотря на это, ряд экспертов призывают не преувеличивать данный риск. И ситуация, при которой работник покидает интенсивно развивающееся предприятие, крайне редки. Как правило обычно люди правильно понимают реальное положение вещей: если компания выходит на новый сегмент рынка и при этом вкладывает деньги в развитие сотрудников, это означает, что у последнего открываются прекрасные перспективы для профессионального роста. Основная особенность переобучения персонала, связанная с диверсификацией бизнеса это работа не столько на конкретную задачу, но и на перспективу развития в целом.

Ярким примером, диверсификации персонала в индустрии туризма, а точнее в ресторанном секторе являются повара обладающие навыками приготовления блюд не только различных стран (русская, итальянская, китайская и т.д.), но и нескольких кухонь одновременно. И получается, что во время экономического спада и как следствие снижение посещаемости ресторана одним из способов выживания является увеличение ассортимента выпускаемой продукции. Для этого необходимо обучить специалистов. В начале произойдет увеличение финансовых затрат предприятия, но затем данные инвестиции достаточно быстро окупятся и начнут приносить прибыль. Так как при наличии многопрофильного повара произойдет увеличение ассортимента. Данные инвестиции в своих работников весьма эффективны, а риск близок к нулю, и в целом даже сможет стать элементом серьезной экономии для предприятия.

Перенасыщение рынка труда квалифицированными работниками одних специальностей и дефицит других сопровождается рядом отрицательных последствий для экономики любого региона:

- ◆ нерациональным использованием денежных средств на подготовку и переподготовку специалистов, снижением экономического эффекта от инвестиций в трудовые ресурсы, вложенные в производство высококвалифицированной рабочей силы любой индустрии;
- ◆ увеличением числа безработных, как в общей численности населения, так и по отдельным видам специальностей;
- ◆ неэффективным использованием средств на программы материальной поддержки и стимуляции безработных и активной политики занятости;

- ◆ увеличением расходов на переобучение и пере-квалификацию кадров предприятиями, организациями и правительством в целом;
- ◆ психологической неудовлетворенностью людей, работающих не по специальности.

По состоянию на 2011 г. в России около 80% выпускников начальной профессиональной школы не находят работу по специальности, среди выпускников средней специальной школы – 70%, а высшей – 50%. На рынке труда нарушение баланса между спросом и предложением на специалистов приводит к необходимости пересмо-

тра механизмов регулирования перемены и диверсификации труда. Решение этого дисбаланса является одним из важных направлений развития экономики индустрии гостеприимства и туризма.

Следствием диверсификации персонала является повышение качества и значительное увеличение ассортимента предоставляемых товаров и услуг, а так же возможно освоение новых видов туризма, регионов и рынков.

Что безусловно, повлечет за собой развитие отрасли в целом и системы профессиональной подготовки специалистов в частности.

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://ru.wikipedia.org>
2. <http://www.gks.ru>
3. Бахотский В.В., Маркетинг: курсовое проектирование, – Псков, Издательство ППИ, 2008
4. Новиков Д. А. Экспериментальное исследование индивидуальных стратегий предложения труда. изд.– Москва: Эгвес, 2010
5. Саратовцев Ю.И. Технология туризма: Учебное пособие. изд– СПбГИЭУ, 2002
6. Томпсон А.А, мл. Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: Учебник для вузов. Пер.с 9–го англ.изд.–М.: ИНФРА–М, 2001

© Е.В. Колосова, (T–kev@mail.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА 

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ
**ЭКОЛОГИЯ
БОЛЬШОГО ГОРОДА**
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ЛЕНЭКСПО, павильон 7
20-23 МАРТА 2012



ОРГАНИЗАТОР
EXPOFORUM
КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
2012 / 2013 / 

ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ
   **ЭКОЛОГИЯ
ПРОИЗВОДСТВА**
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕДИА-ПАРТНЕР
 **РИА НОВОСТИ**

www.infoeco.ru +7 812 240 4040 (многоканальный) www.ecology.expoforum.ru

ОЦЕНКА БРЕНДА КАК ОСНОВЫ КЛИЕНТСКОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

BRAND EVALUATION AS A BASIS OF CLIENT CAPITAL OF THE ORGANIZATION

A. Krivovяз

Annotation

The article deals with current issues of classification of intellectual capital. Analyzed the existing literature in the modern economic approaches to understanding the content of intellectual capital and its components. The approaches to determining the value of the components of intellectual capital. A review of the author's position is formulated on the approaches used to assess the brand as part of the client organization capital.

Keywords: intellectual capital, brand, goodwill, trademark, valuation.

Кривовяз Александр Николаевич
Аспирант,
Красноярский государственный
торгово-экономический институт

Аннотация

В статье рассматриваются актуальные вопросы классификации интеллектуального капитала. Проанализированы существующие в современной экономической литературе подходы к пониманию содержания интеллектуального капитала и его составных частей. Рассмотрены подходы к определению стоимости составных частей интеллектуального капитала. В результате рассмотрения сформулирована авторская позиция о подходах, применяемых для оценки брендов как составной части клиентского капитала организации.

Ключевые слова:

интеллектуальный капитал, бренд, гудвилл, товарный знак, оценка стоимости.

По мнению западных экономистов, преимущества, которые достигаются использованием финансовых ресурсов, в настоящий момент практически исчерпаны. Управление финансовыми активами, позволяющее достичь экономии на эффекте масштаба, уже не является конкурентным преимуществом. В лучшем случае это приносит среднюю прибыль. Сверхприбыль приносит разумное использование наряду с финансовыми активами интеллектуального капитала, которое и обеспечивает устойчивое и доминирующее положение на рынке. Поэтому в конкурентной борьбе торговые организации все чаще обращаются к интеллектуальным активам. Интеллектуальный капитал начинает превращаться из чего-то абстрактного в точку потенциала увеличения стоимости и конкурентных преимуществ.

Термин "интеллектуальный капитал" появился в начале 1990-х гг. и обозначал "сумму всех знаний всех работников предприятия, которая предоставляет ему конкурентное преимущество на рынке". При этом под знанием понимались патенты, управленческие навыки, технологии, информация о клиентах и поставщиках, а также опыт [5]. Немного позже в связи с нарастанием процесса информатизации общества и экономики, с превращением индустриальной экономической системы в постиндустриальную, термин "интеллектуальный капитал" был уточнен следующим образом: "Это знание, которым владеют работники; это электронная сеть, позволяющая корпорации реагировать на изменение рыночной ситуации быстрее конкурентов; это партнерство компании и клиента, укрепляющее связи между ними и вновь и вновь привлекающее потребителя" [5].

Также существует трактовка "интеллектуального капитала" как знания, которое может быть преобразовано в стоимость.

В данной статье предпринята попытка найти соотношение между такими категориями, как интеллектуальный капитал, клиентский капитал, гудвилл, бренд, товарный знак.

Интеллектуальная собственность, согласно определению гражданского кодекса (ГК), представляет собой исключительные права гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации.

Интеллектуальный капитал организации – это квалификация, опыт, мотивация персонала, знания, технологии и каналы коммуникации, способные создать добавленную стоимость и обеспечивающие конкурентные преимущества организации на рынке.

Структуру интеллектуального капитала можно рассматривать с различных точек зрения.

Так, ряд авторов, рассматривает двухкомпонентную структуру интеллектуального капитала, разделяя его на человеческий и структурный (внутренний) [4]. Другие следуют трехчастной структуре, где к предыдущим двум компонентам интеллектуального капитала добавляется отношенческий (внешний) капитал [3].

Существует вариант построения трехкомпонентной

структуры в несколько другом виде: социальный капитал, представляющий собой корпоративную культуру компании, основанную на эффективном использовании человеческого капитала; структурный (организационный) капитал, включающий в себя интеллектуальную собственность компании и её организационную структуру; потребительский (клиентский) капитал, состоящий в основном из стабильной "клиентской базы" [1].

Автор статьи, систематизировав перечисленные подходы, придерживается мнения, что интеллектуальный капитал необходимо рассматривать как человеческий, структурный и клиентский капитал.

Человеческий капитал рассматривается как совокупность коллективных знаний сотрудников, компетенция и способности персонала компании, их творческие способности, предпринимательские и управленческие навыки. Эта часть интеллектуального капитала покидает компанию вместе с работниками после окончания рабочего дня. Структурный капитал – то, что остается в компании после окончания рабочего дня и ухода работников. Это инфраструктура компании (информационные технологии, рабочие процессы, коммуникационные системы, информационные ресурсы и т. д.). Инновационная часть структурного капитала включает интеллектуальную собственность (патенты, лицензионные соглашения), а также то, чему трудно дать точное определение, но что в большой степени определяет стоимость компании (научно-технические исследования и разработки, ноу-хау, идеи, изобретательская деятельность). Клиентский ("брендовый") капитал представляет собой ценность, заключенную в отношениях с клиентами – товарные знаки и знаки обслуживания; фирменные наименования; деловая репутация; наличие своих людей (инсайдеры) в организациях партнерах или клиентах; наличие постоянных покупателей; повторные контракты с клиентами и т.д.

В каждом из видов капитала, составляющих интеллектуальный капитал организации, есть капитал, который можно оценить достоверно количественно, и тот, который поддается только качественным оценкам.

В настоящее время достоверно оценить можно только лишь часть клиентского капиталом, потому что основу клиентского капитала и большую его часть составляет "гудвилл", в который и входит "бренд" компании. В российской практике гражданско-правовых отношений "бренд" находит свое отражение через категорию товарный знак / знак обслуживания. Но понятия "товарный знак" и "бренд" не равнозначны, и бренд шире, чем товарный знак.

Бренд является одним из ключевых элементов клиентского капитала, который представляет собой добавочную ценность, созданную за счет того, что покупатель и пользователь оценивает данный товар, услугу в отдельности или компанию в целом, как наиболее полно,

уникально и стабильно соответствующую своим потребностям, в связи с чем финансовая значимость бренда не вызывает сомнений.

Таким образом, бренд представляет собой ценный неосязаемый актив, который создается внутри компании, в ходе осуществления ее финансово-хозяйственной деятельности. При успешном развитии бренд начинает приносить компании добавленную стоимость, наращивая интеллектуальный капитал компании.

Как отмечалось ранее, величина клиентского капитала зависит, в том числе, и от численности клиентов, их платежеспособности и лояльности. Эффективное управление клиентским капиталом будет способствовать увеличению доли предприятия на рынке, возможности устанавливать более высокую "марочную" наценку на товары и услуги, увеличению доли удовлетворенных клиентов и высокому уровню лояльности. Вот почему организациям необходимо управлять своим брендом, оценивать его и развивать.

Но даже при наличии стоимостной оценки бренда в России отсутствуют нормы для его отражения в составе имущества компаний, поскольку в национальных учетных стандартах такой актив не предусмотрен. В таких условиях бренд крайне сложно позиционировать, тогда как зарубежные компании активно их используют в финансовой отчетности для продвижения своей продукции, популяризации своей деятельности и создания привлекательного имиджа компании. При этом понятие "бренд" российских компаний не находит своего отражения не только при работе по российским стандартам, но и при работе по стандартам МСФО.

Таким образом, управление и оценка бренда на сегодняшний день наименее развитая область российской теории и практики, нуждающаяся в дальнейших исследованиях и методических разработках.

Как уже отмечалось, понятие "бренд" является более широким по сравнению с понятием "товарный знак".



Это обусловлено, во-первых, тем, что товарный знак и знак обслуживания согласно п. 1 ст. 1477 ч. 4 ГК РФ является только обозначением для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, и оформление исключительных прав на него не создает для субъекта предпринимательства существенных конкурентных преимуществ. Во-вторых, товарный знак имеет дату регистрации, в то время как бренд создается на протяжении достаточно длительного периода времени. В-третьих, в развитие бренда вкладываются значительные средства на протяжении всего периода его использования, тогда как на регистрацию товарного знака следует одновременно затратить сравнительно незначительную сумму средств.[6]

Согласно п. 2 ст. 1477 ч. 4 ГК РФ товарный знак и знак обслуживания имеют одинаковый юридический статус с тем отличием, что товарный знак является средством индивидуализации товаров, а знак обслуживания – работ или услуг.

В то же время, понятие "торговая марка" является англоязычным синонимом термина "товарный знак" и представляет ту часть бренда, которая обеспечена правовой защитой.

Термин "деловая репутация" ("гудвилл"), напротив, является более широким понятием, чем "бренд", так как последний включает меньше компонентов по сравнению с деловой репутацией. Но помимо всего прочего он является одной из составных частей деловой репутации.

В результате, проведение исследования по определению сущности рассмотренных понятий вызвано необходимостью идентифицировать оцениваемый объект при расчете стоимости бренда и товарного знака предприятия сферы услуг.

Как уже отмечалось, бренд и товарный знак могут быть оценены. Но в то же время, понятие "бренд" в ГК РФ



и в действующих нормативно-правовых документах РФ не приведено, он не может являться объектом гражданских прав и, соответственно, не может, с точки зрения профессиональной оценочной деятельности, выступать в качестве объекта оценки.

Вместе с тем это не означает, что стоимость бренда нельзя определить. Стоимость бренда предприятия сферы услуг можно определить, и оформить все эти результаты в форме отчета, поскольку такая оценка востребована в различных случаях, в том числе и различными внутренними и внешними пользователями.

Бренд является частью деловой репутации организации, тем самым формируя клиентский капитал организации. В то же время, если проанализировать требования учета и признания деловой репутации, согласно РСБУ, МСФО и НК РФ, можно прийти к выводу, что ПБУ 14/2007 "Учет нематериальных активов" и МСФО 3 "Объединение бизнеса" относительно учета и признания деловой репутации во многом аналогичны, но имеют и отличия, поэтому величина стоимости деловой репутации (гудвилла) в зависимости от выбора различных стандартов учета будет отличаться.

Несмотря на определенные различия между ПБУ 14/2007 и ст. 257 ч. 2 НК РФ в признании какого-либо актива нематериальным, в отношении бренда и товарного знака требования двух указанных документов аналогичны. В отличие от товарного знака бренд не может быть отнесен к нематериальным активам предприятия в силу не соответствия закрепленным в них условиям.

Если обратиться к стандартам оценки, как отечественным, так и международным, то можно легко обнаружить, что существующие методические рекомендации не учитывают специфику оценки стоимости брендов. Как правило, в стандартах и рекомендациях прописаны лишь общая процедура и последовательность определения стоимости объектов интеллектуальной собственности.

В силу того, что на сегодняшний день утвержденных и общепринятых методов оценки стоимости брендов не существует, итоговая величина стоимости бренда в значительной степени зависит от применяемой методологии, от поставленной цели и предполагаемого использования результатов оценки. Такая ситуация обуславливает необходимость разработки адекватных к условиям современной рыночной среды методик и приемов оценки стоимости брендов.

Если проанализировать подходы и методы оценки стоимости брендов, товарных знаков и гудвилла, то можно прийти к выводу, что следует соблюдать следующую последовательность: доходный, сравнительный, затратный.[8]

Применение альтернативных методов и моделей

оценки (метод на основе оценки опционов модель Блэка–Шоулза), не представляется возможным, так как отсутствует необходимая рыночная информация по брендам и товарным знакам. [6] Хотя ряд авторов считает это возможным. Анализ показал, что на данный момент не существует какой-либо группировки методов: авторы ограничиваются перечислением и описанием существующих методов оценки.

Но, как правило, методы, применяемые для оценки брендов, являются трудоемкими. В то же время технический инструментарий на основе корреляционно–регрессионного анализа позволяет построить модели зависимости стоимости бренда от различных факторов, например от капитализации компании обладателя бренда, чистой прибыли, рейтинга бренда и т.д. Данный метод будет ориентир стоимости бренда, интервал рыночной оценки. Однако если подобрать параметры и провести исследование на большой выборке, например 500 крупнейших брендах, то данный метод и полученную на основе его стоимость можно использовать для управления брендом. Так, Ю. Козырь и А.Костин вывели зависимость стоимо-

сти бренда от рентабельности активов (ROE) в рамках сравнительного подхода с весьма высоким коэффициентом детерминации. [7].

Таким образом, можно отметить, что бренд можно определить как составную часть гудвилла и клиентского капитала, а с точки зрения оценки, под брендом можно подразумевать как оценку стоимости деловой репутации, так и оценку стоимости исключительных прав на товарный знак. Оценить бренд можно на основе всех трех подходов, но к наиболее достоверным можно отнести различные методы доходного подхода и методы сравнительного подхода на основе корреляционно–регрессионных моделей.

Расширение возможностей вовлечения элементов интеллектуального и клиентского капиталов и брендов, в частности, в деловой оборот является важнейшей задачей и направлением развития системы управления организацией, потому что именно данные активы во многом определяют развитие современной экономики, в том числе и российской.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов. Учебное пособие. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. – 400 с.
2. Волков Д. Л., Гаранина Т. А. Нематериальные активы: проблемы состава и оценивания // Вестник Санкт–Петербургского университета. 2007. № 1. С. 84–107.
3. Дульщикова Ю.С. Структура интеллектуального капитала России // Государственная служба, № 1. – 2004. URL: <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/23.php> (дата обращения: 07.12.2011).
4. Edvinsson L. Malone M.S. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. New York, 1997.
5. Логачев В., Жернов Е. "Интеллектуальный капитал" с позиции трудовой теории стоимости // Экономист. 2006. № 9. С. 36
6. Черепанов В.Ю., Анализ подходов к оценке бренда(на примере футбольных клубов) "Экономический анализ: теория и практика", 2009, № 22
7. Козырь Ю., Костин А. Денежное имя: сколько стоит товарный знак? "Консультант", 2009, № 15.
8. Gordon V. Smith, Russell L. Parr, Valuation of Intellectual Property and Intangible Assets, Second edition, John Willey& Sons, 1994.

© А.Н. Кривовяз, (sanya_krivoviyaz@mail.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

The Moscow Times

π^g
pepeliaev group

Налоговые маневры - 2012
9 февраля 2012, Москва, Марриотт Аврора (ул. Петровка, 11/20)

Санкт-Петербургский международный книжный салон

Время читать!
Time to read!

26-29 апреля 2012
April 26-29, 2012

"Ни о чем не думает лишь тот, кто ничего не читает."
Д.Дидро

РАЗВИТИЕ ПРОИЗВОДСТВА ГИБРИДНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

DEVELOPMENT OF THE PRODUCTION OF HYBRID CARS IN RUSSIA AS A PROMISING AREA OF INNOVATION STRATEGY EFFECTIVELY AUTO COMPANIES

E. Plotnikov

In article are considered questions of the development of the production of hybrid cars in Russia, as one of the promising directions of the inno-organizational activities of the automotive companies in the conditions of the limits of financial resources. As the most promising directions of proposed development of the production of full hybrid vehicles-owned funds (full hybrids) in the segment of commercial vehicles, even buses and lorries with carrying capacity up to 5 tonnes. In the quality-as a primary limiting factor for the development of the production of hybrids of the paper are lower specific power consumption of battery ba-тапей compared with gasoline and diesel fuel.

Keywords: Hybrid cars, Specific power consumption, The competitiveness of products.

Плотников Евгений Анатольевич
Аспирант. Московский институт
государственного и
корпоративного управления

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы развития производства гибридных автомобилей в России, как одного из перспективных направлений инновационной деятельности автомобилестроительных компаний в условиях ограниченности финансовых ресурсов. В качестве наиболее перспективных направлений предложено развитие производства полных гибридных автотранспортных средств (full hybrids) в сегменте коммерческого автотранспорта, в том числе автобусов и грузовых автомобилей грузоподъемностью до 5 т. В качестве основного лимитирующего фактора для развития производства гибридов автором указывается меньшая удельная энергоёмкость аккумуляторных батарей по сравнению с бензином и дизельным топливом.

Ключевые слова:

Гибридные автомобили, Удельная энергоёмкость, Конкурентоспособность продукции.

Развитие инновационной деятельности отечественными OEM-производителями сдерживается существенным дефицитом средств, которые могут вкладываться в сферу НИОКР. Так по данным статистики имеется выручка российских автопроизводителей за 2011 г. не превысит 40 млрд. долл., в то время как потребность в инвестициях в инновационные проекты ежегодно превышает 15 млрд. долл. Очевидно, что такой объем инвестиционных ресурсов является "неподъемным" для российских производителей, что требует сосредоточения в инвестиционной деятельности на ключевых направлениях, в наибольшей степени влияющих на конкурентоспособность продукции. Одним из таких направлений в настоящее время является производство электромобилей и гибридов.

Можно говорить, что гибриды вытеснят классические автомобили в легком, коммерческом сегментах в ближайшие годы. Новый тип автомобиля должен быть с наименьшими издержками владения и относительно низкой ценой, это признают большинство экспертов. С точки зрения технологий, в автоиндустрии прослеживается явная тенденция по замене механических и гидравлических систем на электрические и электронные системы. В инженерной среде стал популярным термин Drive by wire – управление по проводам, без механических и гидравли-

ческих связей. В последующие 10 лет ожидается появление систем хранения водорода, топливных элементов и батарей суперконденсаторов. К 2015 г. около 30% всех продаж автомобилей будет приходиться на "зеленые автомобили": гибриды, электромобили и авто на альтернативных видах топлива. Пока же этот показатель равняется 13%.

Только 15% владельцев автомобилей в России негативно относятся к идее покупки автомобиля с гибридным двигателем, показал опрос Nielsen, проведенный в конце февраля 2010 г. 85% автомобилистов рассмотрели бы возможность купить гибридный автомобиль, если бы он был прямо сейчас, свидетельствуют данные опроса. Гибрид должен удовлетворять ряду условий, чтобы быть интересным российским автовладельцам. 63% опрошенных сказали, что такой автомобиль должен иметь хорошее качество сборки, а 57% респондентов отметили, что необходимое условие для покупки – доступная цена. При этом главные качества гибрида – низкий расход топлива и невысокая стоимость обслуживания – важны лишь для 25% российских водителей. Более важным для потенциальных покупателей в России является приспособленность гибридов к российским условиям эксплуатации.

По оценкам агентства "Автостат" основной причиной,

Таблица 1

Стоимость новых АТС, оснащенных бензиновыми и гибридными двигателями*

Модель	Стоимость нового автомобиля, руб.	
	оснащенного бензиновым двигателем	оснащенного гибридной силовой установкой
<i>Lexus RX Executive</i>	2 529 000	2 873 000
<i>Lexus RX Premium</i>	2 854 000	3 198 000
<i>Lexus RX Premium +</i>	2 870 000	3 214 000
<i>Cadillac Escalade</i>	3 000 000	3 400 000
<i>Lexus LS</i>	460 Long - 5 259 000	600 Long - 6 135 000
<i>GS</i>	300 - 2 170 000	450h - 2 693 000
<i>BMW X6 Base</i>	3 933 000	4 990 000
<i>BMW 7 Base</i>	V-4.4 - 4 450 000	5 100 000

* По данным AVTER

сдерживающей развитие гибридных автомобилей на российском рынке является их высокая стоимость. Но снижение цен – лишь вопрос времени, т. к. базовые показатели гибридных систем лучше, чем у классических систем. Гибридный автомобиль приводится в движение двумя двигателями – электрическим и ДВС (дизельным), а система рекуперативного торможения подзаряжает аккумуляторные батареи, когда водитель сбрасывает скорость. КПД гибридных автомобилей превышает 30%, а расход топлива колеблется от 3,9 л до 11 л на 100 км. Т. е. легковой автомобиль представительского класса по экономичности близок к показателям "классических" микролитражек.

Тем не менее, пока предложение гибридных автомобилей сконцентрировано в premium-сегменте, а выбор моделей – ограничен. Сравнение цен на классические и гибридные автомобили показывает, что пока экономичность не может оправдывать с экономической точки зрения затраты на приобретение гибридов, хотя эксплуатационные затраты у них – не выше, чем у АТС, оснащенных классическими ДВС и дизелями.

По оценкам экспертов на продажу гибридов в мире в течение ближайших 10 лет придется не менее 13% от общего числа проданных легковых АТС и легкого коммерческого автотранспорта. В то же время Ford прогнозирует этот показатель на уровне не ниже 20%.

Тем не менее, в России пока доля гибридов не превышает 1%. В настоящее время факторы, связанные с экологичностью эксплуатации для российских покупателей

не являются существенными при выборе новых АТС, а законодательство не стимулирует приобретение более "чистых" в экологическом смысле моделей. Но, что еще важнее, пока нет экономических стимулов пересаживаться на такие автомобили, потому что обычное топливо дешевле по сравнению с развитыми странами. (В США, например, с 2009 г. действует закон, в соответствии с которым покупатели экологичных автомобилей, в том числе гибридов, получают налоговые льготы до \$4000. Кроме того, налоговыми послаблениями пользуются и производители). В РФ ничего подобного пока нет. С точки зрения производства гибриды сложнее, а значит будут привлекательны для OEM-производителей только в случае крупносерийного производства. Кроме того, по массогабаритным показателям гибридные установки пока проигрывают ДВС и дизелям из-за большой массы аккумуляторных батарей. Тем не менее, гибриды однозначно более удобны для потребителя с точки зрения простоты управления, которое может реализовываться через системы Drive by wire более эффективно, чем при классической схеме. Более перспективным является применение гибридных схем и для автомобилей, оснащенных системами start-stop и элементами автопилотирования.



Lexus LS 600 Гибрид

Для условий эксплуатации в современном городском цикле – это решающие факторы и рынок неизбежно будет побуждать производителей выпускать гибриды.

Развитие электротехники позволяет все же надеяться на то, что массогабаритные показатели аккумуляторных батарей будут сопоставимы с показателями ДВС и дизельных двигателей. Проблемой является длительность зарядки аккумуляторов, а собственно, одни системы рекуперации – не решают проблемы, т. к. не позволяют все же обеспечивать движение автомобиля за счет электродвигателя на длительных участках. Очевидно, что данная проблема может быть решена только после технологического решения проблемы изготовления относительно легких аккумуляторных блоков, когда может быть возвращено производство унифицированных легкозаменяемых аккумуляторных блоков, которые могут заменяться непосредственно на АЗС за время не превышающее 3–5 минут.

Темпы роста сегмента гибридных автомобилей будут зависеть, прежде всего, от стоимости топлива и от способности автопроизводителей добиться удешевления гибридной технологии. Заметное влияние на внедрение подобных автомобилей окажет очередное ужесточение экологических норм выхлопа. Сейчас самые строгие нормы действуют в ЕС. В Лондоне после 2012 г. половина автобусного парка будет работать на гибридных двигателях. Одна Toyota запускает к 2012 г. 11 новых и рестайлинговых моделей и рассчитывает продавать в год 1 млн. гибридов.

Очевидно, что в РФ, развитие производства гибридов может быть оправдано, только при условии массового их выпуска, когда гибридами будут активно заменяться старые АТС. В этом смысле можно говорить об удачном опыте АВТОВАЗа. В настоящее время проводится цикл испытаний автомобиля LADA Priora CNG. Это – модификация, основное топливо для которой – сжатый природный газ (метан). При этом бензин используется уже лишь как резервное горючее. У компании есть и серьезные наработки по созданию электромобилей – разработки инженеров НТЦ АВТОВАЗа не раз побеждали в различных экологических ралли. Также АВТОВАЗ создал несколько модификаций автомобиля LADA Antel на топливных элементах.

Тем не менее, оценки перспектив рынка гибридных



BMW 7-Series

автомобилей в России зачастую прямо противоположны. Например, Карлос Гон (президент Renault–Nissan альянса) уверен, что Россия в ближайшие несколько лет способна выйти на лидирующие позиции по продаже автомобилей, но что относится гибридных авто, то дату реального роста производства можно смело перенести еще лет на десять вперед.

В качестве перспективного направления развития гибридного автотранспорта можно указать производство автобусов для общественного транспорта, парк которых в России с одной стороны достаточно велик, а с другой – нуждается в, практически, полном обновлении. В этом сегменте гибридные автобусы будут не дороже обычных, размеры и габариты позволят размещать аккумуляторные батареи без ущерба для эксплуатационных характеристик, а система техобслуживания позволяет производить их замену и зарядку. А по показателям мобильности гибриды превосходят троллейбусы. В Москве и Санкт-Петербурге уже проходит испытания модель "Тролза 5250" производства Энгельсского завода, представляющая из себя, по сути, гибрид с тяговым асинхронным электродвигателем и микротурбогенератором сможет работать как на дизельном топливе, так и на газовом. Причем разработчики обещают, что основные компоненты силовой установки не будут требовать никакого ремонта на всем протяжении срока до капитального ремонта (а для микротурбины это 60000 часов работы). Общая экологичность данного транспортного средства в десять раз выше обычных автомобилей на газовом топливе и в шесть раз – работающих на газу. Кроме того, расположенное на крыше тяговое оборудование будет обладать исключительно низким уровнем шума. На одной заправке "Тролза 5250" сможет преодолеть 450 км. модель также оснащена системой рекуперации тормозной энергии.

На наш взгляд, именно в секторе производства коммерческого пассажирского автотранспорта и грузовых АТС грузоподъемностью до 5 т. наиболее выгодно осуществление инвестиций в производство гибридных АТС. В этом смысле Россия будет отличаться от США, ЕС и Японии, т. к. именно для владельцев коммерческих АТС использование гибридов может быть более выгодно. Россия, очевидно, будет в первое время использовать зарубежные наработки в области производства гибридных АТС. В свою очередь ведущим мировым автопроизводителям, которые стояли у истоков производства гибридных АТС, проще было отработать технологии именно в сегменте легкового автотранспорта.

При этом в секторе коммерческих АТС более перспективно производство так называемых "полных гибридов".

Полные гибриды (full hybrids) - АТС, способные передвигаться как с помощью ДВС, так и с помощью второго альтернативного мотора. Умеренные гибриды (mild hybrids) - АТС, в которых электрический двигатель играет лишь вспомогательную роль. Он помогает традиционному ДВС лишь при старте (убыстряется процедура трогания с места) и запасает энергию торможения (рекуперативная энергия), которую возвращает в аккумулятор. Эта энергия впоследствии может использоваться и для электроники.

Несмотря на более высокие требования к качеству изготовления трансмиссии и ходовой части (которые, тем не менее, не являются невыполнимыми) именно полные гибриды позволяют существенно снизить эксплуатационные затраты за счет снижения потребления ГСМ, а также выполнить требования экологического законодательства, которое, скорее всего, будет приближено постепенно к стандартам ЕС. Даже при условии наличия больших запасов нефти и газа, в России, стоимость 1 кВт. энергии приобретаемой в форме бензина или дизельного топлива намного выше, чем при использовании электричества.

Действительно, приняв округленно стоимость 1 л. бензина а октановым числом 95/95+ для Московского региона на уровне 30 руб./литр мы получим стоимость 1 кВт./часа на литр на уровне 10 руб. (приняв общую энергоемкость бензина на уровне 10 кВт./час на литр, а эффективную с учетом среднего КПД для ДВС на уровне 3 кВт./час на литр). Стоимость электроэнергии (разумеется, крайне усреднено) не превысит 3 руб. за 1 кВт./час. Правда, энергоемкость аккумуляторов намного ниже. Серийные воздушно цинковые батареи фактически, имеют энергоемкость не выше 1,75 кВт./часа на литр, а литиевые аккумуляторы только 0,5 кВт./часа на литр. Тем, не менее, уже появляются сообщения об изобретении технологий, позволяющих довести эффективную энергоемкость аккумуляторов до 5 кВт./часов на литр, т. е. сделать аккумуляторы более энергоемкими, чем используе-



Cadillac Escalade Hybrid

мые накопители химической энергии.

В частности технология, разрабатываемая в Массачусетском университете в Бостоне, основанная на использовании борида ванадия (vanadium boride air cell, что можно перевести как воздушно-ванадиевый боридный элемент).

Правда, массовое использование аккумуляторных батарей само по себе породит экологические проблемы, связанные с их производством и утилизацией, однако, в отличие от, в принципе, не решаемой задачи исключения выбросов вредных веществ, образующихся при работе ДВС и дизелей, проблема утилизации отработанных аккумуляторов может быть решена, а попадание токсичных веществ в окружающую среду из неисправных аккумуляторов будет заведомо меньше, чем выбросы выхлопных газов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Автомобильная промышленность: производство, реализация, потребительские споры. Правовой аспект / Под ред. И. Шаблинского и Е. Данилова. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 148 с.
2. Кузнецов, В. П., Сватковский Д. В., Шушкин М. А., Механизмы обеспечения конкурентоспособности автомобилестроительной компании: монография, Нижний Новгород: ВГИПУ. – 2009. – 149 с.
3. Кузнецов М. Ю. Анализ экономических предпосылок для разработки государственной стратегии развития отечественной автомобильной промышленности. // Инвестиции и инновации. № 1 – 2009.
4. Лайкер Джеффри К. Дао Toyota 14 принципов менеджмента ведущей компании мира, М.: Альпина Паблишерз, 2011. – 398 с.
5. Пасько А. В. Современные стратегии развития транснациональных корпораций на мировом рынке легковых автомобилей (на примере шведской компании Volvo), М.: Спутник+, 2011. – 140 с.

© Е.А. Плотников, (e-plotnikov@rambler.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИМУЩЕСТВЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЯОК

Рябцун Ольга Алексеевна
Соискатель, Технологический
институт-филиал НИЯУ МИФИ
г. Лесной

INSTITUTIONAL ASPECTS
OF INDUSTRIAL ENTERPRISES NWC
PROPERTY COMPLEXES
EFFICIENCY INCREASE

O. Ryabtsun

Annotation

In the article decrease possibilities transactional costs (costs of the specification of the property rights) the industrial enterprises of the nuclear-weapon complex, functioning in closed administrative-territorial formations, at the expense of inclusion of competences in economic circulation are considered.

Keywords: transactional costs, costs of the specification of the property rights, a property complex, a nuclear – weapon complex, the closed administrative – territorial formation.

Аннотация

В статье рассматриваются возможности снижения транзакционных издержек (издержек спецификации прав собственности) промышленных предприятий ядерно-оружейного комплекса, функционирующих в закрытых административно-территориальных образованиях, за счет включения правомочий в хозяйственный оборот.

Ключевые слова:

транзакционные издержки, издержки спецификации прав собственности, имущественный комплекс, ядерно-оружейный комплекс, ЯОК, закрытое административно-территориальное образование, ЗАТО.

В нашей стране на протяжении десятилетий вопрос об эффективности использования имущественных комплексов предприятий атомной промышленности по понятным причинам не поднимался вовсе. В последнее время все больше исследователей посвящает свои работы повышению эффективности использования государственной собственности, в том числе и в ОГК. Некоторые ученые для решения этой сложной, но весьма достойной внимания задачи привлекают постулаты новой институциональной экономики. Тем не менее, авторы статьи считают, что возможности институционального подхода в данной проблемной области используются не полностью.

Цель данной статьи – обозначить возможности повышения эффективности использования объектов имущественных комплексов предприятий ЯОК за счет включения правомочий в хозяйственный оборот. Рассматриваются, прежде всего, те объекты, которые только формируются в процессе реструктуризации комплекса – это структура обеспечения ЯОК и структура гражданского сектора производства. Включение правомочий в хозяйственный оборот может стать основой для решения и таких проблем ЗАТО, как занятость высвобождающихся в процессе реструктуризации работников, диверсификации экономики муниципальных образований со статусом ЗАТО.

В юридической науке постепенно сложился подход, суть которого в том, что право собственности включает в себя частные правомочия (владения, пользования и распоряжения), которые дополняют друг друга. По своей су-

ти эти правомочия являются предметом изучения не только юридической науки, но и многих других, в том числе экономической. Так, например, Михеев А.А. отмечает, что "выделенные категории, рассматриваемые исключительно как юридические, лишь создают возможность для реализации заложенного в них потенциала... лишь благодаря реальной хозяйственной деятельности людей они становятся гранями собственности, способами, посредством которых человек присваивает вещи, делает их своим продолжением" [1].

Анализ взаимодействия экономических и правовых систем является одной из основных задач так называемой теории прав собственности, которая развивается в рамках новой институциональной экономики. Именно права собственности определяют, по мнению Капелюшников Р.И., какие поступления и затраты могут ожидать хозяйствующие субъекты в результате своей деятельности [2], переструктуризация же этих прав ведет к сдвигам в системе экономических стимулов, реакцией на эти сдвиги будет изменившееся поведение хозяйствующих субъектов. Таким образом, право собственности и входящие в него правомочия рассматриваются как институты, через которые собственность создает стимулы и определяет правила поведения хозяйствующих субъектов.

Необходимость взглянуть по-новому на право собственности представителями научного сообщества возникла в связи с все ускоряющимися изменениями, происходящими в развитии экономики. Описанная выше триада собственности уже не может вместить в себя все

границы собственности. Классическое "полное" определение права собственности, включающее 11 правомочий, принадлежит английскому юристу А.Оноре. Учеными [например, 2] отмечается огромное множество сочетаний этих правомочий на фоне варьирования их по субъектам и объектам права. Действительно, сегодня судьбу объекта собственности уже не определяет один субъект, разделение правомочий между многими субъектами позволяет повысить эффективность использования имущества.

Огромное значение имеет и тот факт, что 11 правомочий А.Оноре включились в хозяйственный оборот, стали товаром, и, следовательно, источником дохода, понимание этого является одним из главных достижений новой институциональной экономики. Именно в рамках нового институционального подхода, по нашему мнению, становится возможным раскрыть проблему эффективности управления имущественных комплексов промышленных предприятий ЯОК, функционирующих в ЗАТО.

Новая институциональная экономика связывает понятия "права собственности" с понятием "транзакционные издержки". Связь между этими доминантами новой институциональной экономики четко прослеживается в теореме Коуза. После Коуза многие представители экономической науки говорили о значимости транзакционных издержек: если они оказываются слишком высокими (а происходит это в силу неэффективного распределения прав собственности), то это оказывает негативное влияние на экономическую эффективность деятельности хозяйствующих субъектов.

Под транзакционными издержками ОПК Лемешевский С.А. понимает "издержки, определяемые условиями взаимодействия субъектов ОПК (предприятий, органов федеральной и региональной власти и др.) по поводу совершения транзакций, и связанные с неопределенностью, нестабильностью и несовершенством контрактных и рыночных отношений в отношении этого сектора" [3].

Несмотря на то, что транзакционные издержки, в том числе ОПК стали предметом исследования ученых, возможности институционального подхода в данной проблемной области используются не полностью. **Так, например, Лемешевский С.А. предлагает следующую группировку транзакционных издержек для предприятий ОПК с учетом специфики институциональных условий оборонного комплекса России и его региональных особенностей** [3]:

- ◆ традиционные издержки ОПК (поиск информации о продавцах, покупателях, товарах, ценах; ведение переговоров и заключение контрактов; спецификация прав собственности; мониторинг и контроль);

- ◆ специфические издержки ОПК (поддержание мобилизационных мощностей, охрана государственной

тайны и другие.);

- ◆ издержки реструктуризации (институциональные ловушки: неэффективный менеджмент, неэффективный собственник);

- ◆ издержки координации действий федеральных и региональных органов власти в отношении предприятий ОПК в субъектах РФ с наибольшей концентрацией оборонной промышленности.

В предложенной группировке издержки спецификации прав собственности относятся к традиционным издержкам ОПК. В работе не прослеживается отражение ключевой роли издержек спецификации прав собственности в деятельности предприятий ОПК, в то время как управление этой категорией издержек содержит в себе значительный потенциал для повышения эффективности использования имущественных комплексов предприятий ОПК.

Волостнов Н.С. и Ларичева З.М. проблему транзакционных издержек так же считают одним из важнейших аспектов исследования деятельности государственных предприятий [4]. Авторы, отводя ключевую роль издержкам спецификации и защиты прав собственности, их состав описывают следующим образом:

1. содержание государственных институтов, осуществляющих разработку законов, обеспечивающих их выполнение, имеющих легитимное право на использование насилия;

2. содержание государственных структур, осуществляющих управление блоком государственных предприятий;

3. затраты на идеологию, образование и воспитание, позволяющие социализировать граждан, сформировать им установки на соблюдение соответствующих юридических норм и правил;

4. затраты на средства массовой информации, информирующие людей о существующих правилах обмена.

Этот перечень, на наш взгляд, по меньшей мере, не полный, авторы статьи явно недооценивают значение издержек спецификации прав собственности. Нет упоминания о неполноте спецификации прав собственности, издержек, связанных с выбором альтернативных вариантов спецификации государственной собственности, следовательно, не просматривается логика процесса спецификации прав собственности.

Таким образом, анализ научной литературы показал, что исследователями недооценивается значение издержек спецификации прав собственности. Между тем, эффективность использования государственной собствен-

ности, в том числе и имущественных комплексов промышленных предприятий, зависит от того, насколько распределение прав собственности между различными субъектами будет заинтересовывать их в активном участии в хозяйственной деятельности. Особенную актуальность обозначенная проблема приобретает в условиях сложных процессов реструктуризации, протекающих в ЯОК и в целом в ОПК.

Эффективность управления имущественным комплексом предприятий ЗАТО атомной промышленности зависит от институциональной структуры управления. Сама же институциональная среда определяется системой норм и правил экономического поведения хозяйствующих субъектов ЯОК и формируется на федеральном уровне.

Следует отметить, что институциональной среде предприятий ЗАТО атомной промышленности присущи специфические свойства, которые и определяют закономерности ее развития. Характеризуется же институциональная среда предприятий ЗАТО такими институтами, как институт приватизации и акционирования, конверсии ОПК, институт государственного оборонного заказа и др. Эффективность этих институтов достаточно низкая, кроме того, имеют место институциональные ловушки в ОПК, свидетельствующие о постоянном воспроизводстве неэффективных или малоэффективных институтов [3].

Повышение эффективности использования имущественных комплексов промышленных предприятий ЯОК, функционирующих в ЗАТО, за счет включения правомочий в хозяйственный оборот, возможно при условии реализации следующих шагов.

1. Определение перечня объектов имущественных комплексов, в отношении которых возможно снижение издержек спецификации прав собственности, то есть правомочия, в отношении которых возможно включить в хозяйственный оборот. Не для всех объектов имущественных комплексов возможно применение предлагаемого подхода, безусловно, существуют объекты, передача

правомочий по которым в иные руки, кроме государства, невозможна, речь идет о так называемом "ядре" ЯОК. Однако в условиях конверсии, реструктуризации имущественных комплексов промышленных предприятий ЗАТО, необходимости повышения эффективности использования государственной собственности появляется ряд объектов, для которых применение этой схемы становится весьма желательным. Ведь основная цель преобразований в ЯОК – это сокращение издержек. Это отмечает и И.М. Каменских (зам. генерального директора – директор дирекции по ЯОК Госкорпорации "Росатом"): "...мы слишком дорого обходимся государству..., не изменив отношения к издержкам, ничего нельзя сделать" [5]. С целью "обойтись дешевле государству" многое уже делается, так, например, ведется работа по выводу из состава ЯОК непрофильных активов.

2. Включение правомочий в хозяйственный оборот. Это могут быть 11 правомочий А.Оноре, мы не настаиваем именно на этом наборе, главное, необходимо принимать во внимание, что классическая триада собственности уже не в состоянии вместить в себя все грани собственности. Включение правомочий для рассматриваемых объектов в хозяйственный оборот не противоречит действующему законодательству. Так, например, федеральные государственные унитарные предприятия, функционирующие в ЗАТО, могут вступать в государственно-частное партнерство в форме концессии, при условии согласования с Государственной корпорацией "Росатом", однако, они упускают эту возможность повысить эффективность использования своих имущественных комплексов. Для результативной трансформации использования имущественных комплексов предприятий ЗАТО ЯОК необходимо, прежде всего, модифицировать механизмы взаимодействия субъектов, принимающих участие в функционировании ЗАТО, на федеральном, региональном и местном уровнях, качественно изменить способы реализации экономической политики, и при разработке стратегии развития ЗАТО ЯОК учесть описываемую проблематику.

3. Разделение правомочий между субъектами. Субъектами могут выступать органы местного самоуправления, предприятия и организации иной негосударственной формы собственности. Это становится особенно актуальным в условиях специфики экономики ЗАТО. Для формирования диверсифицированной экономики ЗАТО необходимо привлечение таких стратегических партнеров, как органы региональной власти и местного самоуправления, других хозяйствующих субъектов. Регионам, безусловно, следует учитывать потенциальные возможности предприятий атомной промышленности, и максимально их использовать при реализации своих долгосрочных стратегий, привлекать предприятия ЗАТО ЯОК в качестве исполнителей региональных заказов, а также крупных инвестиционных проектов. Муниципалитетам также недопустимо не учитывать потенциал предприятия ЯОК, функционирующих на их территориях, при форми-



ровании своей промышленной политики и разработке целевых программ. Особые режимные условия, действующие в муниципальных образованиях со статусом ЗАТО, связанная с ними низкая инвестиционная привлекательность делают невозможными создание новых эффективных производств, функционирующих на рыночной основе, потому важнейшими стратегическими партнерами могут стать и муниципальные образования, территориально расположенные рядом с ЗАТО, а также функционирующие в них хозяйствующее субъекты.

4. Изменение экономических стимулов. Плодотворная работа перечисленных потенциальных субъектов возможна при условии расширения спецификации прав собственности предприятий ЯОК и включении их в хозяйственный оборот. Только перераспределение прав собственности способно повысить экономическую заинтересованность как самих предприятий ЗАТО, так и их стратегических партнеров, создать предпосылки для повышения инвестиционной привлекательности моногородов, каковыми являются ЗАТО.

5. Снижение уровня трансакционных издержек. Известно, что одной из функций институциональной среды является снижение трансакционных издержек. Потому для качественного изменения институциональной среды предприятий ЗАТО ЯОК необходимо, прежде всего, по возможности максимально "разнообразить" формы контрактных отношений, в которые могут вступать промышленные предприятия ЗАТО. Новые для предприятий ЗАТО ЯОК формы контрактных отношений, в свою очередь, приведут не только к активизации промышленного потенциала, но и создадут основу для роста экономики ЗАТО в целом, должны привести к снижению уровня трансакционных издержек в силу более эффективного распределения прав собственности. Кроме того, решению поставленной задачи существенно способствуют протекающие в настоящий момент в ЯОК процессы акционирования. Закон о Государственной корпорации "Росатом" не предусматривает организационно-правовой формы федеральное государственное унитарное предприятие – формы весьма затратной и мало эффек-

тивной. Следует отметить, что смена организационно-правовой формы в данном случае не подразумевает смены формы собственности – собственником предприятий ЯОК, функционирующих в ЗАТО, должно остаться государство.

6. Повышение эффективности использования имущественных комплексов промышленных предприятий ЗАТО ЯОК, как результат снижения издержек спецификации прав собственности.

Может показаться странной сама постановка вопроса о распределении прав собственности в ЯОК. Считается, что имущественные комплексы предприятий атомной промышленности должны находиться в государственной собственности, и мы с этим полностью согласны. Вместе с тем, государственная собственность, как и всякая другая, должна использоваться эффективно, в том числе и имущественные комплексы предприятий, функционирующих в ЗАТО. Поэтому мы исходим из того, что эффективность использования собственности не предопределяется формой собственности, а зависит от институциональной среды, в которой функционируют хозяйствующие субъекты.

Таким образом, последствия недооценивания значения спецификации прав собственности для экономики промышленных предприятий ЯОК могут быть весьма плачевными, ибо именно эффективная система прав собственности является важнейшей предпосылкой экономического роста, никакие ухищрения не помогут существенно улучшить показатели хозяйственной деятельности предприятий без проведения модификации государственной собственности и расщепления спецификации прав собственности на отдельные экономические правомочия.

Между тем, имущественные комплексы предприятий ОПК в целом и ЯОК, в частности, являются инвестиционным ресурсом, который может стать надежной базой для повышения инвестиционной активности не только государственных предприятий, но и в целом экономики ЗАТО.

ЛИТЕРАТУРА

1. Автомобильная промышленность: производство, реализация, потребительские споры. Правовой аспект / Под ред. И. Шаблинского и Е. Данилова. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 148 с.
2. Кузнецов, В. П., Сватковский Д. В., Шушкин М. А., Механизмы обеспечения конкурентоспособности автомобилестроительной компании: монография, Нижний Новгород: ВГИПУ. – 2009. – 149 с.
3. Кузнецов М. Ю. Анализ экономических предпосылок для разработки государственной стратегии развития отечественной автомобильной промышленности. // Инвестиции и инновации. № 1 – 2009.
4. Лайкер Джеффри К. Дао Toyota 14 принципов менеджмента ведущей компании мира, М.: Альпина Паблишерз, 2011. – 398 с.
5. Пасько А. В. Современные стратегии развития транснациональных корпораций на мировом рынке легковых автомобилей (на примере шведской компании Volvo), М.: Спутник+, 2011. – 140 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ РАЗМЕЩЕНИЯ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗАКАЗА

IMPROVING THE SYSTEM OF PLACEMENT AND TO ENSURE PUBLIC ORDER

P. Svischev

Annotation

In this paper we consider a system of accommodation and ensure public order. It is noted that the main purpose of the administrative reform is to improve public administration, and in particular to improve the quality and accessibility of public services, as well as the overall performance of the executive branch. In light of this to improve management efficiency and quality of the placement of state and municipal contracts are marked urgent systemic problem of the first stage. The study concluded that the use of electronic public procurement placement dramatically increases the efficiency of procurement procedures.

Keywords: system of state orders, the factors of stability and development of regional commodity markets, public auctions, computerization of the state order, information systems.

Свищев Петр Владимирович
начальник ЦФО ГУ МВД России
по Красноярскому краю,
полковник внутренней службы

Аннотация

В данной статье рассматривается система размещения и обеспечения государственного заказа. Отмечено, что основная цель административной реформы состоит в повышении эффективности государственного управления и, в частности, в повышении качества и доступности государственных услуг, а также общей эффективности деятельности органов исполнительной власти. В свете изложенного для повышения эффективности управления и качества результатов размещения государственного и муниципального заказа выделены актуальные системные задачи первой очереди. По итогам исследования сделан вывод о том, что применение электронных способов размещения государственного заказа резко повышает эффективность проведения закупочных процедур.

Ключевые слова:

система государственного заказа, факторы стабилизации и развития региональных товарных рынков, открытые аукционы, информатизация государственного заказа, информационные системы.

На сегодняшний день вопрос совершенствования системы государственного заказа становится неотъемлемой частью развития современной российской экономики. Благодаря усилиям Минэкономразвития России и ФАС России, госзаказ выходит на новый этап развития: проделана большая работа по совершенствованию законодательства и введению современных механизмов работы.

В условиях выхода российской экономики из финансово-экономического кризиса новая модель осуществления государственного заказа станет одним из определяющих факторов стабилизации и развития региональных товарных рынков. Предприятия и организации местного уровня получают возможность участия в открытых аукционах с помощью электронной площадки, соответствующей высоким требованиям прозрачности процедуры торгов, непрерывности процессов в интересах заказчиков и поставщиков, в особенности предприятий малого и среднего бизнеса [7].

Напомним, что правовой статус информационных систем определен в Федеральном законе от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" [2]. Согласно дефинитивной части данного Закона информационная система – совокупность содержащейся в базах данных информации и обеспечивающих ее обработку информационных

технологий и технических средств.

В настоящее время уже функционируют в различных сферах государственного управления информационные системы, поддерживающие деятельность исполнительной власти. Это, например, регистрационно-учетные системы ФНС РФ (ЕГРН, ЕГРЮЛ, ЕГРИП, ЕГАИС учета объема производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции); ЕГАИС контроля экспорта товаров ФТС РФ, ГИС миграционного учета ФМС РФ, ЕИС по техническому регулированию и др.

Правительством РФ приняты решения о формировании еще нескольких таких систем, например, ГАС управления приоритетными национальными проектами, АИС ОСАГО и т.д.

Особую значимость на современном этапе приобретает региональная информатизация государственного заказа, т. е. создание единого информационного пространства государственного заказа на территории области как административного образования.

Единое информационное пространство государственного заказа представляет собой совокупность баз и хранилищ данных, телекоммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе единых принципов и имеющих общие технологии и правила их ведения и ис-

пользования [3].

Областные органы государственной власти и местного самоуправления также все больше втягиваются в процесс информатизации государственного заказа. Начали формироваться областные информационные ресурсы по размещению государственных заказов, развиваться система предоставления информатизационных услуг заинтересованным лицам, распространение компьютерных технологий в управлении государственным заказом.

Однако необходимо констатировать, что имеется значительное отставание в развитии информатизации государственного заказа в регионе от потребностей времени. Это обусловлено рядом причин:

- ◆ **во-первых**, информатизация и компьютеризация является достаточно дорогостоящим процессом. Особенно, если это касается приобретения современных технических и программных средств;
- ◆ **во-вторых**, высокая стоимость телекоммуникационных услуг;
- ◆ **в-третьих**, эксплуатация систем сбора, хранения и обработки информации требует также существенных людских и финансовых ресурсов;
- ◆ **в-четвертых**, дефицит в квалифицированных специалистах и объективно неизбежная инерционность перехода от традиционных к современным технологиям управления;
- ◆ **в-пятых**, стихийность процесса информатизации, отсутствие единой политики в этой области, согласованности действий субъектов информационного пространства региона.

При этом необходимо отметить, что если первые три причины связаны напрямую с объективными трудностями, которые надо преодолевать шаг за шагом, то последние две могут быть решены за короткое время, и они не требуют больших затрат.

В этом отношении необходимо принятие концепции как документа, определяющего основные принципы и пути информатизации государственного заказа региона и объединяющего действия органов власти, предприятий и организаций всех форм собственности в создании и развитии единого информационного пространства государственного заказа [4].

Разработка концепции должна опираться на решения органов государственной власти Российской Федерации, касающихся вопросов информатизации – "Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов", "Концепция правовой информатизации России", "О государственной тайне", "Об информации, информатизации и защите информации", "Об участии в международном информационном обмене", а также ряд федеральных и отраслевых Программ.

Основными направлениями и целями информатизации государственного заказа являются:

- ◆ реализация государственной политики в сфере формирования и объединения информационных ресурсов государственного заказа, обеспечения прав организаций и граждан на информацию;
- ◆ создание условий для интеграции с единой информационно – телекоммуникационной системой Российской Федерации;
- ◆ осуществление комплексной информатизации органов государственной власти и органов местного самоуправления как средства повышения эффективности их действия;
- ◆ создание и поддержка в необходимой информационной инфраструктуры и информационных ресурсов государственного заказа для ее устойчивого социально – экономического развития;
- ◆ максимальное использование интеллектуального и кадрового потенциала, развитие современного информационного обеспечения государственного заказа.

Опыт реализации информационных систем государственного заказа в других регионах показывает, что создание единого информационного пространства без активного участия региональных органов государственной власти практически не осуществимо. В связи с этим администрация области должна осуществлять организующие и консолидирующие функции, являться ведущим звеном в формировании и реализации конкретных программ по информатизации государственного заказа.

В качестве рабочего органа по реализации концепции создания единого информационного пространства государственного заказа выступает "Координационный совет по созданию и развитию интегрированной информационной инфраструктуры государственного заказа". Координационный совет формируется из представителей администрации области, областной Думы, муниципальных органов управления, федеральных служб, ответственных за информатизацию государственного заказа региона.

Реализация концепции должна осуществляться путем принятия конкретных программ создания и развития единого информационного пространства государственного заказа.

Программы должны быть открытыми, и в них могут быть включены конкретные проекты по информатизации. Программы и проекты, являющиеся составной частью федеральных и отраслевых программ, а также инвестиционно – коммерческие должны иметь свой бюджет, а при высокой значимости этих программ для региона должна осуществляться финансовая поддержка за счет областного бюджета.

Научно – техническую экспертизу отдельных проектов государственного заказа, предложений и бизнес – планов, проведение конкурсного отбора проектов осуществляет Координационный совет через свои рабочие группы по соответствующим направлениям.

По мере становления информационной системы государственного заказа региона целесообразно создание государственного унитарного предприятия по региональной информатизации государственного заказа. На него могут быть возложены функции центра координации деятельности различных по ведомственной принадлежности и форме собственности организаций, действующих на информационном пространстве государственного заказа области, и информационное обеспечение деятельности региональных органов государственной власти.

На муниципальном уровне также по мере развития необходимо создание соответствующих информационных служб, которые должны осуществлять свою деятельность как субъекты единого информационного пространства по размещению и сопровождению не только государственных, но и муниципальных заказов.

Нормативно – правовое обеспечение работ по информатизации государственного заказа требует разработки и принятия нормативно – правовых актов, не противоречащих действующему законодательству Российской Федерации и регулирующих отношения субъектов, возникающие при формировании, передаче, защите и использовании информационных ресурсов.

Важнейшим документом интеграционного характера должен стать закон о реализации полномочий, предоставленных Костромской области законом Российской Федерации "Об информации, информатизации и защите информации", который должен снять межведомственные барьеры при создании единого информационного пространства.

Определяющим условием интеграции в единое информационное пространство является обеспечение должного уровня защиты прав и информационной безопасности для каждого субъекта, принявшего решение войти в это пространство.

Техническое обеспечение единого информационного пространства государственного заказа включает в себя два самостоятельных направления – развитие телекоммуникационной среды и развитие вычислительной среды.

Телекоммуникационная среда представляет многоуровневую структуру, начиная от локальных вычислительных сетей в рамках одной организации до магистральных сетей внутри области и между регионами и центром.

Стратегическое значение имеет развитие магистральных телекоммуникаций. Для создания единого информационного пространства государственного заказа, снижения тарифов на телекоммуникационные услуги необходимо обеспечить максимально благоприятные условия для привлечения в область инвесторов в сфере телекоммуникационных услуг. При этом необходимо отдавать

предпочтение передовым технологиям мирового уровня (спутниковая связь, цифровая радиорелейная, оптоволоконная и т.п.) [5].

Актуальными являются также проблемы создания интеллектуальных сетей, как основы построения современных информационно – справочных служб и расширение сервисных функций цифровых телефонных станций путем слияния компьютерных технологий со средствами массовой информации. Важным шагом в этом направлении будет обеспечение возможности абонентам первичной телефонной сети входить в компьютерные сети и пользоваться информационными ресурсами социального, правового, учебного, научного, медицинского, экологического, развлекательного характера.

При этом в рамках проводимого исследования необходимо отметить, что основной целью административной реформы является повышение эффективности государственного управления и, в частности, в повышении качества и доступности государственных услуг, а также общей эффективности деятельности органов исполнительной власти. Повышение эффективности государственного управления невозможно рассматривать в отрыве от повышения эффективности управления и качества результатов размещения государственного и муниципального заказа.

Методология управления размещением государственного заказа, включающая учетные и контрольные функции, на практике реализуется через интенсивный документооборот: сбор, учет и анализ данных и информации, согласование, принятие и оформление решений, доведение решений до исполнителей и контроль за их исполнением. Широкое практическое внедрение и интенсивное использование электронного документооборота сегодня сдерживается рядом объективных факторов, основным из которых является проблема придания электронным документам юридической значимости.

В силу сложившихся условий делового оборота наиболее эффективно обеспечить необходимый уровень юридической значимости электронного документа может только подтверждение его подлинности (включая подлинность всех его реквизитов) по принципу нотариально-го заверения с помощью ЭЦП.

В свете вышеизложенного для повышения эффективности управления и качества результатов размещения государственного и муниципального заказа актуальными системными задачами первой очереди являются следующие задачи:

- ◆ создание информационной системы размещения государственного заказа с реализацией автоматизированных процедур взаимодействия с ОГИЦ для проверки и заверения подлинности электронной цифровой подписи в электронных документах;
- ◆ формирование единой подсистемы регистрации и идентификации участников электронных процедур размещения заказа.

Для эффективного использования информационных возможностей системы разработать и опробовать технологию функционирования служб ОГИЦ как доверенной третьей стороны в процессах организации и проведения конкурсов и других видов торгов на поставку товаров, выполнение работ и оказание услуг органам государственной власти и местного самоуправления в электронном виде в соответствии с Федеральным законом 94-ФЗ [1].

Для включения электронной торговой площадки в систему она должна отвечать следующим основным требованиям со стороны ОГИЦ [6]:

1. Обеспечивать подписание ЭЦП всех электронных документов аукциона. Сертификат ключа ЭЦП ЭП должен быть получен в удостоверяющем центре (далее – УЦ), присоединенном к подсистеме удостоверяющих центров ОГИЦ.

2. Применять для допуска участников к участию в открытых аукционах в электронной форме идентификаторы ОГИЦ.

3. Обеспечивать автоматическую передачу во взаимодействующий УЦ и получение соответствующей информации и данных:

– запросов на подтверждение открытого ключа ЭЦП участников торгов для проверки юридической значимости полученных ЭП документов и предложений о цене контракта;

– запросов на получение юридически значимой метки времени по контролируемым срокам выполнения на ЭП юридически значимых действий;

4. Обеспечивать автоматическую передачу в ОГИЦ и получение соответствующей информации и данных:

– информацию и данные в электронной форме, полученные от аккредитованных на ЭП участников;

– информацию, данные и документы в электронной форме, полученные по итогам проведения открытых

аукционов в электронной форме (извещений, протоколов, запросов, разъяснений, уведомлений и иной документации).

5. Обеспечивать автоматическое формирование и передачу в ОГИЦ запроса о допуске участника аукциона, зарегистрированного на другой ЭП, а также получение от ОГИЦ ответа.

Таким образом, подводя итог проведенного исследования можно сделать вывод, что применение электронных способов размещения государственного заказа резко повышает эффективность проведения закупочных процедур.

Основными фактами повышения эффективности закупок выступают следующие возможности:

◆ доведение информации об объявленной закупке большому количеству потенциальных участников торгов в очень короткий срок;

◆ применение эффективного электронного документооборота с выставлением электронных ofert;

◆ виртуальное проведение и/или участие в торгах одновременно на нескольких электронных площадках без территориальных ограничений;

◆ дистанционное заключение контрактов и соглашений в электронном виде;

◆ снижение влияния человеческого фактора и повышение прозрачности процедуры подготовки и проведения торгов;

◆ развитие условий открытой и равной конкуренции на рынке закупаемых товаров, работ и услуг.

Электронные способы размещения государственного заказа повышают качество проведения процедур закупок и качество закупленных товаров, работ и услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон N 94-ФЗ от 21.07.2005 г. "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд"
2. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". СЗ РФ. 2006. N 31 (ч. 1). Ст. 3448.
3. Нестерович, Н.В., Смирнов, В.И. Конкурсные торги на закупку продукции для государственных нужд. – М. : Инфра-М, 2009. – 220 с.
4. Борисов, А.Н., Краев, Н.А. Комментарий (постатейный) к Федеральному закону от 21.07.2005 N 94-ФЗ "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд". – М. : Деловой двор, 2009. – 490 с.
5. Сильвестрова, Т.В. Организация конкурсов на проведение государственных закупок //Бюджетные организации, бухгалтерский учет и налогообложение. – 2005. – № 9. – С. 52–60.
6. Проблемы применения Федерального закона от 21 июля 2005 г. № 94-ФЗ "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд"/ Зданович Ю.А. // Право в Вооруженных Силах. – 2009. – № 10. – С. 33–42.
7. Ягубян А.В. Проблемы проведения закупок товаров, работ и услуг организациями на средства, предоставленные учредителями – органами государственной власти / А.В. Ягубян // Юридический мир.– 2008. – № 3. – С. 18 – 20.

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ СОТОВОЙ СВЯЗИ

FORMATION OF THE BRAND AS A METHOD OF INCREASING COMPETITIVENESS IN THE FIELD OF CELLULAR

P. Silantyev

Annotation

One of the main factors of enhancement of the competitiveness of the enterprises of cellular communication is the formation of the brand. Studies show whether, what is the value of branding in increasing the competitiveness of enterprises of cellular communication exaggerated. The traditional marketing approach to creation of a brand of works effectively in a growing market. The stability-no. or shrinking market by reducing disposable income purchase-purchasers formation of the brand is based on the rationalization of consumer behaviour

Keywords: Brand of cellular communication, The rationalization of the demand, The rationalization of the brand

Силантьев Роман Юрьевич

Аспирант,

Московский институт государственного
и корпоративного управления

Аннотация

Одним из основных факторов повышения конкурентоспособности предприятий сотовой связи является формирование бренда. Исследования показали, что значение брендинга в повышении конкурентоспособности предприятий сотовой связи преувеличено. Традиционный маркетинговый подход к формированию бренда эффективно работает на растущем рынке. На стабильном или сокращающемся рынке при снижении располагаемых доходов покупателей формирование бренда основывается на рационализации поведения потребителей.

Ключевые слова:

Бренд сотовой связи, Рационализация спроса, Рационализация бренда.

В современном российском бизнесе брендингу как методу повышения конкурентоспособности уделяется повышенное внимание.

Это обусловлено комплексом причин.

Во-первых, – исторические причины. Как ни странно, российский потребитель ориентирован на брендинг в определенном смысле лучше, чем западный, особенно в возрасте от 40 лет. Эти люди помнят советские марки. Бренд в понимании этих людей, на взгляд автора, означает собственный высококачественный индивидуальный продукт, характеристики которого задаются производителем. На это накладывается малочисленность, неконкурентность, яркость, высокое качество продукции.

Во-вторых, имеют место управленческие и психологические причины. В компаниях с ярко выраженными брендами, а сотовые операторы, производители аппаратов и ритейлеры являются именно такими, вольно или невольно создается внутренний культ своего бренда. В процессе формирования лояльности клиентов реализуются организационные, технологические, управленческие и психологические меры, которые формируют лояльность компании и ее бренду у сотрудников. При этом сотрудники абсолютно всех уровней погружаются в среду бренда и их профессиональные действия реализуются в этой среде, направляются ею. Управленческие, организационные и технологические решения становятся менее рациональными, более брендозаэмоционально ориентированными. Считается, что, проникнувшись брендом фирмы, со-

трудники компании будут транслировать это на потребителей.

В условиях высокого уровня потребления на волне экономического подъема такая политика оправдана, так как при растущих доходах покупателей становится менее рациональным и более эмоциональным. Во время экономической стагнации или спада наблюдаются обратные процессы, и эффективность бренда снижается. Потребителю становится все равно, где и у кого получать товары и услуги. Его больше интересует сочетание цены и потребительской стоимости, удобство в пользовании (последнее весьма актуально для сотовой связи).

Апофеозом брендовой корпоративной политики является компания Apple, в которой создан эмоциональный, но не лишенный рациональности культ ее продукции и Стива Джобса, что создало закрытую корпоративную производственно-потребительскую систему. Такие системы описаны, и западные теоретики маркетинга считают это почти идеалом [2, с. 758 – 760; 15, с. 148], российские специалисты также придерживаются этой точки зрения [14, с. 243 – 245]. На практике это впервые реализовано в Kodak и доведено до совершенства в Apple. Закрытая система Apple подразумевает, что магазины приложений (теперь уже и для обычных компьютеров) находятся под контролем Apple; в устройствах фирмы используются операционные системы, которые она сама разработала; для работы с мобильными устройствами компания предлагает проприетарное программное обеспечение iTunes и так далее. Диалектика говорит о том, что

закрытая замкнутая система нежизнеспособна и вырождается. Об этом предупреждают и видные практики телекоммуникационного и IT-бизнеса, например Пол Хокман считает, что: "...Apple в большой беде. Она сидит на сундуках с деньгами, но основой компании является закрытая система. Мир живых организмов и история показывают нам, что закрытые системы не выживают" [9].

Гибель или существенная трансформация таких супербрендовых закрытых систем неизбежна. Одна из них – компания Kodak, в течение января 2012 г. подаст заявление о банкротстве [16]. Считая себя лидером в области массовой фотографии, эта фирма создала к концу 1990-х годов совершенную брендовую замкнутую производственно-потребительскую систему на оптических и химических технологиях, и не разглядела развития цифровых технологий.

На формировании брендов построен маркетинг сотовых операторов, что концентрировано выражается в их слоганах [3, 6, 8, 13]. На этом строятся бизнес-модели компаний. Однако проведенные ранее исследования показали их неполную адекватность рынку и экономической ситуации в России [12, с. 110 – 111].

Основная проблема – направленность бренда на достаточно узкий сегмент потребителей, ведущих активную жизнь. Например, выражение бренда Билайна: "Живи на яркой стороне" направлено на гиперактивную молодежную аудиторию и молодой "офисный планктон", у тех и у других недостаточно средств для реализации возможностей, предлагаемых оператором в рамках данной бизнес-модели. Прошлое выражение бренда (до ребрендинга): "С нами удобно" отражало самую суть сотовой связи в настоящее время и менять ее не стоило.

Выражение бренда МегаФона: "Будущее зависит от тебя" также направлено на узкий сегмент: средний и верхний сегмент среднего класса мегаполисов, в первую очередь агломераций Москвы и Санкт-Петербурга. Для реализации возможностей оператора средств у этих потребителей достаточно, но сам сегмент узок – не более 10 – 12% потребителей.

Более адекватно выражение бренда МТС: "На шаг впереди". Это ориентация на широкий круг потребителей, а слоган означает внедрение послаблений для потребителей в области цен и трафика. Как показали исследования, это наиболее адекватная сегодняшней ситуации политика формирования бренда, так как она учитывает эластичность спроса и потребительскую стоимость услуг [11, с. 140 – 141].

Работающий за пределами Москвы дискаунтер Теле2 четко ориентирован на работу с точки зрения эластичности спроса, а так как сегодня фактор цены на пределами Москвы является решающим, то слоган: "Всегда дешевле" отражает суть данного бренда.



Сотовые ритейлеры, в силу специфики бизнеса и меньших финансовых возможностей, более ограничены в концентрированном брендинге. Они являются посредниками в продвижении чужих товаров, в том числе брендированных и поэтому часто лишены самостоятельной линии в их продвижении. Из-за этого ритейлерам сложно найти абсолютно самостоятельный ими сгенерированный продукт, который они могут предложить потребителю – это основа бренда. Поэтому, если сотовые телефоны и сопутствующие товары будут продаваться в небрендированных торговых точках, то такие бренды как Евросеть, Связной, Альт, Ион могут утратить экономический смысл.

Данная проблема осознается. Например, Связной повышает концентрацию бизнеса путем создания собственного банка. Это решает проблемы финансирования бизнеса путем привлечения депозитов и увеличения спроса путем потребительского кредитования, попутно увеличивая доходы за счет получения процентов. Однако здесь повторяется ошибка российского бизнеса 1990-х годов, когда были распространены зонтичные бренды. Эти бизнесы прекратили существования либо неизвестно трансформировались, утратив мультипродуктовость.

Здесь повторилась экономико-управленческая ошибка южнокорейских чеболей. При создании вертикально интегрированных брендированных бизнесов, замкнутых на единый продукт и про том, что структурные подразделения выпускают самостоятельные товары (они могут продаваться и отдельно и используются в технологической цепи) неизбежно растут издержки. Связано это с тем, что в таких структурах невозможно привлечь сторонних поставщиков, подрядчиков и финансовых смежников, у которых могут быть более выгодные условия по ценам и другим параметрам.

Таким образом, составляющие бренда в сотовой связи следующие (рисунок 1).

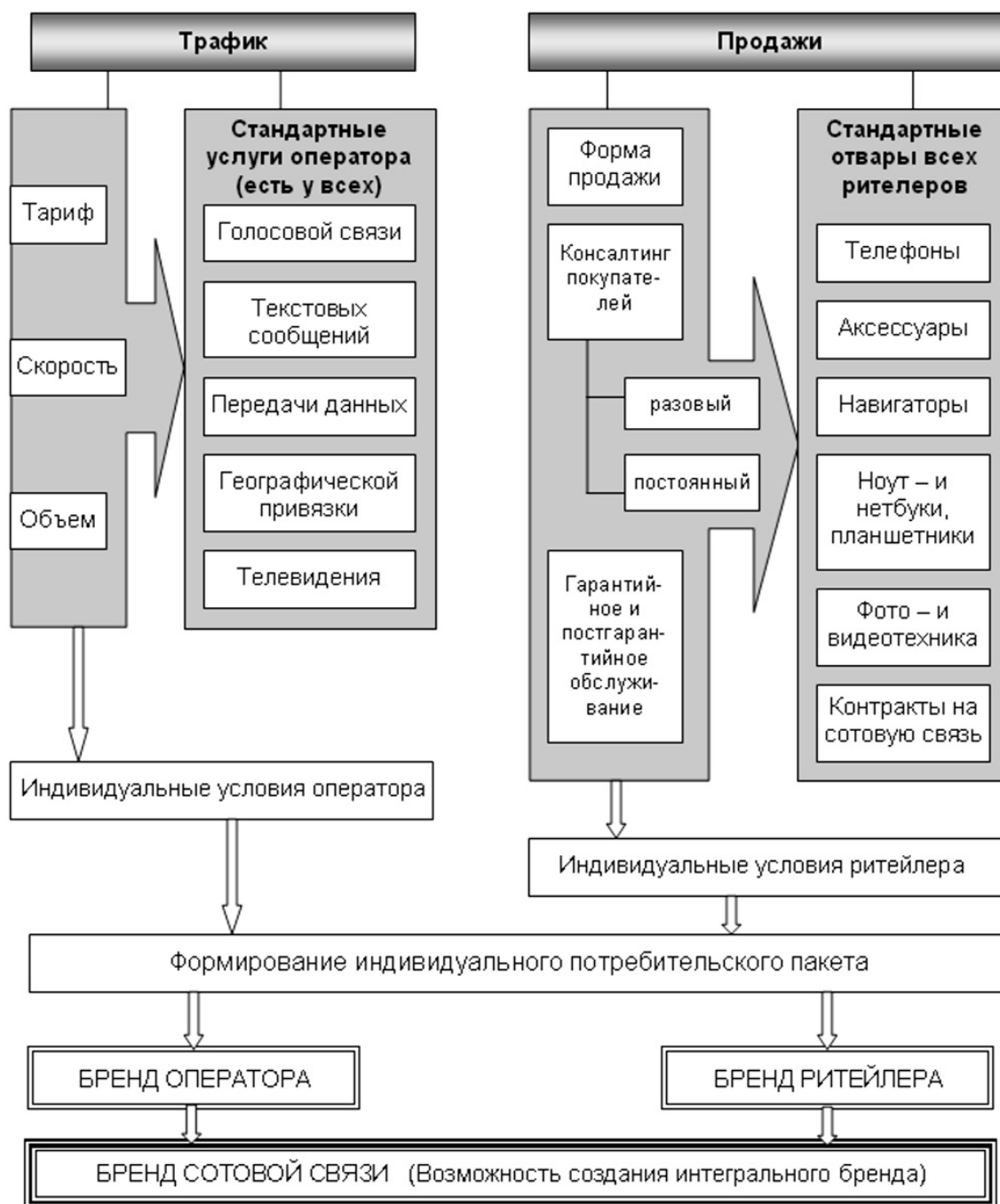


Рис. 1. Схема создания бренда сотовой связи. (Источник – исследования авторов)

Предложенная схема формирования бренда хорошо работает в условиях экономического кризиса при рационализации спроса. Это означает максимальное удовлетворение потребности во всех видах связи и передачи

данных без наличия или с минимальным количеством неиспользуемых функций или услуг, то есть максимизации нормы потребительной стоимости [11, с. 140 – 141].

Бренд должен быть приближен к потребителю. Однако в сотовом ритейле с этим проблемы. Менеджмент компаний и потребителей по-разному оценивают положительные и отрицательные качества обслуживания (рисунок 2).

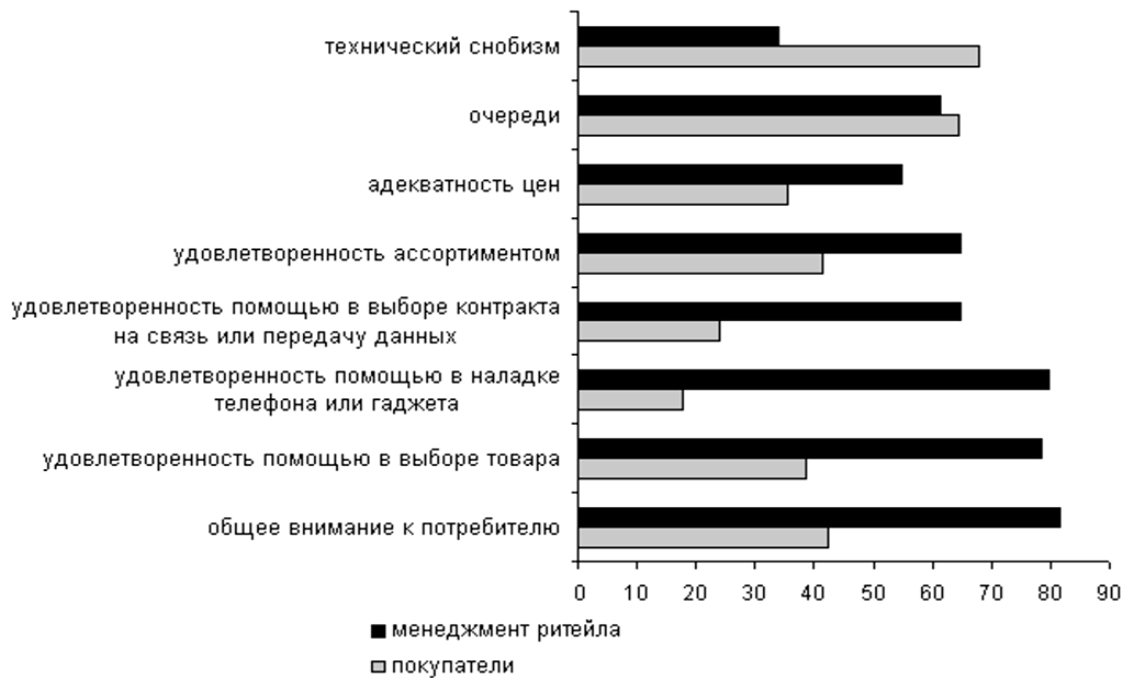


Рис. 2. Отношение потребителей и менеджмента сотового ритейла к основным параметрам конкурентоспособности, % респондентов, отметивших положительное свойство или проблему. (Источник – исследования автора: опрос 500 потребителей и 250 менеджеров точек продаж в Москве и ближнем Подмоскowie выборка сформирована методом случайного отбора)

Таким образом, бренд будет эффективен, если в основе индивидуальных условий сотового ритейлера будет лежать удовлетворенность потребителей по указанным позициям. Это позволит создать индивидуальный потребительский пакет и привязать потребителя к конкретному

бренду. В сочетании с аналогичным подходом у оператора связи можно сформировать интегральный бренд сотовой связи. К этому есть экономические предпосылки, так как сотовые ритейлеры переходят в собственность или под контроль операторов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Альт Телеком [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.alttelecom.ru]
2. Армстронг Г., Вонг В., Котлер Ф., Сондерс Д. Основы маркетинга, 4-е европейское издание.: Пер. с англ. – М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2010. – 1200 с.
3. Билайн [Электронный ресурс] – Режим доступа [http://www.beeline.ru]
4. Евросеть [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://euросet.ru]
5. ИОН. Цифровой центр [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.i-on.ru]
6. МегаФон [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.megaфон.ru]
7. Мобил Элемент [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.mobilelement.ru]
8. Мобильные телесистемы (МТС) [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.mts.ru/]
9. Попсулин С. Эксперт предрек неминуемую гибель Apple // CNews. Издание о высоких технологиях. 26.06.2011. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.cnews.ru/news/top/index.shtml?2011/06/29/445716]
10. Связной [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.svyaznoy.ru]
11. Силантьев Р.Ю. Применение теорий эластичности и потребительной стоимости для повышения конкурентоспособности на рынке сотовой связи // Микроэкономика. – 2011. – №3. – С. 139– 142.
12. Силантьев Р.Ю. Проблема формирования бизнес-модели предприятия сотовой связи // Предпринимательство. – 2011. – №3. – С. 108 – 112.
13. Теле2 [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.ru.tele2.ru]
14. Федосеев А.В., Карабанов Б.М., Добровольской Е.Ю., Боровков П.С. Бизнес в шоколаде. Как делать долги, тратить деньги, ни за что не отвечать, отлично жить и иметь успешный бизнес (+CD). – СПб: Питер, 2010. – 480 с.
15. Якокка Л. (с Новаком У.) Карьера менеджера; пер. с англ. С.Э. Борич. – 3-е изд. – Мн: "Попурри", 2007. – 544 с.
16. Mike Spector, Dana Mattioli. Kodak Teeters on the Brink // The Wall Street Journal. Thursday, January 5, 2012 As of 12:00 AM – [http://online.wsj.com/article/SB10001424052970203471004577140841495542810.html?mod=googlenews_wsj]

УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫМИ АКТИВАМИ: ПРОБЛЕМЫ РОСТА

MANAGEMENT OF CORPORATE ASSETS: THE PROBLEMS OF GROWTH

G. Hotinskaya

Annotation

In Russia the assets are not considered as the object of management. Underestimation of asset-management has led to the fact that exponentially growing assets of Russian companies generate relatively smaller volumes of sales, and ROA is 6%. This indicates the extensive nature of the growth and development model "growth for growth". Under such conditions necessary to form the concept of asset-management that takes into account not only the foreign experience, but also the realities of Russia.

Keywords: Corporate assets, growth mode, effective financial management.

Хотинская Галина Игоревна

д.э.н., профессор,

Зам. зав. кафедрой «Финансовый менеджмент»

ФГОБУ ВПО «Финансовый университет

при Правительстве Российской Федерации»

Аннотация

В современной России активы, как правило, не рассматриваются в качестве объекта управления. Недооценка этой области корпоративного менеджмента привела к тому, что экспоненциально растущие активы российских компаний генерируют относительно меньшие объемы продаж при рентабельности совокупного капитала на уровне 6%. Это свидетельствует об экстенсивном характере роста и модели развития "рост ради роста". В таких условиях необходимо формирование концепции управления активами, которая учитывала бы не только зарубежный опыт asset-менеджмента, но и российские реалии.

Ключевые слова:

Корпоративные активы, модель роста, эффективность, финансовое управление.

Спозиции классической и неоклассической экономических теорий активы – традиционный фактор создания стоимости, основа ресурсного потенциала компании, основной источник генерирования доходов. В современной рыночной среде это один из ключевых факторов создания фундаментальной, а, следовательно, и рыночной стоимости компании, значимость которого определяется спецификой России: недостаточно развитым фондовым рынком и ограниченностью рыночных инструментов создания стоимости.

Являясь характеристикой грамотного размещения аккумулированных источников финансирования, активы во многом представляют собой основу для оценки результативности корпоративного менеджмента в прошлых периодах.

И, наконец, корпоративные активы – это весомый аргумент в оценке инвестиционной привлекательности хозяйствующих субъектов, при купле-продаже компаний и их частей, в сделках слияний и поглощений и т.д.

В теории и на практике применяется более 100 терминов, характеризующих активы и их отдельные виды. Термин "активы" корреспондируется с такими понятиями как "имущество", "ресурсы", "потенциал", "бизнес-активы" (имущество, приобретенное исключительно для использования в бизнесе) и т.д. Разнообразие активов, их многогранность и значимость в финансово-хозяйственной практике обуславливают необходимость поиска пу-

тей оптимизации корпоративного менеджмента в целом и финансового менеджмента в частности, ответственного за управление активами.

В учетно-финансовом аспекте активы представляют собой имущественное содержание капитала и обладают следующими свойствами:

- ◆ выражаются в денежном измерителе;
- ◆ формируются в результате ранее осуществленных сделок (событий прошлых периодов);
- ◆ принадлежат хозяйствующему субъекту на праве собственности или контролируются им (МСФО);
- ◆ способны приносить хозяйственную выгоду (доходы, прибыль, деньги) в будущем;
- ◆ отражаются в активной части баланса.

Управление активами (asset-менеджмент) – это целенаправленная работа с корпоративным имуществом.

За рубежом управление активами представляет собой развитую область теории и практики, истоки которой прослеживаются с XIX века и которая эволюционировала в исторической ретроспективе вслед за сменой парадигмы менеджмента (таблица 1).

Особенности управления активами при разных парадигмах менеджмента [1, с. 13]

Парадигма менеджмента/ управленческая концепция	Краткое содержание (в отношении активов)	Приоритетные активы (доминанты)
<i>Управление производством (XIX век)</i>	Основные управленческие акценты - производство и, следовательно, операционные активы. Решения по активам ориентировались на соблюдение технологии, увеличение производительности, экономию на эксплуатации машин и механизмов, поиск дешевых источников сырья и материалов	<i>Материальные активы</i>
<i>Управление предприятием как закрытой системой (20-е годы XX века)</i>	Формирование функциональных подсистем (финансы, производство, сбыт, кадры). Повышение значимости денег, ценных бумаг. Усложнение решений в области управления активами. Появление решений, связанных с инвестициями в активы и их финансированием	<i>Перенос акцентов на финансовые активы</i>
<i>Управление бизнесом как открытой системой (после 2-й мировой войны)</i>	Формирование активов, конкурентоспособных в рыночной среде по составу и структуре. Стратегические решения в управлении бизнесом в целом и активами в частности для повышения адаптационных возможностей предприятия в условиях изменчивости внешней среды. Повышение роли информации в принятии управленческих решений.	<i>Перенос акцентов на нематериальные активы, человеческий капитал, права на интеллектуальную собственность</i>
<i>Идеология стоимостного управления (60-80-е годы XX века)</i>	Повышение корпоративной стоимости. Создание долговременной стратегии развития, включая стратегии формирования и управления активами. Совершенствование учетного законодательства и учетных процедур, позволяющее максимально полно отражать активы в структуре имущества.	<i>Приращение совокупных активов</i>
<i>Концепции экономического роста (2-я половина XX века)</i>	Макроэкономический рост за счет роста экономических агентов	<i>Рост факторов производства (совокупных активов) в сочетании с трансфертами извне (инновационные, образовательные, социальные и др. детерминанты роста)</i>

На сегодняшний день наиболее развитыми в зарубежной финансово-экономической науке и хозяйственной практике являются следующие области управления активами:

- ◆ общие представления и история управления активами,
- ◆ структура активов,
- ◆ риски, связанные с активами,
- ◆ модели управления портфелем активов,
- ◆ цена активов и структура процентных ставок,
- ◆ управление ценностью активов,
- ◆ имитационные модели управления активами.

Следует отметить, что в последние годы зарубежные компании существенно продвинулись как в разработке методологии управления активами, так и в вопросах практической реализации концепции asset-менеджмента, пройдя следующие основные этапы:

1. получение основной информации о практике управления активами в различных компаниях в конкретной отрасли;
2. идентификация имеющихся достижений и инстру-

ментов, которые могут быть применены при реализации стратегии управления корпоративными активами;

3. изучение инструментов поддержки принятия решений, приемлемых для оптимизации asset-менеджмента [2, с. 3–8].

Ведущими странами в развитии asset-менеджмента на сегодняшний день являются: Великобритания, США, Австралия и некоторые другие. При этом развитие концепции управления активами потребовало взаимодействия разных стран и многих компаний. В результате в Великобритании был создан Институт Управления Активами (Institute of Asset Management), насчитывающий более 300 участников.

В России не столь продолжительная история рыночной экономики и преждевременно говорить о существовании полноценной концепции управления активами, которая носила бы системный характер, имела бы развитую финансовую составляющую, основывалась бы на совокупности базовых принципов, содержала бы комплекс управленческих инструментов для различных вариантов целеполагания. Использование зарубежных подходов и моделей управления активами в условиях России не всегда эффективно в силу специфики хозяйственной среды, различий в подходах к формированию финансовой от-

четности, а также расхождений в менталитете и традициях деловой культуры [1, с. 14–17].

По нашему мнению, стране назрела необходимость в формировании теории и методологии управления активами с последующей ее реализацией на практике. Эта необходимость аргументирована не только системными качественными трансформациями [3, с. 3–10; 4, с. 159–169], но и количественными индикаторами.

Анализ данных Росстата показывает, что на фоне экспоненциального роста активов российских компаний наблюдается относительное снижение генерируемых ими доходов. При росте активов в 2003–2010 гг. в 4,2 раза объем продаж увеличился лишь в 3,5 раза (рис. 1). Характерно, что генерируемая прибыль в относительном исчислении практически не меняется: рентабельность активов российских компаний в начале и конце анализируемого периода составляла 6% (рис. 2).

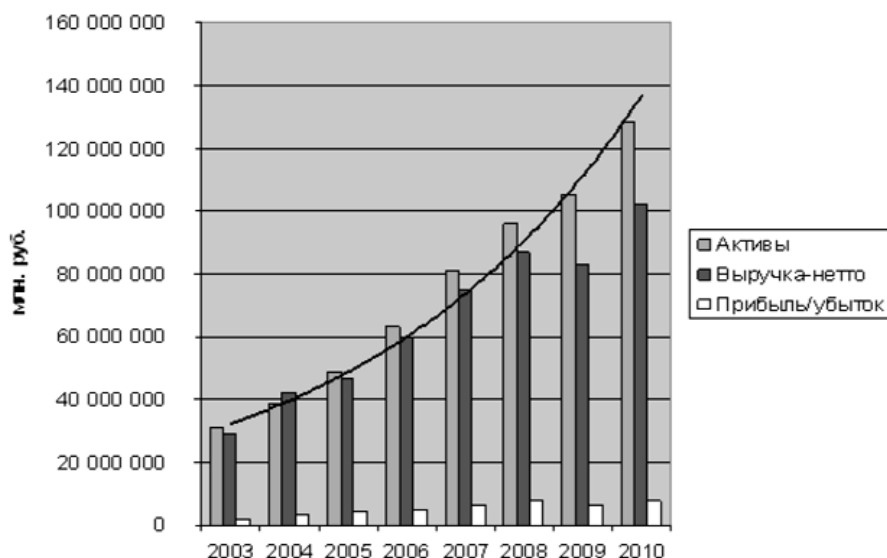


Рис. 1. – Тенденции изменения активов, доходов и прибыли российских компаний в 2003–2010 гг., млн. руб. (Рассчитано автором по данным Росстата – <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi>.)

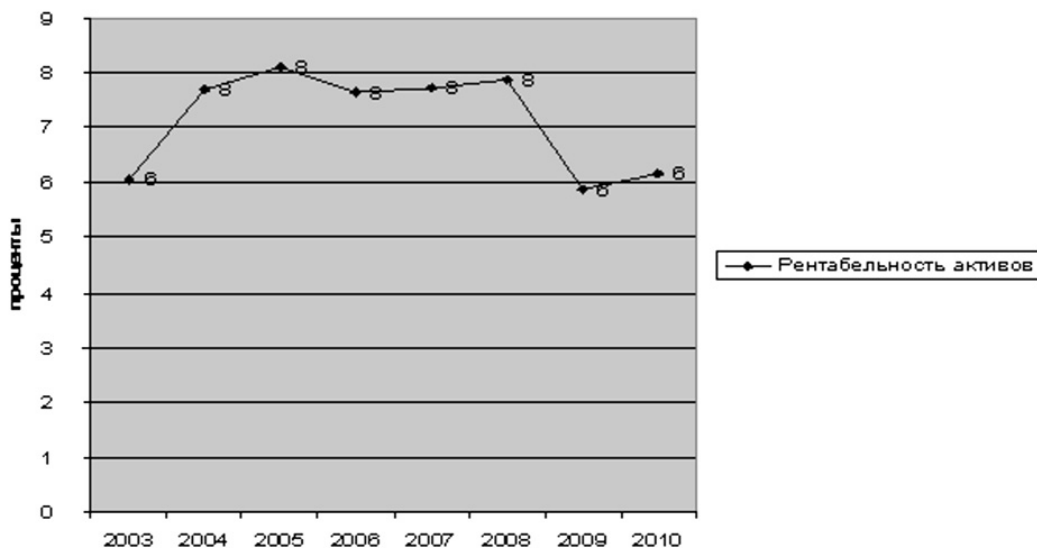


Рис. 2. – Рентабельность активов российских компаний, % (Рассчитано автором по данным Росстата – <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi>.)

Описанные выше эмпирические закономерности позволяют сделать вывод:

- ◆ в большинстве российских компаний приоритетна стратегия роста, что вполне коррелируется с тенденциями, наблюдаемыми на развитых рынках; в контексте asset-менеджмента это означает целенаправленное приращение активов как одного из индикаторов корпоративного роста;
- ◆ стратегия роста не поддерживается адекватным

инструментарием в области asset-менеджмента; растущий совокупный капитал на фоне стагнации эффективности его использования означает преимущественно экстенсивное развитие большинства российских компаний.

Это свидетельствует о том, что характерной моделью развития большинства компаний России является модель "рост ради роста". Изменить ситуацию может и должна концепция управления активами, которая на се-

годняшний день в России отсутствует. В рамках такой концепции необходимо, прежде всего, дифференцировать подходы к управлению активами в смежных областях корпоративного менеджмента – операционном и финансовом менеджменте.

В операционном менеджменте внимание фокусируется, прежде всего, на материально-вещественной структуре активов, а также производительности, технологичности, энергоемкости, экологичности и других характеристиках используемого имущества. То есть операционный менеджмент связан главным образом с производственной деятельностью, приобретением материалов, их превращением в готовый продукт и поставкой этого продукта покупателю. Он включает в себя функцию закупки, функцию производства и функцию физического распределения.

В финансовом менеджменте управление активами – результат синтеза стоимостного мышления и управленческих процессов. В этом случае внимание фокусируется не столько на физической (материально-вещественной) форме активов и натуральных измерителях, сколько на стоимостных характеристиках имущества, включая структурные и динамические параметры. Причем, оценка одних и тех же активов (одинаковых по потребительским качествам в определенный момент времени) может быть представлена по-разному не только в балансах различных компаний, но и в пределах одной компании (например, внесение объекта в качества уставного капитала и покупка его на рынке).

Из вышесказанного следует, что наряду с понятием "управление активами" целесообразно сформулировать понятие "финансовое управление активами" или управление корпоративным имуществом в стоимостном измерении, целью которого является:

- ◆ максимизация стоимости активов в целом и фундаментальной стоимости компании в частности, с учетом ограничений по объемам продаж и генерируемой прибыли (в соответствии с "золотым правилом экономики предприятия"), а также с учетом не только балансовых, но и рыночных оценок;
- ◆ оптимизация агрегированной структуры активов (внеоборотные/оборотные) и их состава в соответствии со спецификой деятельности компании и корпоративной стратегией;
- ◆ рационализация воспроизводства активов и

формирование грамотной амортизационной политики с учетом альтернатив замещения амортизируемого имущества;

- ◆ сбалансированность внеоборотных и оборотных активов с долгосрочными и краткосрочными источниками их финансирования, соответственно;
- ◆ повышение отдачи совокупного капитала и рост эффективности его использования.

Полновесность и многогранность такого подхода позволяет рассматривать финансовое управление активами как вполне обособленный контур корпоративного менеджмента, в рамках которого необходимо формировать методологию asset-менеджмента, которая включала бы методические подходы к мониторингу активов, технологии их факторного анализа, оценочные критерии, целевой управленческий инструментарий и другие составляющие для принятия решений.

Модель финансового управления активами должна включать следующие блоки:

- ◆ приращение активов в виде денежных средств или повышение количества активов (с учетом сбалансированности роста);
- ◆ структурирование активов (в зависимости от вида экономической деятельности);
- ◆ формирование амортизационной политики (для амортизируемого имущества);
- ◆ формирование политики финансирования активов (включая долгосрочную и краткосрочную политику);
- ◆ выбор альтернатив (между конкурирующими целями);
- ◆ оценка результативности asset-менеджмента (коэффициент Тобина или P/A-мультипликатор, коэффициент капитализации активов, рентабельность активов или рентабельность совокупного капитала, рентабельность реального имущества, сбалансированность роста, вклад в приращение фундаментальной стоимости и др.).

В числе особенностей описанной выше модели можно выделить фокусирование внимания активах как традиционном факторе генерирования доходов и системообразующем факторе создания фундаментальной стоимости, а также акцент на весьма проблемную область в российском менеджменте – эффективность использования ресурсного потенциала компаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кучин М.А. Совершенствование управления экономическими активами (на примере сферы услуг). // Автореферат дисс. к.э.н. спец. 08.00.10. – М. 2008.
2. Хотинская Г.И., Романова О.А. Эволюция теории и практики управления корпоративными активами. // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2010. № 11.
3. Хотинская Г.И. К вопросу о парадигме современных корпоративных финансов. // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2010. № 6.
4. Хотинская Г.И. Современная эволюция управленческих моделей в корпоративных финансах. // СЕРВИСplus. 2010. № 3.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

METHODOLOGICAL BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF SERVICES

D. Tsvetcov

Annotation

Abstract: The present development of society is inextricably linked to socio-economic processes, including services, development of which is economic and scientific interest. The scope of services covers all segments of the population and affects virtually all socio-economic processes taking place in society, hence the relevance and significance of the topic. At the heart of service development is a methodology, the basic principles and factors to consider and which the author of this article.

Keywords: Scope of services, methodology, demography, urbanization, the demand and supply.

Цветков Денис Владиславович

*Аспирант, Институт Национальной экономики
Самарского Государственного
Экономического Университета*

Аннотация

В настоящее время развитие общества неразрывно связано с социально-экономическими процессами, включая сферу услуг, развитие которой представляет экономический и научный интерес. Сфера услуг охватывает все слои населения и затрагивает практически все социально-экономические процессы, проходящие в обществе, что обуславливает актуальность и значимость данной темы. В основе развития сферы услуг лежит методология, основные принципы и факторы которой автор и рассмотрит в данной статье.

Ключевые слова:

сфера услуг, методология, демография, урбанизация, спрос, предложение.

В России, расположенной на масштабной территории северной и центральной части Евразийского материка, проявилось немало общемировых тенденций развития услуг, сервисной деятельности. Вместе с тем историческая эволюция отечественной сферы услуг отмечена немалым своеобразием. Характер и динамика услуг в нашей стране в значительной степени определялись суровыми климатическими условиями жизни, обширной, но мало обжитой территорией, многообразием социальных, региональных и культурно-религиозных миров, свойственных населению страны.

Необходимо рассмотреть воздействие на развитие услуг многообразия территориально-климатических зон с преобладанием северного и умеренно-континентального климата. Прежде всего это отразилось на способах удовлетворения жизненно важных потребностей граждан страны.

Первичными потребностями, на которые ориентировались семейно-бытовые процессы и общественные услуги, сводились к необходимости наличия у людей прочного жилища, теплой одежды, калорийной пищи, которая возмещала бы ресурсные затраты организма в сложных жизненных условиях, создания возможности передвижения по обширной территории и осуществления культурных коммуникаций людей.

Здесь можно отметить первую сложность для развития отечественной сферы услуг. Чтобы произвести нужные по объему и качественные товары, а также сохранить их, доставить до потребителей, требовалось затратить гораздо больше времени и сил, чем в благоприятных климатических условиях. В нашей стране всегда были трудно-

емкими процессы строительства дорог и жилья.

Немалое своеобразие в развитие отечественных процессов экономической деятельности вносило также хозяйственное и этнокультурное многообразие российского общества.

Объединяющим фактором для такого пестрого в хозяйственном и духовном отношении сообщества выступала русская культура, а русский язык являлся государственным языком и средством межнационального общения. Немаловажным фактором интеграции выступал также общий труд, тесное и равноправное проживание друг с другом представителей разных народов страны. В ходе их совместной жизнедеятельности и массовых взаимодействий появлялись единые качества психологии, общие взгляды на жизнь. Так, из общего мировосприятия родилось сходное понимание хозяйственного практицизма [1].

На развитии услуг все указанные выше особенности российского общества и культуры сказывались непосредственным образом. Так, у разных этнических групп и культурных сообществ были неодинаковые представления об иерархии социальных запросов, различное понимание комфортной жизни, способов сохранения здоровья, развития высших потребностей и т.п. Новые, наиболее эффективные и продвинутое формы обслуживания, которые шли из Западной Европы, поначалу укореняясь в городах, среди образованных слоев населения, имели мало шансов быстро распространиться по территории страны. Им противодействовали местные традиции, неодинаковые условия жизни, а также массовая привычка

жить устоявшимся укладом, по старинке.

Связь сервисной деятельности с геоландшафтными, почвенно-климатическими условиями жизнедеятельности опосредуется теми потребностями, которые эти условия порождают в обществе. Человек в историческом развитии освоил различные ландшафтно-климатические зоны – северные территории, средние широты, а также пустыни, полупустыни, экваториальную область и др. Повсюду человек приспособлял процессы удовлетворения своих потребностей к окружающим его условиям жизни, климату, ландшафту.

Эта зависимость от географического фактора всегда отражалась на хозяйственных занятиях людей, порождая в обществе систему разделения труда. Исторический анализ позволяет увидеть, что уже в древние времена появились земледельческие народы, жившие оседло, и народы-кочевники, мигрирующие со своими стадами по определенной территории. У тех и других заметно различались не только характер труда, но и уклад, образ жизни в целом.

Народы, живущие на берегах морей, осваивают рыболовство, морское дело, морскую торговлю. Их жизнь связана с морской стихией, с продолжительными, опасными путешествиями и долгой разлукой с близкими. Отсюда определенный уклад их жизни и бытовые традиции, связанные с частым и долгим отсутствием на берегу мужской части населения. Торговое дело, лежащее в основе жизненного благополучия многих жителей приморских городов, способствовало тому, что здесь формировались профессиональные корпорации и кодекс чести работников, чей труд так или иначе был связан с морской торговлей. В этом случае обособляется также семейный уклад и частная жизнь, в то время как общественная жизнь начинает развиваться на институционально-правовой основе. В обществе данного типа рано выделяются и занятия, связанные с разного рода услугами.

Во многом иная картина повседневных привычек и возможностей для удовлетворения потребностей наблюдается у народов, живущих в пустынной или полупустынной местности, где в дефиците вода и растительность.

Они вели исключительно тяжелую борьбу за существование. Залогом безопасности человека являлась прочная связь не столько с близкими родственниками, сколько с племенем в целом. Все это вело к тому, что образ жизни подчинялся, с одной стороны, необходимости преодоления суровых условий жизни в пустыне, с другой, важности выполнения племенных обычаев, требований племенного патриотизма и чести. В культурах, связанных с жизнью в пустыне, более развиты обычаи взаимопомощи и самообслуживания, в то время как принципы оказания услуг на рыночной основе распространялись медленно.

В настоящее время связь экономики, включая и сер-

висную деятельность, с природно-ландшафтными и климатическими условиями не всегда носит столь однозначный характер. Технический прогресс и государственная политика во многом смягчают издержки неблагоприятных природных условий жизни, но не устраняют их совсем. И в настоящее время мировое разделение труда, мировое хозяйство развиваются с учетом географического расселения людей. Продолжает сохраняться связь между природной средой и повседневными потребностями людей, что заставляет современный сервис приспособляться к ландшафту и климату.

Зависимость развития российской сферы услуг от географического фактора уже была рассмотрена выше. В этом отношении отечественная практика сервиса не составляет исключения. Во всех странах с продолжительной, холодной зимой и с коротким, прохладным летом предъявляются особые требования к жилищу: зимой помещения должны сохранять тепло, но летом в них следует предусмотреть возможность беспрепятственного проникновения солнечных лучей. Сходные требования, направленные на сохранение тепла и доступность солнечного света в разные сезоны, предъявляются производственным и общественным зданиям, пассажирскому транспорту. Эти сезонно-климатические особенности жизни людей учитываются также в процессе проектирования и производства одежды, обуви, в пищевой индустрии, в медицинском обслуживании и т.п.

В регионах мира с влажным, жарким климатом вырабатываются иные требования к сервису. Если говорить о потребительских требованиях к жилищу, то здесь предпочитают дома из легких строительных материалов, которые позволяли бы часто проветривать помещения или даже оставлять их открытыми большую часть года. Здесь широко распространены кондиционеры для жилых домов и офисов [2].

Наряду с этим во многих регионах мира в настоящее время процветают виды сервисной деятельности, использующие благоприятные природно-климатические условия как необходимое условие удовлетворения потребностей клиентов и неотъемлемую часть бизнеса. Речь идет о медицинском, оздоровительном, туристском сервисе.

На характер и содержание сервисной деятельности влияет не только климат и ландшафт, но и плотность, структура размещения людей на территории. Одним из наиболее важных факторов территориального размещения людей являются городские и сельские поселения.

В настоящее время сельские поселения выполняют в хозяйственно-экономической системе разные функции в зависимости от занятий жителей. Чаще всего выделяют сельскохозяйственные и несельскохозяйственные поселения. В целом сельские поселения обладают гораздо меньшими возможностями предоставления и использо-

вания услуг современного типа из-за низкой плотности населения, отсутствия хороших путей сообщения, высоких накладных расходов и т.п. Вместе с тем в современных условиях сельские поселения приобретают новые функции сервисного характера.

Городские поселения всегда были многофункциональными, т.е. одновременно выполняли транспортные, организационно-хозяйственные, административно-политические, социокультурные и другие функции. Исторически именно в городах услуги стали отделяться от самообслуживания людей, а также от обслуживания, которое осуществляли рабы или домашняя прислуга. В период Нового времени к прежним социальным функциям города добавляется множество новых: производственно-промышленные, лечебно-оздоровительные, образовательные и др.

В XX в. выяснены некоторые закономерности размещения сферы услуг в зависимости от территориально-пространственной иерархии разных типов поселений. Некоторое западноевропейские исследователи выработали представление о центральном месте, которое означает поселение любого размера (как правило, это город или поселок городского типа) и служит центром для населения, проживающего в близлежащих районах.

Центральное место сосредотачивает на своей территории повышенный объем разных ресурсов, что позволяет ему обеспечивать население центральными товарами (например, мебелью, автомобилями) и центральными услугами (юридическими, медицинскими, образовательными).

Территории, которые обслуживаются одним центральным местом, получили название дополняющие районы.

Оказалось, что конкретная страна располагает упоря-



доченной иерархией центральных мест, занимающих большую территорию, и прилегающих к ней дополняющих районов, меньших по площади. Центры высокого ранга обладают более широким набором производства, товаров и услуг; к ним также тяготеет площадь дополняющих районов. Для центров низкого ранга характерны указанные параметры более низкого значения и меньшего размера. Число оказываемых услуг прямо связано с показателем центральности: при высоком показателе центральности на каждого жителя приходилось множество видов услуг, при низком показателе – всего несколько видов. Это касается самых разных услуг: торговых, связи, финансово-банковских, медицинских и др. [3]

Таким образом, между промышленными и сельскими центрами расселения спонтанно, через механизм спроса и предложения, складываются системы упорядоченных структур, создавая некоторую однородную среду размещения сферы услуг.

Постепенное формирование таких иерархических систем происходит под воздействием целого ряда производственных, рыночных и социокультурных факторов.

В настоящее время урбанизация выступает мощным фактором социально-экономического развития, включая и сервисную деятельность. С одной стороны, городские поселения интенсивно развивают разные типы услуг, совершенствуют сервисную деятельность, с другой, деформируют экологическую среду обитания, создавая дискомфортные условия жизни и подрывая здоровье людей. Особенно следует учитывать разрушительную роль в деле сохранения среды обитания крупнейших городских агломераций, которые повсюду в мире способствуют нарушению равновесия между человеком и природой [4].

В связи с ухудшением экологических условий жизни население индустриально развитых стран серьезно страдает от загрязненного воздуха, плохой питьевой воды, сниженных качеств пищевых продуктов. Неблагополучие окружающей среды зашло столь далеко, что в сложившихся условиях радикальное разрешение экологических проблем возможно лишь в ходе коллективных действий органов государственной власти разных стран, к которым должны присоединиться представители экономической элиты и активные группы населения.

Субъекты сервисной деятельности, учитывая спрос горожан на жизненно важные качества окружающей среды, вырабатывают способы его удовлетворения. Потребителям предлагается широкий диапазон товаров повседневного использования, способных создавать комфортные условия труда и отдыха в техногенной среде: одежду из натуральных тканей, экологически чистые продукты питания и пищевые добавки, напитки, приборы искусственного климата, обогревательные установки и т.п.

Важно рассмотреть роль демографических факторов

в развитии сервисной деятельности. Демографические факторы связаны с численным составом и рядом воспроизводственных характеристик населения той или иной страны. Речь идет о структуре населения, об уровне рождаемости и смертности, о перемещениях на территории населения в силу разных причин, включая и социально-экономические.

Демографические характеристики общества в немалой степени определяют темпы развития и качественные особенности хозяйственно-экономической практики. Для сервисной деятельности и сферы услуг они приобретают особую важность. Динамика изменений в пропорциях возрастных групп существенно влияет на расширение или сужение деятельности разных видов сервиса.

Например, если в структуре населения конкретной страны стремительно увеличивается процентное соотношение детей и молодежи, то это стимулирует сервисный бизнес к расширению масштабов и повышению качества детского, молодежного и в целом семейного обслуживания, к развитию сети детских и образовательных учреждений. Напротив, старение населения (т.е. увеличение доли пожилых людей) многих развитых стран мира означает, что в сфере услуг все более востребованным оказывается обслуживание нетрудоспособных граждан. Однако практически осуществлять это становится все труднее, так как молодежь зачастую не желает заниматься этой работой. Подобная ситуация вынуждает правительства развитых стран разрешать въезд тех иностранцев, которые готовы трудиться в сервисных отраслях, включая обслуживание пожилых и больных людей.

Заметно сказываются на сфере услуг такие демографические процессы, как снижение (или увеличение) доли многодетных семей, межнациональных браков, изменение роли женщин в социальной жизни, число разводов или увеличение доли одиноких граждан [2].

Особо следует сказать о влиянии на сервисную деятельность миграционных процессов, связанных с невозвратным передвижением населения (как внутри одной страны, так и между странами) на основе перемены места работы и жительства. В этом случае важно учитывать экономическую миграцию, когда нередко мигрирует как работник, так и члены его семьи. Выше было отмечено, что экономические мигранты позволяют во многих странах снижать остроту нехватки работников на многих предприятиях сферы услуг. Но нельзя игнорировать и тот факт, что миграция, особенно нелегальная, способствует распространению асоциальных потребностей, вредных привычек (потребление алкоголя, наркотиков и др.), обострению криминальной обстановки, оживлению межэтнических конфликтов.

Анализ исторической эволюции услуг в обществах разного типа позволяет сформулировать научное понимание сервисной деятельности, которая свойственна со-

временному миру.

Сервисная деятельность – это активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг. Одна сторона в этих взаимодействиях, обладая многообразными потребностями, желает получить определенные блага, а другая сторона, оказывая конкретные услуги, предоставляет им возможность обладать такими благами. Цель этих отношений – не создание материальных ценностей, а удовлетворение человеческих потребностей (хотя нередко это происходит с помощью таких ценностей). Исторически вырастая из процессов самообеспечения и родственной взаимопомощи, сервисная деятельность успешно интегрировалась в отношения рыночного обмена. Это обусловило разделение и профессионализацию труда работников, оказывающих услуги, а также их предпринимательскую активность на рынке услуг. Другая сторона, желающая реализовать свои потребности и оплачивающая услуги, предъявляет к сервисной деятельности специфические требования, привнося в нее свои запросы и ценностные ориентации. Это сообщает сервисной деятельности внеэкономические характеристики, усиливает ее социальную и эмоционально-психологическую определенность.

Сложный характер сервисной деятельности обуславливает специфику сервисологии – науки о сервисной деятельности, которая формируется ныне в мировой аналитике как междисциплинарная, теоретическая и прикладная область исследований. Давно было установлено, что труд в сфере сервиса во многом отличается от труда в промышленном или сельскохозяйственном производстве. Но сам по себе характер сервисного труда долгое время оставался неочевидным для исследователей. понадобилось немало времени, чтобы установить его многоплановый характер, а также место и роль не только в промышленном производстве, но и в воспроизводстве общественных связей, в культурной жизни людей [2].



Необходимо рассмотреть становление и основные этапы научного анализа сервисной деятельности.

В настоящее время научный анализ сервисной деятельности, так же как и любое другое научное направление, имеет разные уровни и компоненты рассмотрения своего предмета. На эмпирическом уровне анализа осуществляется сбор данных о сервисной деятельности – определяется ее природа, описываются характеризующие ее факты, процессы, устанавливаются границы и составные части и т.п.

Более сложный анализ осуществляется на следующем уровне познания, который связан с формированием обобщающих теоретических представлений о сервисной деятельности. Осмыслению подвергаются причинно-следственные связи между разными ее частями, более глубоко изучается структура, важнейшие направления и разновидности.

Общетеоретический анализ – наиболее высокий уровень осмысления сервисной деятельности как целостного феномена общества. В этом случае отрабатываются теории, рассматривающие сервисную деятельность как явление хозяйства, социальных отношений, духовной активности, а также устанавливаются закономерности ее исторического развития, изучается характер ее трансформации под влиянием внешних изменений. Осознание теоретических аспектов такого уровня осмысления позволяет выработать методологию анализа сервиса.

Под методологией анализа сервисной деятельности понимается система общетеоретических представлений, познавательных принципов, положенных в исследование ее сущности, закономерностей ее исторической эволюции, а также места в общественном производстве, в социальной структуре и культурной практике.

Во многих социальных и гуманитарных науках существует прикладной уровень анализа, предполагающий использование полученных научных результатов в практической деятельности. В науке о сервисной деятельности прикладной уровень приобретает огромную важность, поскольку вопрос о совершенствовании сервиса весьма актуален для работников этой сферы, органов государ-

ственной власти, для многочисленного контингента потребителей.

Особое значение в научном анализе любого объекта приобретает определение предметно-дисциплинарного ракурса, который обеспечивает адекватное отображение сущности сервиса. В этой связи важен отбор различных методов сбора и анализа данных о сервисе.

Теоретические представления об услугах на первоначальном этапе их анализа носили ярко выраженную экономико-центристскую направленность. Во второй половине XX в. понимание сервисной деятельности приобретает междисциплинарный характер, в рамках которого экономические, социологические, управленческие и другие аспекты анализа рассматриваются как равноправные.

Историческая практика свидетельствует, что научный анализ услуг начинался не столько со сбора эмпирических фактов, сколько с выяснения их общественной и экономической природы. Теоретики взяли за методологическую базу комплекс политэкономических представлений, сложившийся в новое время в рамках английской философии хозяйствования.

Таким образом, в основу методологии исследования услуг было положено представление об общественных благах, пользе, принципы рационального анализа и здравого смысла, понимание общих интересов людей и одновременное отстаивание каждым своего интереса.

Тем самым закладывалось противопоставление невещественных услуг и конкретных товаров, которые олицетворяли материальные блага. Еще одна особенность в понимании характера услуг: производительный труд, связанный с созданием техники, товаров повседневного спроса, рассматривался как более важный сравнительно с непроизводительным трудом в сфере обслуживания.

Неосязаемый, невещественный результат труда при оказании многих видов услуг стал определяющим признаком, позволяющим считать сервисную деятельность непроизводительным трудом в отличие от производительного труда в материальном производстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новиков А.М., Новиков Д.А., "Методология", М., Синтег, 2009.
2. Ополкелов И., "Управление качеством в сфере услуг, Советский спорт, 2008.
3. Пейн Э., Мак-Дональд, "Сфера услуг", Эксмо, 2009
4. Аброскин А. "Сфера услуг и экономическое развитие (методологические аспекты статистического анализа)" // Вопросы статистики, 1998

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ УЧРЕЖДЕНИЙ СПОРТА

FEATURES OF THE DEVELOPMENT AND DISTRIBUTION OF SPORTS FACILITIES

D. Tsvetcov

Annotation

Abstract: At present, the sport has a great influence on the development of society and state. The positive role of such influence is enormous and is visible to the naked eye. Socio-economic role of physical culture and sports in the society increases, which clearly leads to a further positive development of the service sector, the scope of material and immaterial production, which ultimately has a positive impact on the economy and social development level of the population. Thus, the principles, factors and features of the processes of accommodation and the development of sports facilities are up to date and to cause increased attention in this connection, the author of this paper lay out the basic features of the development and distribution facilities of sports.

Keywords: Mass sport, transport infrastructure, labor resource potential defense capabilities.

Цветков Денис Владиславович

Аспирант, Институт Национальной экономики
Самарского Государственного
Экономического Университета

Аннотация

На современном этапе спорт оказывает большое влияние на развитие общества и государства. Положительная роль от такого влияния огромна и видна невооруженным взглядом. Социально-экономическая роль физической культуры и спорта в обществе постоянно увеличивается, что однозначно приводит к дальнейшему позитивному развитию сферы услуг, сферы материального и нематериального производства, что в итоге положительно отражается на всей экономике и социальном уровне развития всего населения. Таким образом, принципы, факторы и особенности процессов размещения и развития учреждений спорта являются актуальными и вызывают к себе повышенное внимание, в связи с чем автор в данной статье раскрое основные особенности развития и размещения учреждений спорта.

Ключевые слова:

массовый спорт, транспортная инфраструктура, трудовые ресурсы потенциал, оборонный потенциал.

Спорт – часть физического воспитания, в котором человек стремится расширить границы своих возможностей, это соревновательная деятельность и специальная подготовка к ней [1].

С другой стороны, спорт представляет собой сферу услуг, которая характеризуется собственной системой учреждений, объектов и инфраструктурой.

Особенности развития и размещения учреждений спорта обусловлены развитием детского и юношеского спорта, организацией массового спорта на дворовых территориях, развитием всех видов спорта для предоставления населению широкого выбора спортивных услуг, формированием и воспроизводством здорового, творчески и физически активного поколения, созданием трудовых ресурсов и оборонного потенциала, а также генофонда нации, подготовкой спортсменов высокого класса для повышения международного престижа страны.

Вопросы, подлежащие разрешению в связи с вышеозначенными тезисами, сводятся, в основном, к следующему: развитие спортивных учреждений вблизи жилья для обеспечения занятиями физкультурой и спортом всех категорий населения; занятия массовым спортом основных групп населения; развитие спортивных учреждений; подготовка спортсменов высокого класса в спор-

те высших достижений для проведения всероссийских и международных соревнований.

Особенности, связанные с развитием и размещением учреждений спорта, обуславливаются факторами сегментирования рынка физкультурно-спортивных услуг [2].

Социально-демографические факторы: половозрастная структура населения, социальные группы населения (дошкольники, школьники, учащиеся, студенты, домохозяйки, лица умственного и физического труда, деловые женщины, лица занятые в управлении, пенсионеры, инвалиды и т.д.); уровень личного и семейного дохода (учитывается уровень жизни, прожиточный минимум и размер средств для удовлетворения потребностей, в том числе для пользования спортивными услугами); характер, состав и размер семьи (одинокое, молодые, бездетные, семья с ребенком дошкольного возраста, многодетные семьи, пожилые люди с детьми и без, т.д.).

Социально-поведенческие факторы: отношение к занятиям спортом и их восприятие (экзальтированное, позитивное, безразличное, отрицательное, крайне неприемлемое), характеристика занимающегося спортом лица (не занимающийся, ранее занимавшийся, потенциально занимающийся, начинающийся, постоянно занимающийся). Регулярность потребления спортивных услуг (постоянная, систематическая, эпизодическая, средняя, низкая). Готовность к потреблению спортивных услуг

конкретного учреждения спорта (не информированный, информированный, заинтересованный, желающий, намеривающийся). Уровень приверженности к спортивным услугам конкретного учреждения спорта (безоговорочное пристрастие, частичный приверженец, не высказывающий пристрастия). Выбираемый вид спорта (хоккей, легкая атлетика, горные лыжи и т.д.). Потребности в занятиях спортом (оздоровление организма, снятие депрессии, усталости и нервного напряжения, улучшение настроения, самочувствия, получение удовольствия, заполнение свободного времени, достижение спортивных результатов, успехи в спорте высших достижений). Источники информации о спортивных услугах конкретного учреждения спорта (средства массовой информации, сведения от специалистов и экспертов в области спорта, мнение окружающих и лиц из постоянного круга общения).

Спортивно-воспитательные факторы: анатомические показатели (отвечают, частично соответствуют и не соответствуют требованиям конкретного вида спорта). Медицинские противопоказания к занятиям спортом (наличие либо отсутствие противопоказаний). Степень проявления физических качеств (высокая, средняя, низкая). Уровень спортивных достижений (высокие, хорошие, умеющий, слабоумеющий и не умеющий достигать спортивных результатов).

Географические факторы.

Регламент доступности учреждения спорта: расположение учреждений спорта относительно места жительства, учебы или работы (пешеходная доступность, транспортная доступность, проживание в зоне спортивного объекта: улица, округ, город, район, область).

Транспортная инфраструктура (хорошая, посредственная, плохая).

Географические места расположения учреждений и объектов спорта: наличие гребных каналов, прудов и иных водоемов для гребного и парусного спорта, а также для плавания; наличие спортивных сооружений, связанных с присутствием естественного или искусственного снега и льда, горнолыжные склоны, наличие большой территории с перепадом высоты соответствующего ландшафта природы для лыжного, горнолыжного спорта, а также для иных видов зимнего спорта.

Социально-экономические факторы.

Мониторинг действующих учреждений спорта: анализ объектов указанной инфраструктуры с целью установления необходимости ремонта, реконструкции, модернизации либо строительства новых аналогичных учреждений спорта (состояние самого объекта, его износ, предельная длительная служба объекта, затраты на ремонт и обслуживание, вместимость посетителей и размещение спортивного инвентаря).

Выявление объектов физической культуры и спорта, используемых не по целевому назначению, подлежащих реконструкции с восстановлением их профиля [3].

Выявление объектов физической культуры и спорта

для проведения соревнований международного уровня по олимпийским видам спорта, подлежащих реконструкции с восстановлением их профиля [4].

- ◆ Новое строительство объектов общегородского (районного) значения для проведения соревнований все-российского и международного уровня по олимпийским видам спорта [5].

- ◆ Строительство и реконструкция стадионов и спортивных комплексов в школах, гимназиях, училищах, техникумах, лицеях и ВУЗах.

- ◆ Инфраструктура, участвующая в функционировании и обслуживании учреждений спорта:

- наличие предприятий, организаций и специалистов, обеспечивающих ремонт, обслуживание, содержание и функционирование основных коммуникаций и систем учреждений спорта;

- медицинские учреждения, включая наличие медицинских специалистов непосредственно в конкретном учреждении спорта, которые оказывают медицинские услуги посетителям, занимающимся спортом, поскольку имеет место фактор риска получения травм и телесных повреждений в результате посещения спортивного объекта;

- наличие квалифицированной тренерской базы и обслуживающего персонала, которые непосредственно участвуют в функционировании учреждения спорта, поскольку от этого также зависит качество спортивных услуг, а соответственно и спрос на них.

Правовой фактор, имеет немаловажное значение, поскольку анализ действующего законодательства затрагивает вышеуказанные аспекты при развитии и размещении учреждений спорта, поскольку на стадии планирования и размещения указанных учреждений уже решаются все необходимые соответствующие юридические вопросы.

Уделение достаточного внимания правовому фактору позволит избежать юридических проблем при строительстве, либо уже при функционировании учреждений спорта.

Развитие и размещение учреждений спорта может достигаться освоением свободных территорий, реорганизацией резервных территорий природного комплекса, реконструкцией существующих объектов, реорганизацией прилегающих промышленных территорий и зон, освоением территорий вдоль береговых линий рек и водоемов, развитием существующих спорткомплексов, развитием спортивно-рекреационных зон, и иных форм реорганизации территорий.

Необходимо учитывать потребность капитальных вложений на новое строительство объектов физической культуры и спорта, при этом необходимо учесть количество общей площади нового строительства указанных объектов, объемы капитальных вложений, источники финансирования, которые необходимо разделять на городские и районные бюджеты, целевые фонды развития территорий административных округов, внебюджетные средства, целевые средства предприятий, федеральный бюджет.

Объемы капитальных вложений, финансируемых из различных бюджетов, должны определяться ежегодно адресной инвестиционной программой.

Все движение объемов капитальных вложений должно подвергаться проверке и мониторингу на предмет выявления незаконного и нецелевого использования указанных средств.

Основными принципами развития и размещения учреждений спорта должно являться развитие сети объектов спорта на социальном и зональном (городском, районном, областном) уровне обслуживания населения.

В первом случае социальный уровень обслуживания населения должен быть гарантированным, поскольку обеспечивает массовое привлечение молодежи и других групп населения к периодическим, системным (ежедневное, по четным либо нечетным числам месяца и т.д.) занятиям физкультурой и спортом. Данный уровень гарантированно обеспечивает предоставление услуг, связанных с занятиями физкультурой и спортом для поддержания здоровья населения, находящихся в непосредственной близости от жилья либо в зоне пешеходной доступности [6].

Во втором случае, зональный уровень обеспечивает занятие массовым спортом и тренировки спортсменов в спорте высших достижений, при этом при занятиях массовым спортом удаленность спортивного учреждения увеличивается и может выходить за зону пешеходной доступности.

Учитывая, что спорт занимает большое место и играет громадную роль в современном обществе, привлекает к себе значительную часть населения различных категорий и возраста, позитивным образом участвует в большинстве социально-экономических процессов, затрагивает как нематериальную, так и материальную сферы производства, в развитии и размещении учреждений спорта не обойтись без участия государственных органов, органов местного самоуправления, которые и должны повысить именно эффективность развития и размещения учреждений спорта, быть катализаторами данных процессов, а в необходимых случаях не только поддерживать, но и непосредственно в них участвовать.

Участие и поддержка органов власти в вышеозначенных процессах по развитию и размещению учреждений спорта выражается разнопланово, это и принятие соответствующих нормативно-правовых актов, регулирующих означенное направление, разрешение проблемных

вопросов при строительстве и функционировании учреждений спорта, организация инвестиционного климата в названной сфере, вложение денежных средств в учреждения спорта из бюджетов различных уровней и иная деятельность.

Но самым эффективным фактором процесса развития и размещения учреждений спорта является координация, взаимодействие всех субъектов означенных процессов в указанной сфере: органы государственной власти и местного самоуправления, руководители спортивных организаций, представители спортивных обществ и движений, социально-педагогический состав, представители научных кругов, тренеры и заслуженные деятели спорта, спортсмены, представители общественности, средства массовой информации, руководители правоохранительных и контролирующих органов, предприниматели и коммерсанты, представители образовательных учреждений всех категорий, руководители промышленных объединений и ассоциаций и т.д., Это все, в конечном итоге, выливается в разработку, утверждение и, самое главное, в реализацию совместных конкретных программ или схем развития и размещения объектов физической культуры и спорта в каждом конкретном регионе.

В вышеуказанных программах и схемах должна будет указываться вся процедура развития и размещения каждого конкретного учреждения и объекта спорта, включая тип сооружений, вид спорта, административный округ, район и адрес размещения; ландшафт местности; подбор участков под строительство спортивных объектов, площадь соответствующего участка, форма реорганизации территории при строительстве новых объектов спорта, потребность капитальных вложений на новое строительство объектов физической культуры и спорта.

Таким образом, учитывая актуальность всех вышеприведенных аспектов, принципов, факторов и особенностей процессов размещения и развития учреждений спорта можно сделать протекание названных процессов более эффективными, вследствие чего повысится социально-экономическая роль физической культуры и спорта в обществе, увеличится ее позитивная составляющая, что выразится в дальнейшем развитии сферы услуг, сферы материального и нематериального производства, а это, в конечном итоге, благоприятно отразится на качестве и достойном уровне жизни населения, и окажет положительное влияние на весь социально-экономический климат нашей страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баргунов И.С. "Физическая культура", Юнити, 2011.
2. Баргунов И.С., Назаров Ю.Н., Егоров С.С. "Физическая культура и физическая подготовка", Юнити, 2011.
3. Голощаков Р.Б. "История физической культуры и спорта", Академия, 2011.
4. Герман Ю.И. "Мстиславский 120-й конный завод" // Коневодство и конный спорт 2011 № 4.
5. Дорофеева А.В. "Заводские испытания молодняка полукровных верховых пород" // Коневодство и конный спорт 2011 № 4.
6. Лубышева Л.И. "Социология физической культуры и спорта", Академия, 2011.

БЕНЧМАРКИНГ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ

BENCHMARKING AND THE ECONOMIC EFFICIENCY OF THE FINANCIAL STRATEGY

O. Adzhiev

Annotation

This article mentions question about the economic efficiency of financial strategy. The role of financial strategy for the enterprise is shortly described in it. The concept of economic efficiency and a benchmarking is given here. The author narrates about kinds and benchmarking stages. The benchmarking of financial strategy is also analyzed in the article.

Keywords: Economic efficiency, financial strategy, benchmarking, internal benchmarking, competitive benchmarking, the general benchmarking, functional benchmarking.

Аджиев Олег Вахитович

Аспирант, ФГБОУ ВПО Финансовый университет при Правительстве РФ, Советник Министерства финансов Карачаево–Черкесской Республики

Аннотация

В данной статье затрагивается вопрос об экономической эффективности финансовой стратегии. Коротко описывается роль финансовой стратегии для предприятия. Дается понятие экономической эффективности, бенчмаркинга. Автор повествует о видах и этапах бенчмаркинга. Анализируется бенчмаркинг финансовой стратегии.

Ключевые слова:

Экономическая эффективность, финансовая стратегия, бенчмаркинг, внутренний бенчмаркинг, конкурентный бенчмаркинг, общий бенчмаркинг, функциональный бенчмаркинг.

Экономическая эффективность – это результативность экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, характеризуемая отношением полученного экономического эффекта, результата к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата; достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости [1].

Каждое предприятие стремится получить максимальную прибыль при минимальных затратах. Для этого разрабатываются различные стратегии, в том числе и финансовые. В ходе использования финансовой стратегии возникают расходы и доходы у хозяйствующего субъекта. Результат отношения этих расходов и доходов показывает экономическую эффективность выбранной финансовой стратегии.

Эффективность функционирования предприятий зависит от правильного выбора и обоснования финансовой стратегии, являющейся существенным компонентом общей экономической стратегии предприятия. Финансовая стратегия определяет поведение предприятия на рынке, формирует его рыночную позицию в зависимости от наличия финансовых ресурсов, методов и направлений их использования.

От того какой будет финансовая стратегия зависит ее экономическая эффективность, и, следовательно, будущее предприятия. В связи с этим, необходимо принимать правильное решение, обусловленное производством оценки экономической эффективности в результате реализации выбранной финансовой стратегии.

Существуют различные методы, способствующие увеличению эффективности деятельности предприятия, в том числе и экономической, среди них есть метод бенчмаркинг. Данный метод в основном применяется в маркетинге, маркетинговых исследованиях. Однако, бенчмаркинг можно также применить и для увеличения экономической эффективности финансовых стратегий компании.

Бенчмаркинг – это метод использования чужого опыта, передовых достижений лучших компаний для повышения эффективности производства, совершенствования бизнес-процессов. Основан на анализе конкретных результатов и их использовании в собственной деятельности.[1]

Бенчмаркинг также называют попарным анализом, который проводит сравнение каждого фактора, показателя попарно с аналогичным показателем основного конкурента. Подобный анализ позволяет определить те области, в которых анализируемая компания проигрывает главному конкуренту или рынку в целом, и сконцентрировать основные управленческие усилия на осуществлении тех мероприятий, которые позволят догнать конкурентов. [2]

Бенчмаркинг помогает определить сильные и слабые стороны предприятия в зависимости от изменения ситуации на рынке. Дает возможность лучше удовлетворять потребительские запросы по качеству, цене, товарам и услугам путем установления новых стандартов и целей. Данный метод способствует к стимулированию работников к достижению новых стандартов и стремлению к но-

вому развитию в связанных сферах деятельности. Он позволяет показывать картину уровня предприятия до использования бенчмаркинга, и уровня, до которого можно и нужно стремиться, чтобы увеличить экономическую эффективность предприятия. Помогает предприятиям путем постоянного совершенствования повысить их конкурентоспособность для поддержания определенного уровня эффективности и повышения уровня конкуренции.

Благодаря методу бенчмаркинг происходит повышение качества продукции, увеличивается производительность и эффективность бизнес-процессов. Возникают инновационные идеи, способствующие поднятию уровня конкурентоспособности предприятия.

Тем не менее, существует ряд проблем, которые могут препятствовать успешному проведению бенчмаркинга [3]:

- ◆ временные рамки;
- ◆ нехватка ресурсов;
- ◆ конкурентные барьеры;
- ◆ недоступность или труднодоступность необходимой информации о конкурентах;
- ◆ нехватка управленческих и профессиональных кадров;
- ◆ сопротивление изменениям;
- ◆ несовершенство планирования и т.д.

Существует тонкая грань между бенчмаркингом и промышленным шпионажем, но между ними есть принципиальная разница. Промышленный шпионаж представляет собой форму недобросовестной конкуренции, целью которой является незаконное получение, использование, разглашение информации другого предприятия, а бенчмаркинг это метод изучения чужого опыта, который не является тайной за семью печатями.

Процесс бенчмаркинг подразумевает собой прохождение нескольких этапов от оценки организации и определение областей для улучшений, до внедрения и адаптации полученного опыта, идей, стратегии.

В основном используют четыре вида бенчмаркинга [4]:

1. **внутренний** – сравнению подлежит деятельность подразделений внутри компании;
2. **конкурентный** – сравнение своей организации с конкурентами по максимальному количеству параметров;

3. **общий** – сравнение фирмы с непрямыми конкурентами по определенным интересующим показателям;

4. **функциональный** – сравнение по функциям (продажи, закупки и т. д.).

Применение метода функционального бенчмаркинга больше всего будет способствовать увеличению экономической эффективности финансовых стратегий предприятия, поскольку он использует сравнение эффективности по отдельным функциям компании одной отрасли [1]. А это очень важно, чтобы сравнения эффективности происходили между компаниями одной отрасли по отдельным функциям, т.к. у них будет схожая продукция, общий рынок со своими особенностями, и одно общее желание – быть лидером в данном сегменте. К примеру, производителю бытовой электротехники не имеет смысла применять метод бенчмаркинга для увеличения экономической эффективности своей финансовой стратегии по отношению к производителю автомобилей, потому что ничего общего у них нет.

Применяя данный метод, нельзя рассматривать финансовую стратегию каким-то одним параметром или показателем. Увеличение размера прибыли, объема продаж, закупок, повышение показателей рентабельности, обеспечение реальной сбалансированности планируемых расходов и доходов предприятия, определение финансовых взаимоотношений с бюджетом, банками и т. д. [5] – все это является результатом реализации финансовой стратегии. Поэтому метод функционального бенчмаркинга следует применять к основным показателям, которые в итоге образуют результат финансовой стратегии.

Первый шаг бенчмаркинга финансовой стратегии состоит в изучении финансового состояния собственного предприятия, а именно в изучении основных финансовых показателей. Нужно понять, какие показатели являются основными, и, какие показатели влияют друг на друга.

Основным финансовым показателем фирмы, из-за которого в основном разрабатываются различные стратегии, и который все компании стремятся увеличить, совершенствуя свои производственные и бизнес-процессы, является выручка. Информацию об этой величине



проще всего узнать из открытых источников предприятий. Данный показатель является ориентиром для определения доли рынка собственной компании и ее конкурентов.

Следующим шагом будет поиск компании-конкурента, который послужит эталоном, и в которой основные финансовые показатели на уровень выше сравниваемых. После выбора такой компании, необходимо произвести сбор информации, а именно финансовой отчетности.

Компания, составляющая отчетность по международным стандартам финансовой отчетности и имеющая конкурентов, которые также обязаны составлять и публиковать такую отчетность [6, ст.3, ст.7], сравнивает собственные основные финансовые показатели с аналогичными показателями конкурента-эталона: чистую прибыль, EBIT, операционную прибыль, EBITDA.

Далее следует этап анализирования полученной информации. Теперь нужно осмыслить всю полученную информацию и сделать выводы, как можно ликвидировать пробелы между собственной фирмой и компанией-эталонном. Например, возможно следует найти более дешевую рабочую силу, недорогую аренду помещений, чтобы сократить статью расходов, что позволит закупить, и использовать более качественные материалы в производстве товаров, и т.д.

Последний этап заключается в адаптации и внедрении полученных идей, опыта, а возможно и внедрение инновационных решений, основанных на опыте и стратегий предприятий-эталонных. Бенчмаркинг должен иметь циклический характер. Это будет способствовать совершенствованию и развитию предприятия. Поэтому последний этап бенчмаркинга должен плавно переходить в первый этап.

ЛИТЕРАТУРА

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь / 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М. 2006. – 495 с.
2. Анализ структуры и трендов / В. Дусалеев, Д. Попов // Оценочная деятельность – 2010. – № 2. – С. 62–64.
3. Механизм управления эффективностью предприятий региона / А.Г. Гончарук // Регион: экономика и социология – 2009. – № 3. – С. 232–247.
4. Воеводина Н.А. Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ / Кулагина А.В., Логинова Е.Ю., Толберг В.Б. – М.: ЛА "Научная Книга", 2009. – 117 с.
5. Адамов Н.А. Бюджетирование в коммерческой организации: краткое руководство / Адамов Н.А., Тилов А.А. – СПб.: Питер, 2007. – 144 с.
6. О консолидированной финансовой отчетности : федеральный закон РФ от 27 июля 2010 г. N 208-ФЗ.

© О.В. Аджиев, (adzhiev@list.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики».

27–29 марта 2012

Комплекс специализированных выставок
«Нефть. Газ. Химия»
«Горное дело»
«Сибирский GEO-форум»

НОВЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ!

АПРИОРНАЯ ОЦЕНКА ПОСЛЕДСТВИЙ ФИНАНСОВЫХ РЕШЕНИЙ, ПРИНИМАЕМЫХ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

AN A PRIORI ASSESSMENT OF THE IMPACT OF FINANCIAL DECISIONS WHEN PLANNING ACTIVITIES OF THE COMPANY

*V. Nezamaikin
I. Yurzinova*

Annotation

The subject of the article is the a priori estimate of the results of financial decisions. The theory is illustrated by the examples of the practical using of this matter.

Keywords: a priori estimate, of the coefficient of financial loyalty, scripts, financial condition and rank, a set of financial indicators.

Незамайкин Валерий Николаевич

д.э.н., профессор ФГОБУ ВПО

Финансовый университет при

Правительстве Российской Федерации

Юрзинова Ирина Леонидовна

д.э.н., профессор ФГОБУ ВПО

Финансовый университет при

Правительстве Российской Федерации

Аннотация

В статье рассматривается механизм априорной оценки последствий финансовых решений, принимаемых в рамках сценарного подхода при планировании деятельности компании. Даны примеры практической реализации положений, изложенных в статье.

Ключевые слова:

априорная оценка, коэффициент финансовой лояльности, сценарии, финансовое состояние, ранг, набор финансовых показателей.

Зачастую еще на этапе планирования крайне важно оценить, какое влияние окажет то или иное решение на финансовое состояние организации. Для решения подобных задач необходимо использовать специальные механизмы априорной оценки.

Один из таких механизмов, разработанный И.Л. Юрзиновой, заключается в применении специального коэффициента – индикатора изменения финансового состояния. Изначально система априорной оценки разрабатывалась для целей налогового планирования, поэтому коэффициент был назван коэффициентом налоговой лояльности. Однако в данном случае, рассматривая более широкую задачу формирования финансовой политики организации, имеет смысл трактовать этот коэффициент как коэффициент финансовой лояльности (подразумеваемая под "лояльностью" полезность того или иного управленческого решения с точки зрения развития организации).

Основная идея описываемого механизма априорной оценки состоит в использовании сценарного подхода. На основании имеющейся информации о деятельности организации и о ее финансовых потоках разрабатываются два сценария:

- 1) развитие организации при условии, что интересующее нас решение не будет принято;
- 2) развитие организации при условии, что данное решение будет принято.

Затем по очереди результаты каждого сценария сравниваются с показателями базисного периода, после чего производится сравнение полученных результатов

между собой. Значение коэффициента финансовой лояльности рассчитывается на основании результатов именно этого второго сравнения.

Расчетная формула коэффициента построена исходя из обеспечения максимального удобства интерпретации: диапазон возможных значений находится в пределах от -1 до $+1$, при этом значение -1 показывает однозначное ухудшение финансового положения, а значение $+1$ – однозначное его улучшение.

Одной из основных задач, которая должна быть решена для получения адекватной априорной оценки, является задача выбора финансовых показателей, на основе которых будет рассчитываться коэффициент финансовой лояльности. Система этих показателей в обязательном порядке должна отвечать следующим требованиям:

- ◆ однозначным образом определять развитие организации (недопустимы показатели, для которых невозможно однозначно утверждать, что, например, увеличение – это хорошо / или плохо);
- ◆ обладать высокой степенью чувствительности к незначительным изменениям финансового состояния.

Помимо этого желательно, чтобы она включала небольшое количество элементов (для удобства проведения расчетов, обычно количество показателей не превышает 7–9).

Выбор элементов системы производится исходя из целей и задач организации; помимо выбора самих показателей желательно провести их ранжирование – расстановку по степени важности для организации.

Пример подобной системы и ранжирования ее элементов:

Элемент системы	Назначение элемента	Ранг
Нераспределенная прибыль	Оценка целесообразности продолжения деятельности и возможностей финансирования развития организации за счет собственных средств	6
Рентабельность активов	Оценка эффективности использования активов	1
Рентабельность собственного капитала	Оценка эффективности использования средств собственников, инвестированных в организацию	2
Чистые активы	Оценка стоимости организации	5
Коэффициент абсолютной ликвидности	Комплексная оценка кредитоспособности, платежеспособности и гарантий кредиторов по краткосрочным обязательствам	4
Коэффициент финансовой независимости	Оценка степень финансовой зависимости организации от текущей рыночной конъюнктуры и оценка гарантий кредиторов по всей совокупности обязательств	3

Как видно из таблицы приведенный набор финансовых показателей однозначным образом характеризует изменение финансового состояния организации: снижение значений любого показателя представляет собой отрицательную тенденцию и наоборот.

Исходные данные для оценки целесообразно рассчитывать путем построения динамической имитационной модели организации с учетом максимального количества финансово-экономических и технологических факторов, оказывающих прямое либо косвенное влияние на финансовое состояние (реализовать такую модель на практике проще всего методом бюджетирования). Чем точнее модель описывает реальную хозяйственную деятельность организации, тем более широкий спектр решений может быть априорно оценен с ее помощью.

Сам коэффициент финансовой лояльности имеет следующий вид:

$$K_{ФЛ} = \frac{\sum_{i=1}^n (n + 1 - Rank_i) * \frac{\Delta_i}{|\Delta_i|}}{\sum_{i=1}^n Rank_i}$$

где Δ_i – разность темпов роста i -ого элемента системы финансовых показателей;

$Rank_i$ – ранг i -го элемента системы финансовых показателей – задаваемая экспертным путем порядковая оценка значимости i -го элемента системы в соответствии со стратегическими целями развития объекта; $Rank_i = 1$ соответствует наиболее значимому элементу;

n – количество элементов системы финансовых показателей.

Множитель $(n + 1 - Rank_i)$ позволяет перейти в расчетах от ранга (наиболее приоритетный показатель имеет ранг, выражаемый наименьшим числом) к весу соответствующего коэффициента (наиболее значимому показателю соответствует наибольший вес).

Таким образом достигается максимизация влияния на результат наиболее значимых финансовых коэффициентов.

В качестве примера – каким образом работает данный коэффициент, рассмотрим следующее простое решение.

Пример 1.

До принятия финансового решения:

- ◆ метод оценки материальных затрат в учетной политике – ФИФО;
- ◆ метод оценки материальных затрат в учетной политике для целей налогообложения – ФИФО;
- ◆ запасы сырья на конец периода – 10% от объема закупленного сырья;
- ◆ годовое изменение цены сырья – +10%.

Финансовое решение – изменить в учетной политике для целей налогообложения метод оценки материальных затрат на ЛИФО.

Изменения в системе финансовых коэффициентов (рассчитаны по условной динамической имитационной модели небольшой производственной организации):

Показатель	Значение на конец предыдущего года	Значение на конец исследуемого периода без изменений (1)	Темп роста 1	Значение на конец исследуемого периода с изменением (2)	Темп роста 2	Дельта темпов роста
Нераспределенная прибыль	59'995.18	116'221.01	0.94	116'469.17	0.94	0.00414
ROA	0.02	0.03	0.53	0.031	0.54	0.00327
ROE	0.03	0.05	0.83	0.053	0.84	0.00371
Чистые активы	2'082'995.18	2'199'216.20	0.06	2'199'464.35	0.06	0.00012
Коэффициент абсолютной ликвидности	0.71	0.59	(0.16)	0.592	(0.16)	0.00009
Коэффициент финансовой независимости	0.71	0.59	(0.16)	0.592	(0.16)	0.00009

Расчет коэффициента:

$$K_{Фл} = \frac{(6+1-6) \cdot \frac{0,00414}{|0,00414|} + (6+1-1) \cdot \frac{0,00327}{|0,00327|} + (6+1-2) \cdot \frac{0,00371}{|0,00371|} + (6+1-5) \cdot \frac{0,00012}{|0,00012|} + (6+1-4) \cdot \frac{0,00009}{|0,00009|} + (6+1-3) \cdot \frac{0,00009}{|0,00009|}}{1+2+3+4+5+6} = \frac{1+6+5+2+3+4}{21} = 1,000$$

Таким образом, видно, что даже, несмотря на то, что значения двух последних коэффициентов ухудшаются по сравнению с базисным периодом, принятие решения однозначно приведет к улучшению финансового состояния организации (даже ухудшение значений КАЛ и КФН в этом случае будут менее значительными).

Необходимо отметить, что в данном случае был взят пример, для которого в реальности нет необходимости применять рассматриваемую систему априорной оценки. Менее нагляден результат принимаемого решения в ситуации, например, с выбором метода оценки стоимости реализуемой продукции или с выбором метода оценки материальных затрат в условиях колебания цены на сырье.

Существует еще один класс ситуаций, в которых применение рассматриваемой системы крайне желательно:

– в условиях, когда в силу сложившихся обстоятельств необходимо принять решение, приводящее к ухудшению финансового состояния,

– для выбора возможных решений, способных компенсировать или хотя бы сгладить негативные последствия такого решения.

Рассмотрим следующий пример.

Пример 2.

До принятия финансового решения:

- ◆ метод оценки материальных затрат в учетной политике – по средней взвешенной (СВ);
- ◆ метод оценки материальных затрат в учетной политике для целей налогообложения – СВ;
- ◆ запасы сырья на конец периода – 10% от объема закупленного сырья;
- ◆ годовое изменение цены сырья – +10%;
- ◆ процент по краткосрочным кредитам – 26% годовых.

По условиям контрактов оплата готовой продукции дебиторами производится в следующем месяце.

Планируемые изменения:

- ◆ скидка дебиторам – 4%, при этом дебиторская задолженность поступает в тот же месяц (вынужденное негативное решение);
- ◆ метод оценки материальных затрат в учетной политике – ФИФО (компенсирующее);
- ◆ метод оценки материальных затрат в учетной политике для целей налогообложения – ЛИФО (компенсирующее).

КОММЕНТАРИЙ: В модели, на основании которой проводились расчеты, объем краткосрочных кредитов, привлекаемых для оплаты текущих обязательств, составляет примерно 30-40% выручки-брутто. Проведем небольшой прикидочный расчет для этой модели. При месячной выручке в 530 000 у.д.е. объем скидки составит 21 200 у.д.е. Предположим, что величина краткосрочного кредита - 212 000 у.д.е., следовательно месячный процент составит 4 593 у.д.е., что в 4,6 раза меньше потери выручки. Таким образом, в данных обстоятельствах предоставлять скидку дебиторам с целью сэкономить на краткосрочных кредитах недопустимо.

Однако в ряде ситуаций предоставление скидки дебиторам может оказаться необходимым. Например, в случае ухудшения финансового состояния покупателей - в условиях, когда риск невозврата дебиторской задолженности резко возрастает с увеличением периода отсрочки платежа. В таких условиях лучше обеспечить снижение этого периода (пусть даже за счет финансовых потерь), но при этом сохранить уровень собственного рыночного риска в заданных пределах.

В нашем случае организация решает минимизировать негативные последствия решения в отношении дебиторской задолженности, которое она вынуждена принять, путем изменения применяемых методов оценки материальных затрат для целей получения финансового результата и для целей налогообложения.

Таким образом, в данном случае оценивается совместное влияние на финансовое состояние организации трех принятых решений: вынужденного негативного и двух компенсирующих.

Изменения в системе финансовых коэффициентов:

Показатель	Значение на конец предыдущего года	Значение на конец исследуемого периода без изменений (1)	Темп роста 1	Значение на конец исследуемого периода с изменением (2)	Темп роста 2	Дельта темпов роста
Нераспределенная прибыль	62'251.98	121'769.48	0.96	110'217.76	0.77	(0.19105)
ROA	0.02	0.03	0.52	0.03	0.58	0.05778
ROE	0.03	0.06	0.85	0.05	0.68	(0.17148)
Чистые активы	2'075'639.98	2'161'012.67	0.04	2'159'072.95	0.04	(0.00110)
Коэффициент абсолютной ликвидности	0.72	0.59	(0.18)	0.68	(0.06)	0.11831
Коэффициент финансовой независимости	0.72	0.59	(0.18)	0.68	(0.06)	0.11831

Расчет коэффициента финансовой лояльности:

Показатель	Вес	Знач. слагаемого в числителе формулы
Нераспределенная прибыль	1	-1
ROA	6	6
ROE	5	-5
Чистые активы	2	-2
Коэффициент абс. ликвидности	3	3
Коэффициент фин. независимости	4	4
Коэффициент априорной оценки		0.238

Положительное значение коэффициента показывает, что вынужденное негативное решение может быть признано частично компенсированным. Однако, скорее всего такой компенсации недостаточно (слишком маленькое значение коэффициента). Хотя все положительные (> 0) значения коэффициента финансовой лояльности свидетельствуют об улучшении финансового состояния "в целом", обычно на практике устанавливают некоторый диапазон допустимых значений, отсекая положительные значения ниже установленного предела в качестве решений с недостаточной эффективностью. Если, например, в нашем примере установить нижнюю границу диапазона на уровне 0,7, то компенсирующие решения будут признаны неэффективными.

ЛИТЕРАТУРА

1. Юрзинова И.Л. Теоретические аспекты финансово-экономического обоснования решений, принимаемых в сфере налоговой политики (статья)// Экономика. Налоги. Право. – 2008. – № 2(3)
2. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Выбор экономико-математической модели для оценки эффективности мероприятий налоговой политики (статья)// Вестник финансовой академии. – 2010. – № 3

НДС И НАЛОГ С ПРОДАЖ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПРИМЕНЕНИЯ

THE VAT AND THE TAX FROM SALES: HISTORICAL ASPECT OF APPLICATION

V. Rykunova

Annotation

In the article on the basis of experience of application of the tax from sales and the value-added tax is presented evolution of the indirect taxation for which decision of problems it is necessary to search not in replacement of one tax with another, and in approach change to definition of objects of the taxation, a design procedure of tax deductions.

Keywords: the taxation, tax administration, the value-added tax, the tax from sales, tax deductions.

Рыкунова Валентина Леонидовна

к.э.н., доцент,

Юго-Западный государственный
университет, г. Курск

Аннотация

В статье на основе опыта применения налога с продаж и налога на добавленную стоимость представлена эволюция косвенного налогообложения, решение проблем которого необходимо искать не в замене одного налога другим, а в изменении подхода к определению объектов налогообложения, методики расчета налоговых вычетов.

Ключевые слова:

налогообложение, налоговое администрирование, налог на добавленную стоимость, налог с продаж, налоговые вычеты.

К современным косвенным налогам относятся налог на добавленную стоимость, налог с продаж, акцизы. Основными критериями оптимального косвенного налога являются перелажаемость на потребителей; фискальность; завуалированность изъятия; стимулирование внешнеторговой деятельности.

Налог на добавленную стоимость, являясь главным бюджетобразующим налоговым доходом, остается и одним из самых проблемных налогов в российской налоговой системе. Периодически по поводу НДС возникают дискуссии и предлагаются различные варианты его реформирования: заменить НДС налогом с продаж, изменить способ исчисления, установить единую ставку.

Высокие издержки государства и бизнеса, связанные с администрированием НДС, поиски стимулов инновационного экономического роста и в настоящее время служат поводом для возобновления споров о необходимости замены налога на добавленную стоимость налогом с продаж. Главный аргумент в пользу такой реформы косвенного налогообложения – простота и дешевизна администрирования налога с продаж, что обусловлено как отсутствием сложной цепочки вычетов, применяемых при обложении налогом на добавленную стоимость, так и простотой исчисления. Как известно, налог с продаж взимался в качестве налога на потребление до повсеместного внедрения налога на добавленную стоимость.

В настоящее время налог с продаж в США является региональным налогом, устанавливается на уровне штатов и имеет различные ставки. Косвенные налоги в этой стране (налоги на потребление) используются, в основ-

ном, штатами и местными органами управления, для которых они являются неизменным источником постоянного дохода. На федеральном уровне эти налоги непопулярны, так как считается, что они сдерживают экономическую активность, поэтому основной функцией налогов на потребление в США является коррекция схем производства, распространения и потребления товаров. Налоги на потребление представлены в США налогом с продаж, индивидуальными налогами с оборота, акцизами, налогами на предметы роскоши [2, с.94]. Поступления от налога с продаж (суммарное значение поступлений от налога с продаж по штатам и в местные бюджеты) в среднем за 2004–2006 гг. составляли порядка 3,1% ВВП, в то время как средняя ставка составляла 4–5% [3, с.56]. В конце 2009 года средняя совокупная ставка налога с продаж, который взимается на уровне штатов, округов и муниципалитетов США, достигла 8,629 процента.

В России предшественником налога с продаж до 1991 года был налог с оборота, который являлся одним из основных доходов в налоговой системе СССР. Он взимался в основном по товарам народного потребления, некоторым продуктам питания, алкогольным и табачным изделиям, розничные цены на которые были выше оптовых, а также по некоторым видам продукции отраслей тяжелой промышленности и машиностроения. Налог с оборота при этом не затрагивал сельское хозяйство, транспорт, строительство, связь и некоторые другие отрасли. Ставки налога с оборота определялись в процентах к облагаемому обороту, в твердых суммах с единицы товара или в виде разницы между фиксированными розничными и оптовыми ценами, устанавливаемыми государством для определенных товаропроизводителей. В 1990 –

1991 г. более 90 % поступлений налога с оборота формировалось разницей в ценах. При установлении ставок налога с оборота учитывался уровень рентабельности в отдельных отраслях и на отдельных предприятиях, что не способствовало нейтральности налогообложения. Налог с оборота был важнейшим источником доходов бюджета СССР. В 1980 году его поступления составили 15,2% ВВП, в 1985 году – 13,6% ВВП. К 1991 году объем налога с оборота, поступившего в консолидированный бюджет бывшего СССР, сократился до 6,3% ВВП, или 21% бюджета.

Внедрение рыночных отношений, введение свободных рыночных цен в условиях конкуренции товаропроизводителей требовали замены налога с оборота другими налогами, которые бы позволили решить задачу наполнения бюджета на федеральном и региональном уровнях.

Налог с продаж был впервые введен в России с 1 января 1991 года. Он вводился в целях финансового обеспечения принятых социально-экономических программ поддержки малообеспеченного населения, а также стабилизации денежного обращения. Налог с продаж уплачивался конечными потребителями товаров (работ, услуг). Он представлял собой косвенную форму налогообложения, являясь инструментом распределения чистого дохода общества. Источником уплаты налога с продаж были средства предприятий, объединений, организаций, перечисленные поставщикам и подрядчикам за отгруженные товары, выполненные работы, оказанные услуги. По товарам народного потребления и услугам, оказываемым физическим лицам, этот налог уплачивался за счет доходов населения. В круг плательщиков налога с продаж были включены лица, занимающиеся индивидуальной трудовой деятельностью по регистрационным удостоверениям и патентам. Налог с продаж действовал в течение одного года и 1 января 1992 года был отменен в связи с введением НДС [1, с.214].



В 1998 году в целях решения вопроса финансовой

поддержки регионов Российской Федерации вновь был введен налог с продаж, но объектом обложения признавалась только стоимость товаров (работ, услуг), реализуемых в розницу или оптом за наличный расчет. Суммы налога с продаж зачислялись в бюджеты субъектов Российской Федерации и местные бюджеты в размерах соответственно 40 и 60% и направлялись на социальные нужды малообеспеченных групп населения. Налог с продаж был введен в 75 субъектах Российской Федерации. В большинстве субъектов Российской Федерации принята единая ставка налога с продаж в размере 5%, т.е. на максимально допустимом уровне. У НДС и налога с продаж был один объект налогообложения с той разницей, что налогом с продаж облагалась реализация за наличный расчет. Налог с продаж был введен с единственной целью – увеличить доходы региональных бюджетов. Однако, имеющаяся практика применения налога с продаж в российской налоговой системе в 1998–2002 гг. в качестве регионального налога свидетельствует о том, что собираемость налога с продаж была гораздо ниже собираемости применяемого в том же периоде налога на добавленную стоимость. В России в 2000–2002 гг. при базовой ставке налога с продаж в 5% сборы составляли не более 0,5% ВВП, то есть эффективная налоговая база (доля ВВП, облагаемая налогом) составляла лишь 10%. На долю налога с продаж в 2002 году, по данным Министерства финансов Российской Федерации, приходилось 4,5% налоговых доходов консолидированного бюджета субъектов РФ [3].

Считается, что введение налога с продаж при наличии в налоговой системе налога на добавленную стоимость – это фактически единственный случай в мировой экономической практике (кроме Канады), когда одновременно в одной системе налогообложения взимались и налог на добавленную стоимость, и налог с продаж. Так, в США взимается налог с продаж, который действует в сфере торговли при покупке товаров, но там отсутствует НДС. В странах ЕС введен НДС, но там отсутствует налог с продаж [2, с.71]. При одновременном существовании в российской налоговой системе НДС и налога с продаж издержки налогоплательщиков по уплате налогов стали значительно выше. Предприятия розничной торговли сталкивались с двумя во многом различными системами исчисления и уплаты налога с различной базой и налоговыми льготами, а также с различными порядками налоговой регистрации и определения величины налоговых обязательств. При этом возникали трудности с продажей товаров за пределы региона. Одновременное взимание налога на добавленную стоимость и налога с продаж приводило к значительному росту издержек на администрирование без какого-либо положительного воздействия на общую величину налоговых поступлений. С 1 января 2004 года налог с продаж в Российской Федерации был отменен, но, несмотря на это, идея по его возврату существует до настоящего времени.

Существование проблемы выбора между налогом на

добавленную стоимость и налогом с продаж, на наш взгляд, объясняется не только существующими трудностями администрирования налога на добавленную стоимость, которые имеются и по другим налогам, но и отсутствием установленных на законодательном уровне действенных мер по пресечению незаконного включения налога в вычеты, что способствует росту сумм НДС, заявляемых к возмещению из бюджета. Тем не менее, исследования замены налога на добавленную стоимость налогом с продаж не носят системный характер. Так, не изучены последствия данного изменения косвенного налогообложения для хозяйствующих субъектов, которые будут являться основными плательщиками налога с продаж. Но самое главное: при наличии нерешенной проблемы возмещения НДС из бюджета остается дискуссионным, законодательно не определенным понятие "добавленная стоимость", при рассмотрении которого по-разному интерпретируются принципы и методы ее формирования и налогообложения. В конечном счете, ослабевает зависимость между величиной созданной добавленной стоимости и суммой ее изъятия в бюджет, независимо от применяемого косвенного налога: НДС или налога с продаж.

Представляется целесообразным в целях налогообложения разграничить понятия добавленной стоимости микро- и макроуровня следующим образом:

◆ добавленная стоимость микроуровня (хозяйствующего субъекта) – это включаемая в цену вновь созданная в процессе производства (реализации) стоимость, относящаяся к продукции, реализованной покупателям; к произведенной, но не реализованной готовой продукции; к продукции, находящейся в незавершенном производстве;

◆ добавленная стоимость макроуровня представляет собой совокупность вновь созданной всеми хозяйствующими субъектами государства стоимости по всем отраслям экономики, стоимости коллективных услуг государства и чистых налогов на потребление.

Следует отметить, что изъятие налога на добавленную стоимость носит более завуалированный характер, чем изъятие налога с продаж, так как цена товара увеличивает-

ется на сумму налога постепенно, на всех стадиях движения его к потребителю. Возможность плательщика избежать налогообложения путем отказа от приобретения товара при применении НДС стимулирует производство и реализацию товаров, пользующихся спросом конечных потребителей, а при применении налога с продаж может привести к затовариванию розничной торговли и значительным потерям бюджета.

Снижение налоговой нагрузки на бизнес при применении косвенных налогов достигается за счет переложения ее на потребителей в виде надбавки к цене товара, работы или услуги.

В целях соблюдения в российской налоговой системе принципа переложимости налогового бремени на потребителей, приведения существующего налога на добавленную стоимость в соответствие с критериальными особенностями косвенного налогообложения, необходимо:

◆ принципиально пересмотреть экономическое содержание объекта налогообложения НДС. Признать объектами налогообложения НДС реализацию на территории России товаров, работ, услуг на возмездной основе; ввоз товаров на таможенную территорию РФ;

◆ изменить порядок формирования налоговых вычетов. В состав налоговых вычетов включать налог на добавленную стоимость, предъявленный поставщиком покупателю на основании оправдательных документов, приходящийся на товары, работы, услуги, включаемые в состав расходов, связанных с производством и реализацией проданной продукции, товаров, работ, услуг.

Таким образом, налог на добавленную стоимость, как результат эволюционного развития косвенного налогообложения, является более оптимальным для российской налоговой системы по сравнению с налогом с продаж. В целях повышения его прозрачности, прогнозируемости, установления взаимосвязи между добавленной стоимостью и суммой налоговых обязательств необходимо кардинальное изменение подходов к определению объектов налогообложения, методики определения налоговых вычетов.

ЛИТЕРАТУРА

1. История Министерства финансов России: в 4т. – Т.IV/Авторский коллектив. – М.:ИНФРА – М, 2002. – С. 214.
2. Рубанов А.А. Косвенное налогообложение в системе государственного регулирования экономики// Дис. ...к-та экон. наук: 08.00.10. – М.: 2004. – С.94
3. Трунин И. Нужна ли отмена НДС в России?// Вопросы экономики. 2008. №9. С. 56

ПРАВО НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ОСУЖДЕННЫХ НА КОНТАКТЫ С ВНЕШНИМ МИРОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В СВЕТЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ УГОЛОВНО-ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

RIGHT JUVENILE OFFENDERS TO HAVE CONTACT WITH THE OUTSIDE WORLD THROUGH TECHNICAL MEANS IN LIGHT OF THE REFORM THE PENITENTIARY SYSTEM

E. Timokhov

Annotation

Article addresses a number of major shortcomings that reduce the effectiveness of the education system and crime prevention to juvenile offenders. Also, the proposed basic perspective directions for the implementation of the activity staff of educational colonies by using new technologies and technical means.

Keywords: minors, juvenile delinquency, educational colonies, technical means.

Тимохов Евгений Владимирович
Адъюнкт кафедры уголовного права и криминологии Вологодского института права и экономики ФСИН России, ст. лейтенант внутренней службы

Аннотация

В статье отражен ряд основных недостатков, снижающих результативность деятельности в системе образования и предупреждения преступности несовершеннолетних осужденных, и предложены основные перспективные направления по реализации данной деятельности сотрудниками воспитательных колоний с применением новых технологий и технических средств.

Ключевые слова:

несовершеннолетние, преступность несовершеннолетних, воспитательные колонии, технические средства.

Эффективность деятельности правоохранительных органов в борьбе с преступностью во многом зависит от наличия оптимальной системы исполнения наказаний.

При этом нельзя не согласиться с позицией А.Н.Игнатов, что применение даже справедливого уголовного наказания далеко не всегда может однозначно оцениваться с точки социального значения. В социальном плане уголовное наказание, особенно такое, как лишение свободы, содержит не только позитивные, но и негативные стороны.[1]

В связи с этим П.П.Осипов отмечал, что "... применительно к общественным интересам надо учитывать, что лишение свободы – это противоречивое явление. Обеспечивая охрану одних общественных отношений, оно неизбежно негативно влияет на другие".[3]

Объем социально полезных связей несовершеннолетних осужденных с внешним миром в процессе отбывания лишения свободы ограничен, а при длительных сроках отбывания наказания такие связи постепенно ослабевают и могут утратиться совсем. Лишение свободы часто приводит к прерыванию отношений находящихся в изоляции подростков с родными и прежним окружением. Однако, если осужденному удастся поддерживать контакты с внешним миром в течение всего срока наказания, то это поможет ему найти себе место в обществе после освобождения.

Поэтому одним из важных аспектов исполнения наказания является такая организация общения несовершеннолетних осужденных с внешней средой, которая позволяет им вернуться в общество полноценными и пра-

вопослушными его гражданами.

Таким образом, одним из важных аспектов исполнения, наказания является организация общения несовершеннолетних осужденных к лишению свободы с внешним миром с целью успешной социальной адаптации и их подготовки к предстоящему освобождению.

По сравнению с исправительными колониями, порядок отбывания наказания в воспитательных колониях имеет отличительные особенности. Порядок отбывания наказания в них менее строгий, что связано с нравственными и психологическими особенностями несовершеннолетних. Подростки, как правило, легче поддаются исправительному воздействию.

При этом не может не вызывать удивления тот факт, что предоставляя несовершеннолетним осужденным большее количество свиданий и возможность при нахождении на льготных условиях проживать за пределами колонии, ст. 133 УИК РФ ни слова не говорит о праве несовершеннолетних использовать технические средства для общения с внешним миром. Здесь в отношении воспитанников колоний действуют общие правила, закрепленные ст. 92 УИК РФ, что, естественно, не может быть признано обоснованным.

К техническим средствам, которые осужденные в целом, и несовершеннолетние, в частности, могут использовать в процессе общения с внешним миром, по нашему мнению, можно отнести телефонные переговоры и использование сети Интернет.

Телефонные разговоры несовершеннолетних осужденных представляют собой один из элементов в сложной системе контактов с внешним миром. Как рекомен-

дуется в Европейских пенитенциарных правилах (2006 г.), осужденные должны иметь право на неограниченное количество писем, телефонных звонков, электронных сообщений для поддержания связи с родственниками, друзьями осужденными и представителями общественных организаций.

Исходя из смысла ст. 92 УИК РФ, количество телефонных разговоров не ограничивается, за исключением тех случаев, когда в исправительном учреждении нет технической возможности обеспечить телефонную связь в полном объеме. Тогда количество телефонных разговоров может быть ограничено администрацией исправительного учреждения до шести в год на одного несовершеннолетнего осужденного. Меньшее число телефонных разговоров администрация установить не имеет права, однако сам несовершеннолетний осужденный может использовать предоставленную возможность телефонных разговоров в меньшем объеме.

Закон не регламентирует также перечень лиц, которым может звонить осужденный подросток. Это могут быть близкие родственники, члены семьи, друзья, одноклассники и т.д.

Телефонный разговор предоставляется по письменному заявлению, в котором указываются адрес, номер телефона абонента и продолжительность разговора, не превышающая 15 минут. Для организации телефонных разговоров на территории жилой зоны устанавливается таксофонный аппарат. В случае невозможности его установки по техническим причинам используется телефон, находящийся в специально отведенном месте или создается специально оборудованный переговорный пункт с техническими устройствами обеспечения контроля за телефонными разговорами осужденных.

Ч. 2 ст. 92 УИК РФ предусматривает предоставление телефонного разговора сразу по прибытии подростка в исправительное учреждение. Также вне графика предоставляются телефонные разговоры при возникновении исключительных личных обстоятельств.

Следует отметить, что в большинстве стран технический уровень развития позволяет вести телефонные переговоры без ограничения. Так, например, в норвежских [4] и германских тюрьмах установлены телефоны-автоматы, которыми осужденные могут свободно пользоваться. Телефонные разговоры, оплачиваемые осужденными, не лимитируются по времени и не контролируются. Такой же неограниченный доступ к телефону имеют заключенные открытых тюрем в Дании. В закрытых же тюрьмах требуется специальное разрешение на телефонные разговоры, которые прослушиваются сотрудником учреждения. [6]

В США заключенным позволяется звонить семье и друзьям при контроле разговоров сотрудниками учреждения. Как правило, звонки оплачивает сам заключенный, хотя в некоторых случаях их оплачивает принимающая сторона. [5]

В Финляндии в тюрьме устанавливается телефон для пользования осужденными. Осужденный обязан сообщить, с кем и о чем он собирается поговорить. [7] В за-

крытых учреждениях тюремные служащие могут прослушивать телефонные переговоры, за исключением тех, которые ведутся с адвокатом заключенного. В открытых заведениях телефонные звонки не прослушиваются. [2]

Пенитенциарным законодательством Швейцарии заключенным-иностранцам позволяется 15-минутный разговор с домом по служебному телефону, если у них не было свидания с лицом из их страны в предыдущем месяце. Поскольку заключенные-иностранцы наиболее ограничены из-за недостатка в свиданиях, то при наличии соответствующих условий тюремное учреждение может себе позволить разрешать заключенным-иностранцам совершать звонки за границу.

Таким образом, следует признать, что российское законодательство в части предоставления несовершеннолетним осужденным права на телефонные переговоры существенно отличается не в лучшую сторону от Европейских пенитенциарных правил и законодательства развитых стран.

Кроме этого, откровенным пробелом уголовно-исполнительного законодательства является порядок проведения телефонных разговоров несовершеннолетнего осужденного с защитником или иным лицом, имеющим право на оказание юридической помощи. Ни в ст. 92 УИК РФ ни в ст. 133 УИК РФ ничего не говорится и о порядке общения подростка посредством телефонной связи со священнослужителями, представителями правозащитных организаций, уполномоченными по правам ребенка и иными лицами, общение с которыми администрация, по нашему мнению, не должна и не в праве ограничивать.

Как представляется, в этом случае даже прослушивание телефонных разговоров может производиться лишь тогда, когда имеются основания для осуществления цензуры, в частности, при наличии достоверных данных о том, что содержащиеся в разговоре сведения будут направлены на инициирование, планирование или организацию преступления либо вовлечение в его совершение других лиц.

Частным случаем реализации права несовершеннолетних осужденных на телефонные переговоры является проблема использования мобильной связи. Против предоставления осужденным этого права категорически выступает ФСИН, Следственный комитет, прокуратура. И причина этого вовсе не в желании предотвратить совершение нового преступления либо ограничить негативное влияние извне на осужденного. Все намного прозаичнее. Как только в спецучреждениях случается какая-то нестандартная ситуация, вроде ввода туда ОМОНа, по мобильным телефонам несовершеннолетние осужденные обзванивают правозащитников и журналистов. Посредством мобильной связи осужденные подростки также жалуются на администрацию, оперативно информируют родных и близких о случаях нарушения их прав. К тому же сейчас по мобильному телефону из неволи на волю можно переправить фото, видеосъемку, что и делается. В том числе фото весьма сомнительного свойства: процессы избиений, изнасилований и тому подобного. Именно желанием не допустить разглашения подобных нелегитимных

ятных фактов следует, в первую очередь объяснить запрет на использование мобильной связи несовершеннолетними осужденными.

А как же с мобильной связью в местах лишения свободы "у них"? Во многих европейских тюрьмах иметь мобильный телефон за решеткой разрешено. Там тюрьмы делятся на два режима – закрытый и открытый. Тем осужденным, у кого открытый режим содержания, никто не запрещает общаться по мобильному телефону.

Американцы, разрешив использование мобильных телефонов в тюрьмах некоторых штатов, к вопросу контроля за мобильными переговорами заключенных подошли научно и создали в 2006 году прибор, позволяющий контролировать дистанционно переговоры с мобильных трубок, а также входящие и исходящие sms-сообщения. Это стало возможным, благодаря программе ORION NLJD, разработанной компанией REI штата Теннесси. Если характер исходящей или входящей информации расценивается как криминальная деятельность – трубка блокируется.

Конечно, нельзя исключать, что мобильный телефон в руках несовершеннолетних заключенных может стать орудием преступления. Однако техническое развитие не влечет за собой автоматического расширения преступности, если оно сопровождается социальным развитием. Поэтому представляется возможным в рамках гуманизации уголовно-исполнительного наказания разрешить подросткам, содержащимся в воспитательных колониях, использовать мобильную связь для общения с внешним миром, одновременно обеспечив исправительные учреждения техническими средствами для ее контроля.

Сейчас невозможно представить современный мир без сети Интернет. Ведь компьютер сегодня – не редкость, компьютерные сети Интернет – такая же неотъемлемая часть нашей жизни, как телефон и почтовое отделение связи.

Так, несовершеннолетние осужденные карельских колоний теперь могут найти работу ещё до того как выйдут на свободу с помощью Интернета. В воспитательных колониях уголовно-исполнительной системы Карелии были установлены информационные киоски вакансий. Данные киоски представляют собой специальные терминалы, подключенные к общероссийской базе данных по трудоустройству.

Интересуются рынком вакансий не только те подростки, кто освободится в ближайшее время, но и все желающие. Учитывая наиболее востребованные вакансии, несовершеннолетний осужденный может получить необходимую специальность прямо в исправительном учреждении.

Доступ к качественному образованию посредством сети Интернет также может помочь в профориентации несовершеннолетних осужденных, в адаптации бывших заключенных на свободе после освобождения и т.п. Нет сомнения, что с указанным контингентом учащихся работают опытные педагоги. Но для каждой колонии своего "Макаренка" на каждый предмет не получишь. В этой связи дистанционное обучение – это та форма образова-

ния, которая может помочь осужденным подросткам в получении действительно качественного образования. В системе дистанционного обучения есть доступ к дистанционным курсам, составленным лучшими преподавателями. Через Интернет можно получить консультацию у высококлассных педагогов.

Полностью обучение через Интернет одной из первых в России стала проводить Шаховская воспитательная колония (Орловская область). После закупки необходимого оборудования, создания компьютерного класса, обучения воспитанников элементарным навыкам работы на компьютерах, преподаватели городского социального техникума начали предоставлять обучение по специальности "Оператор ПЭВМ". Кроме того, параллельно шло освоение одной из систем бухгалтерского учета "1С Бухгалтерия" с целью повышения конкурентоспособности воспитанников при трудоустройстве.

Таким образом, использование в воспитательной колонии сети Интернет поможет осужденным успешно адаптироваться в жизни на свободе, получить аттестат о среднем образовании или диплом о высшем образовании, получить профессию или повысить квалификацию.

Безусловный интерес представляет и возможность реализации осужденными права на свидание в виде Интернет – свидания подростков с родными и близкими посредством системы Скайп (Skype).

Здесь нельзя не принимать во внимание и так называемый географический фактор. Действительно, местоположение, масштабы территории нашей страны, а также, зачастую тяжелое материальное положение семьи осужденного подростка, препятствуют родным и близким несовершеннолетнего посещать его в исправительном учреждении, что приводит к разрушению социальных связей, негативно отражается на общем воспитательном процессе. Поэтому возможность подобных видеосвиданий стоит особенно остро. Данное новшество облегчит поддержание их социально – родственных связей, улучшит обеспечение прав осужденных и их родственников на свидания.

С нашей точки зрения, интернет – свидания следует приравнять к телефонным переговорам, количество которых на сегодняшний день законодательством не ограничено.

Безусловно, в рамках реализации права несовершеннолетних осужденных на переписку необходимо предоставлять воспитанникам колоний право на использование электронной почты для переписки с родными и близкими. Еще один плюс – возможность получать фотографии в электронном виде, что позволит несовершеннолетним осужденным не только прочитать письмо, но и увидеть фотографию адресата. Подобные нововведения положительно повлияют на социальную адаптацию осужденных подростков.

По нашему мнению вполне обоснованным будет предоставление осужденным подросткам права отправлять и получать электронные письма неограниченное количество раз.

На основании изложенного мы с сожалением должны

констатировать, что современное российское законодательство и практика его реализации в процессе перевоспитания несовершеннолетних осужденных в части предоставления последней возможности использования современных технических достижений для общения с внешним миром, далека от совершенства. Она не отвечает ни общеевропейским стандартам, ни законодательству большинства цивилизованных стран.

Оправдание ограничений осужденных подростков на общение с внешним миром необходимостью поддержания порядка в исправительных учреждениях и борьбой с преступностью при этом не выдерживает никакой критики. Мы убеждены в том, что социально – экономический и технический прогресс не могут считаться основной причиной преступности, а наоборот, некоторые преступления являются следствием отсутствия социально – экономических реформ или несвоевременного их осуществления. Это утверждение справедливо и для сферы исполнения уголовных наказаний в отношении несовершеннолетних, где степень реализации международных стандартов и норм общения несовершеннолетних осужденных к лишению свободы с внешним миром напрямую зависит от национальной политики и практики.

Главная цель внедрения новых технологий в методы исправления осужденных не только и не столько в повышении уровня образования (что так же необходимо), сколько в исправлении осужденного. Ведь основание существования исправительной системы – это возвращение в общество правопослушных людей, созидательных граждан, с готовностью вносящих свой вклад в развитие общества и соблюдающих закон не из страха наказания, а исходя из внутренней потребности. Другими словами, базовым действием в процессе исправления должно являться нравственное исправление. Поэтому важно, чтобы новые технологии использовались в процессе коррекции нравственных начал осужденных.

С этой целью необходимо внести изменение в ст. 133 УИК РФ, включив в нее следующие положения:

Включить в ч.1 названной статьи п. "в" следующее содержание:

Разрешается...

- ◆ без ограничения по продолжительности вести

телефонные переговоры. Порядок их проведения определяется руководителем пенитенциарного учреждения. Переговоры несовершеннолетнего осужденного с адвокатом (защитником), священнослужителем, уполномоченным по правам ребенка, представителями общественных правозащитных организаций не могут контролироваться персоналом исправительных учреждений.

Включить в ч.1 названной статьи п. "г" следующее содержание:

Разрешается...

- ◆ предоставлять под контролем сотрудников исправительного учреждения Интернет – свидания. Порядок их проведения определяется руководителем пенитенциарного учреждения.

Включить в ч.1 названной статьи п. "д" следующее содержание:

Разрешается...

- ◆ без ограничения получать и отправлять электронные сообщения посредством сети Интернет.

Включить в ч.1 названной статьи п. "е" следующее содержание:

Разрешается...

- ◆ пользоваться под контролем администрации исправительного учреждения сетью Интернет для получения образования, повышения квалификации, трудоустройства и в иных, не запрещенных законом целях.

Включить в ч.4 ст. 133 УИК РФ текст следующего содержания:

Осужденным, отбывающим наказание в льготных условиях, **разрешено...**

- ◆ пользоваться мобильной связью для телефонных переговоров.

В дальнейшем последнее положение можно будет распространить и на остальные категории несовершеннолетних осужденных.

Таким образом, новые информационные технологии позволят решить многие проблемы воспитательных колоний и расширить круг положительного общения осужденных подростков, что позволит повысить их шансы на последующую социальную адаптацию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Игнатов А.Н. Совершенствование правового регулирования исполнения наказания в виде лишения свободы // В Сб. ВНИИ МВД СССР. Труды № 69. М., 1983. С. 12–13.
2. Информация для заключенных. Хельсинки, 1997; С.10–11.
3. Осипов П.П. Теоретические основы построения и применения уголовно–правовых санкций. Л., 1976. С. 58.
4. Руководство по отбытию наказания, связанного с лишением свободы. Копенгаген, 1994. С.7.
5. A Judicial Guide to the Federal bureau of Prisons. Washington, DC, 1995. С.23.
6. Facts about the Norwegian Prison and Probation Service. Oslo, 1998. С.9.
7. Survey of the Enforcement of Imprisonment Sentences in Finland. Helsinki, 1994. С.8. 15с., см. также Joutsen Matti. Criminal Justice Systems in Europe. Finland. Helsinki, 1995. С.24.

ПОНЯТИЕ И СОДЕРЖАНИЕ ПУБЛИЧНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ

CONCEPT AND CONTENT OF PUBLIC REGULATION OF SOCIAL RELATIONS

R. Usmanova

Annotation

The article deals with the public regulation of social relations. It is noted that it includes public and legal and illegal control of the social relations in the public sphere. The author believes that the public and legal regulation, in turn, is represented in the form of public regulation and municipal-regulation. By unlawful regulators in the public sphere in the opinion of the author should be included customs, traditions, moral standards, political standards.

Keywords: public regulation, the public sphere, regulation, local government bodies.

Усманова Резида Минияровна

*к.э.н., доцент, декан юридического факультета,
Стерлитамакский филиал Башкирского
государственного университета*

Аннотация

В статье рассматривается содержание понятия "публичное регулирование общественных отношений". Отмечается, что оно включает в себя публично-правовое регулирование и неправовое регулирование общественных отношений в публичной сфере. Автор считает, что публично-правовое регулирование, в свою очередь, представлено в виде государственно-правового регулирования и муниципально-правового регулирования. К неправовым регуляторам в публичной сфере, по мнению автора, следует относить обычаи, традиции, моральные нормы, политические нормы.

Ключевые слова:

публичное регулирование, публичная сфера, правовое регулирование, органы местного самоуправления.

Как известно, общество поддерживает стабильность своей жизни двумя основными средствами: властным управлением и нормативным регулированием. Нормативное регулирование – особая форма деятельности общества, направленная на создание, реализацию и обеспечение различного рода общих правил (норм) поведения людей с целью упорядочения их отношений и достижения стабильности в обществе.

Стабильность в обществе поддерживается не только нормативным регулированием, но и властным управлением. С помощью власти деятельность различных субъектов направляется на достижение общих целей. С помощью же нормативного регулирования согласовываются (упорядочиваются) отношения между ними. Как правильно отмечает Ю.А. Тихомиров, "власть выступает основным средством социального регулирования общественных отношений". В современном государстве власть не сводится к принуждению. Государственная власть существует наряду с господством иных субъектов. Осуществление государственно-властных прерогатив уже перестает быть исключительно монополией самого государства. Передача власти компетентным формам, аппаратам, осуществляющим власть в публичном секторе, составляет целевое назначение государственной власти.

Отношения с участием властных субъектов можно именовать публичными отношениями.

Во-первых, стороной этих отношений, с одной стороны выступает властный публичный субъект, деятельность

которого должна быть направлена на регламентацию и обеспечение непосредственной реализации прав и свобод, с другой стороны, подвластный, который ожидает реальной возможности использования прав и свобод человека и гражданина.

Во-вторых, один из субъектов обладает властными полномочиями по отношению к другому. Однако в соответствии с уровнями публичной власти, одни и те же лица могут быть как властными, так и подвластными. Например, органы местного самоуправления выступают по отношению к населению в качестве властных субъектов при принятии правовых актов, но в то же время по отношению к органам государственной власти субъектов РФ выступают в качестве подвластных, при передаче последними отдельных государственных полномочий.

В-третьих, публичные отношения, возникают в публичной сфере, где реализуются публичные интересы.

Однако субъекты в публичных отношениях связаны не только нормами права, но и другими социальными регуляторами. Так, в соответствии со ст. 3 Федерального закона от 12 января 1996 г. № 8-ФЗ "О погребении и похоронном деле", после смерти человека могут совершаться обрядовые действия по захоронению тела (останков) в соответствии с обычаями и традициями, не противоречащими санитарным и иным требованиям. Моральные и этические нормы могут служить основанием для продления запрета на клонирование человека, в соответствии с Федеральным законом от 20 мая 2002 г. № 54-ФЗ "О

временном запрете на клонирование человека". Устав политической партии определяет внутреннее устройство политической партии и может содержать положения, не содержащиеся в ст. 21 Федерального закона от 11 июля 2001 г. № 95-ФЗ "О политических партиях", относящиеся к ее деятельности и не противоречащие законодательству РФ. Как видим из приведенных примеров, регулирование неправовыми нормами осуществляется в границах, установленных законодательством РФ.

Следовательно, регулирование публичных отношений осуществляется как путем официально-властного установления государством, органами местного самоуправления различных общеобязательных правил (норм права), так и возможностью упорядочения общественных отношений с помощью выработанных самим обществом, народом, нацией, отдельным коллективом граждан и негосударственными органами норм и правил поведения (мораль, обычаи, традиции, корпоративные нормы).

Таким образом, публичное регулирование, как часть нормативного, – это целенаправленное, протекающая в определенных формах деятельность субъектов публичной власти по упорядочению общественных отношений в рамках того или иного публично-правового образования.

Публичное регулирование в зависимости от субъектов, осуществляющих упорядочивание общественных отношений, можно разделить на: осуществляемое обществом, народом; регулирование, осуществляемое различными негосударственными объединениями; муниципальное регулирование; государственное регулирование.

В зависимости от того, какими нормами осуществляется публичное регулирование, различается правовое регулирование, и неправовое регулирование в публичной сфере. При этом только государственные органы и органы местного самоуправления вправе издавать правовые акты. Законодатель установил, что по вопросам местного значения органы местного самоуправления имеют право принимать нормативные акты, т.е. создавать соответствующие общеобязательные на территории данного муниципального образования правовые нормы. При этом имеются в виду регулятивные правовые нормы, т.е. нормы, не имеющие административных санкций, создание которых является прерогативой государства – Российской Федерации и ее субъектов. Принятые в муниципальном образовании нормативные акты по вопросам местного значения являются на территории этого муниципального образования общеобязательными для исполнения и соблюдения.

Мы можем выделить две самостоятельные подсистемы публичного регулирования: 1) правовое регулирование; 2) неправовое регулирование. Однако при этом не стоит забывать о том, что публичное регулирование как средство публичной власти является лишь частью нормативного регулирования в обществе, и поэтому, соот-

ветственно, выделяется также частное регулирование. И не весь объем правового регулирования является частью публичного, к публичному относится лишь публично-правовое регулирование. То же самое можно сказать о неправовом регулировании. Социальные регуляторы также упорядочивают отношения как в частной сфере, так и публичной сфере. Следовательно, к публичному регулированию относится только часть неправового регулирования.

Представляется возможным выделить следующие признаки правового регулирования.

Во-первых, правовое регулирование является одним из видов нормативного регулирования, т.е. регулирования, осуществляемого в обществе и связанного с упорядочением общественных отношений. Упорядочение общественных отношений может осуществляться, как известно, разными социальными регуляторами, среди которых первостепенную роль играют позитивное право, мораль и другие социальные нормы. Позитивное право – один из основных социальных регуляторов в условиях современного общества, вследствие чего и позитивно-правовое регулирование – один из основных видов социального регулирования.

Во-вторых, позитивно-правовое регулирование – это, в сущности своей, государственное регулирование, поскольку нормы позитивного права устанавливаются или санкционируются государством. В настоящее время муниципальная власть является самостоятельным уровнем публичной власти, и органы местного самоуправления в соответствии с Федеральным законом № 131 вправе издавать по вопросам местного значения свои муниципальные акты, и в частности таким актом является Устав муниципального образования. Следовательно, правовое регулирование это не только государственное, но и муниципальное регулирование. Как верно пишет В.Р. Шарифуллин: "Правовое регулирование включает в себя государственно-правовое регулирование, однако не исчерпывается им. Сегодня расширяется сфера локального регулирования на предприятиях, в учреждениях и организациях, растет активность праворегулирующей деятельности органов местного самоуправления".

В-третьих, правовое регулирование – это определенное воздействие на общественные отношения, которое осуществляется нормами права и другими правовыми средствами (правоотношениями, актами реализации права, актами применения права и пр. именуемой механизмом правового регулирования), которое имеет своей целью их упорядочение.

В-четвертых, главным и специфическим в правовом регулировании является установление меры возможного и должного поведения посредством закрепления юридических прав и обязанностей участников общественных отношений в нормах права и индивидуальных правовых актах". В этом отношении интересным представляется

следующее высказывание В.Н.Протасова: "Суть правового регулирования как раз и заключается в формировании правовых структур, установлении целесообразных отношений между субъектами в определенной социальной сфере через предоставление им субъективных прав и возложение юридических обязанностей, чтобы вызвать нужное поведение".

Правовое регулирование – это, в конечном счете, государственная деятельность, и она осуществляется либо непосредственно органами государственной власти, либо по уполномочию государства органами местного самоуправления, и, соответственно, публично-правовое регулирование включает в себя государственное и муниципально-правовое регулирование.

Так, в соответствии с Федеральным законом от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" правовую основу местного самоуправления составляют уставы муниципальных образований, решения, принятые на местных референдумах и сходах граждан, и иные муниципальные правовые акты (ст.4). Право на издание муниципальных актов регламентировано и отраслевым законодательством. Так, Земельный кодекс Российской Федерации, п.2.ст.2 предоставляет право органам местного самоуправления в пределах своих полномочий издавать акты, содержащие нормы земельного права.

Право воздействует на поведение людей, регулирует общественные отношения. Однако многие общественные отношения объективно не могут регулироваться правом, либо поддаются правовому регулированию, но не нуждаются в нем. В предмет правового регулирования должны входить такие общественные отношения, которые: складываются по воле конкретных участников и контролируются их сознанием; являются наиболее значимыми для государства и поддаются внешнему контролю. Право должно регулировать лишь значимое поведение, а не любое. Иначе, по мнению В.В.Лазарева, "подобная практика может привести к мелочной опеке государственными органами всей жизнедеятельности граждан, обязанных сверять свою жизнь, поступки с все новыми и новыми законами, наряду с которыми появляется огромное число бюрократизированных, скрупулезно регламентирующих каждый шаг человека ведомственных инструкций, разъяснений, положений".

Интересно в этом плане мнение Н. В. Сильченко, который пишет, что на нормативном уровне общественные отношения в самом общем виде урегулированы (как общие правоотношения) еще до того, как их участники начнут вступать в эти отношения и соотносить свое поведение с тем, что предписано нормами позитивного права, регулирующими данные отношения. Таким образом, все общественные отношения урегулированы различными социальными регуляторами. Необходимость же в правовом воздействии на поведение людей возни-

кает, если это поведение социально значимо. "Право регулирует поведение именно в социальных целях и интересах...", – писал В.Н. Кудрявцев. В своих нормах оно предписывает, что может, что должен и чего не должен делать субъект в той или иной ситуации.

Следовательно, наряду с правовым регулированием в обществе отводится немаловажная роль неправовому регулированию. Неправовое регулирование включает в себя моральное регулирование, традиционное, обычное и корпоративное. Но как было сказано выше, к публичному регулированию относится только часть неправового регулирования, т.е. то, что включено в публичную сферу. А это обычаи и традиций народов, наций, моральные нормы, действующие наряду с правом, а также часть корпоративных норм (политических), исходящих от субъектов политической власти.

1. Воздействие социальных норм в неправовом регулировании характеризуется тем, что для одной стороны (коллектива, человека) норма устанавливает определенный вид возможного поведения, для другой стороны (субъекта публичной власти), она устанавливает вид должного поведения, который состоит в невоспрепятствовании возможности первой стороны. Однако в отличие от правового регулирования, в неправовом отсутствуют принудительные функции у второй стороны. Результат такого воздействия в том, что люди соотносят свое поведение с нормами, либо в том, что поведение, нарушающее норму, вызывает применение мер общественного порицания, утрату доверия, либо вызывает собственное неудовлетворение и страх. Меры общественного воздействия, прежде всего сила общественного мнения, поддерживают все виды социальных норм, в том числе и правовые. Другое дело, что для правовых норм эти меры не являются единственным средством обеспечения.

2. Неправовое регулирование осуществляется с помощью стимулов и ограничений, направленных на формирование компромиссов между различными интересами, чтобы их противоречивость не стала непреодолимым препятствием к поступательному движению общества. Стимулами и ограничениями в социальной системе могут выступать соответствующие меры одобрения, поощрения, льготы, дозволения и меры осуждения, наказания, запреты, обязанности, принуждение.

3. Наряду с непосредственным воздействием, все-таки мы не должны упускать и сам факт регулирования общественных отношений. При этом задача неправовых норм урегулировать те отношения, которые по определенным обстоятельствам не урегулированы правом, либо не могут быть урегулированы им. Так, например, невозможно урегулировать отношения между членами национальной общности, территориального общественного самоуправления, общественной организации. Вот тогда главная роль отводится обычаям, традициям и морали. В

связи с этим позволим себе не согласиться с мнением Н.М. Казанцева, который считает, что "какая-либо вне-правовая соотношенность личности и общества, соотношенность, не опирающаяся каким-либо образом на право, невозможна. В отсутствии права возможно лишь говорить о межличностных контактах индивидов, причем ни один из таких контактов не будет опосредованным правом, не может возвыситься до общественных отношений". По мнению автора, общественных отношений без права нет. Далее он продолжает: "общественные отношения, понимаемые в строгом смысле в соответствии с их собственным именем как отношения, опосредованные обществом, не могут появиться прежде возникновения права и правоотношений, не могут осуществляться иначе, как правоотношения".

Воздействие с помощью неправовых норм начинается с возникновением данных регуляторов, т.е объективного фактора, а затем субъективного желания субъектов следовать им.

4. Социальные нормы обычаи, традиции воздействуют на поведение и могут быть реализованы. Но не всегда процесс реализации имеет место, в отличие от норм права, т.к. механизм правового регулирования, в конечном счете, должен повлечь реализацию норм права. Иначе нет правового регулирования. Однако в последнее время видим и механизм реализации неправовых норм, например, Посланий Президента России Федеральному Собранию.

5. Деятельность в публичном неправовом регулировании не требует использования правовых средств. Она осуществляется путем фактического правомерного поведения, характеризующегося как дозволения и запреты. Субъекты общественных отношений реализуют правомочия на собственные действия, не нарушают правовых за-

претов в силу прямого осуществления различных интересов политических, духовных, обусловленных социально-экономическими потребностями.

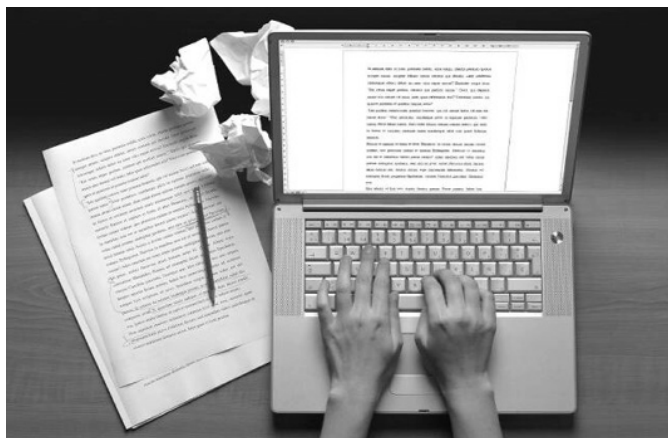
Фактическая деятельность при этом определяется, прежде всего, общесоциальными и экономическими факторами и стимулами и лишь соприкасается с правом постольку, поскольку правовые средства открывают простор для использования общесоциальных регуляторов и стимулов либо устанавливают запреты на совершение определенных действий.

6. Основной метод в неправовом регулировании – это общедозволительный. При этом право устанавливает запреты, т.к субъекты общественных отношений могут делать все, что не запрещено законом. Дозволения обеспечиваются системой общесоциальных средств: развитие гласности, самоуправления, развитие гражданского общества, демократизация общества, равномерное развитие всех форм собственности. Общесоциальные средства требуют правового опосредования и действуют в единстве с правовыми средствами обеспечения дозволений.

Таким образом, публичное регулирование является частью нормативного регулирования общественных отношений, наряду с частным регулированием. Публичное регулирование представлено в виде правового регулирования (публично-правового, которое включает в себя государственно-правовое и муниципально-правовое регулирование) и неправового в публичной сфере. Оно выражается в упорядочении тех сторон общественной жизнедеятельности, которые выражают всеобщую волю, потребности и интересы в реализации прав и свобод личности, гуманизм, социальную справедливость, устойчивость и надежность общественных процессов и отношений, посредством нормотворческой деятельности субъектов публичной власти.

ЛИТЕРАТУРА

1. Земельный кодекс Российской Федерации //Собрание законодательства Российской Федерации 2001.№ 44 Ст. 4147
2. Федеральный закон от 12 января 1996 г. № 8-ФЗ "О погребении и похоронном деле" // Российская газета от 20 января 1996 г. № 12
3. Федеральный закон от 20 мая 2002 г. N 54-ФЗ "О временном запрете на клонирование человека" //Российская газета от 14 июля 2001 г. № 133.
4. Федеральный закон от 11 июля 2001 г. N 95-ФЗ "О политических партиях//Российская газета от 23 мая 2002 г. № 90.
5. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" //Собрание законодательства Российской Федерации . 2003 .№ 40 Ст. 3822
6. Казанцев Н.М. Публично-правовое регулирование государственной службы: институционально-функциональный анализ. Монография. М.: РАГС, 1999.
7. Кудрявцев В.Н. Право и поведение. М.; Юрид.лит. 1978.
8. Сапун В.А. Теория правовых средств и механизм реализации права. Спб.: СПб ГУП, 2002.
9. Сильченко Н. В. Проблемы предмета правового регулирования // Государство и право. 2004. № 12.
10. Пьянов Н.А. Государственное регулирование общественных отношений. Вопросы теории. Монография. Иркутск. Изд-во ИГУ, 2009
11. Протасов В.Н. Правоотношение как система. М.; Юрид лит. 1991.
12. Тихомиров Ю.А. Теория компетенции. М.; Юринформцентр.2001.
13. Шарифуллин В.Р. Частноправовое регулирование: теоретико правовое исследование. Казань.: Изд-во Казанского ун-та, 2007



Abroskin P.

Senior Researcher, Ph.D. in Economics, International Academy of modern knowledge, Ozninsk
 e-mail : apnjin@mail.ru

Abroskina J.

Associate Professor, Ph.D. in Economics, a branch of the National Nuclear Research University "MIFI"
 e-mail : apnjin@mail.ru

Adzhiev O.

Graduate student, FGOBU VPO "Financial University under the Government of the Russian Federation", Advisor Ministry of Finance of the Republic of Karachaevo-Cherkessia
 e-mail : adzhiev@list.ru

Apollonov A.

The applicant, the State University of Management, Financial Director, "System Integration"
 e-mail : apollonov@list.ru

Guseva O.

Senior Lecturer, Ozninsk Institute of Atomic Energy
 e-mail : guseva_o@mail.ru

Hotinskaya G.

Doctor of Economic Sciences, professor, deputy. Head. Chair of the "Financial Management" FGOBU VPO "Financial University under the Government of the Russian Federation"
 e-mail : hotinskaya@bk.ru

Ivanova Z.

Graduate student, Academy of Socio-Economic Development
 e-mail : z_ivanova@ya.ru

Karpovich A.

Doctor of Economic Sciences, professor, head of "Economics of Enterprises"
 e-mail : econpred@fb.nstu.ru

Kolosova E.

The applicant, RG them GV Plekhanov
 e-mail : T-kev@mail.ru

Kozhemjakina V.

The applicants, Siberian State Geodesic Academy, Novosibirsk
 e-mail : vysockaja@mail.ru

Krivoviyaz A.

Graduate student, Krasnoyarsk State Trade and Economic Institute
 e-mail : sanya_krivoviyaz@mail.ru

НАШИ АВТОРЫ OUR AUTHORS

Krylova E.

Graduate student, Novosibirsk State Technical University
 e-mail : econpred@fb.nstu.ru

Nezamaikin V.

Doctor of Economic Sciences, professor, FGOBU VPO "Financial University under the Government of the Russian Federation"
 e-mail : NezamaikinVN@rambler.ru

Plotnikov E.

Graduate student, Moscow Institute of State and Corporate Governance
 e-mail : e-plotnikov@rambler.ru

Ryabtsun O.

The applicant, Technological Institute, a branch NRNU MIFI, Lesnoy
 e-mail : Olga_Ryabtsun@mail.ru

Rykunova V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Southwest State University, Kursk
 e-mail : valentina0209@mail.ru

Silantiev P.

Graduate student, Moscow Institute of State and Corporate Governance
 e-mail : silantiev@mail.ru

Svischev P.

CFA Chief State Russian Interior Ministry in the Krasnoyarsk Territory, colonel of internal service
 e-mail : P_Svischev@rambler.ru

Timokhov E.

Associate Professor of Criminal Law and Criminology Vologda Institute of Law and Economics of the Federal Penitentiary Service of Russia, a senior lieutenant of internal service
 e-mail : timohov35@mail.ru

Tsvetcov D.

Graduate student, Institute of National Economy of the Samara State Economic University
 e-mail : 999den001@mail.ru

Usmanova R.

Candidate of Law, Associate Professor, Dean of the Faculty of Law, Sterlitamak Branch of Bashkir State University
 e-mail : rezidausmanova@yandex.ru

Yurzinova I.

Doctor of Economic Sciences, professor, FGOBU VPO "Financial University under the Government of the Russian Federation"
 e-mail : NezamaikinVN@rambler.ru

Требования к оформлению рукописей 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-journal.ru).

**ТРЕТЬЯ ЕЖЕГОДНАЯ
РОССИЙСКО-КАЗАХСТАНСКАЯ
ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА
ПЕРВЫЙ АЛМАТИНСКИЙ
ПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОРУМ
EXPO-RUSSIA KAZAKHSTAN 2012**



29-31 мая 2012 г.
Республика Казахстан, Алматы
RIXOS ALMATY



ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКА И
ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ
НЕФТЕГАЗОВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ
МЕТАЛЛУРГИЯ, НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
ВОДНОЕ ХОЗЯЙСТВО
ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА
МАШИНОСТРОЕНИЕ
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЕ И
ИННОВАЦИОННЫЕ ОТРАСЛИ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ И СВЯЗЬ
ОБРАЗОВАНИЕ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ И
СТРОИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА
СТРОИТЕЛЬСТВО И ПРОЕКТИРОВАНИЕ
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

В рамках выставки состоится **I АЛМАТИНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ БИЗНЕС-ФОРУМ:**
«Единое экономическое пространство – новые перспективы, условия и возможности для инновационного
пути развития предприятий малого и среднего бизнеса»

ОРГАНИЗАТОР:
ОАО «Зарубеж-Экспо»

СООРГАНИЗАТОРЫ:
Торгово-промышленная палата Российской Федерации
Международная ассоциация фондов мира (МАФМ)
Торгово-промышленная палата Республики Казахстан

ПАТРОНАЖ:
Торгово-промышленная палата РФ

ПОДДЕРЖКА:
Министерства иностранных дел РФ
Министерства промышленности и торговли РФ
Министерства экономического развития РФ
Министерства образования и науки РФ
Торгово-промышленной палаты Республики Казахстан
Отраслевых министерств и ведомств Республики Казахстан

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ:
RIXOS ALMATY
Республика Казахстан, Алматы

КОНТАКТЫ:
Москва, ул. Пречистенка, 10
Тел: +7 (495) 637-50-79, +7 (499) 766-99-17
многоканальный номер: +7 (495) 721-32-36
E-mail: info@zarubezhexpo.ru
www.zarubezhexpo.ru
www.exporf.ru