АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Ресурсы Информация Снабжение Конкуренция

В номере:

- Маркетинговое сопровождение выведения инновационного товара на рынок
- Рационализация управления товаропотоками в международных цепях поставок
- Методические аспекты исследования инновационных технологий в сфере банковских услуг
- Роль человеческого потенциала в системе финансовых отношений и современные методы его оценки
- Критерии выбора поставщика материальных ресурсов для розничной торговой сети
- Теория и практика развития налогового законодательства
- Особенности использования компаний специального назначения при финансировании проектов в инвестиционно-строительном комплексе

ISSN 0130-3848

II-2014

апрель — июнь

www.risk-online.ru

В постоянном творчестве

Знаем талантливого педагога, ученого, хорошего друга Вячеслава Александровича Зимина много лет. Этого удивительно душевного и красивого человека нельзя не заметить. Высокий интеллект, трудолюбие, профессионализм, умение работать с людьми – его отличительные черты.

Энтузиазм, интуиция, способность принимать эффективные решения в самых сложных ситуациях присущи В.А. Зимину. Это неординарная, талантливая личность, способная проявить себя на разных поприщах.

Работая в ряде самарских вузов, прошел путь от преподавателя до профессора. Был деканом факультета, двадцать пять лет заведовал кафедрами гуманитарных дисциплин. Сегодня доктор политических наук, кандидат экономических и исторических наук пятнадцатый год работает проректором по научной работе и практике в Самарском институте Восточной экономико-юридической гуманитарной академии.

Личный девиз Вячеслава Александровича «Учитесь всю жизнь, и вы состоитесь как личность» стал девизом выпускников вуза. Гордость этого замечательного педагога составляет не собственное признание, а успешность учеников. Его студенты на протяжении многих лет занимают призовые места на различных конкурсах научных работ, олимпиадах, активно участвуют в конференциях, публикуют статьи. Воспитанники учителя востребованы на рынке труда, многие занимают руководящие должности или стали главными специалистами.

С ним очень трудно сравниться по способности трудиться без устали. Он в постоянном творчестве. Его перу принадлежат более пятисот опубликованных научных и учебно-методических работ по исторической, политической, юридической и экономической тематике, среди которых 16 монографий, 8 книг и 38 учебных пособий. Многие из них неоднократно переиздавались, становились победителями и лауреатами различных российских и международных научных конкурсов. Имеет ряд технических изобретений. Научные работы В.А. Зимина высоко оценены. Он лауреат премий: Фонда имени А. Неболсина, Леонардо да Винчи, имени Платона. Имеет многие награды общественных организаций. Вячеслав Александрович – почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, является действительным членом ряда российских и международных академий.

Журнал **«РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция»** зарегистрирован в Государственном комитете СССР по печати (свидетельство № 1791 от 08.05.1991), перерегистрирован в Государственном комитете Российской Федерации по печати (свидетельство № 0110646 от 05.09.1995).
«РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция» — наследник научно-производственного журнала «Материально-техническое снабжение», выходившего в 1966—1991 гг.

Издатель: Институт исследования товародвижения и конъюктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»).
Учредители: ОАО «ИТКОР», ОАО «Федеральная контрактная корпорация «Росконтракт», ЗАО Московский коммерческий банк «ЕврАзия Центр», редакция журнала «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция»

Подписные индексы:
l в каталоге Роспечати — 70559 и 71959;
l в Объединенном каталоге — 40774;

Главный редактор — Бариленко В. И., д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономический анализ» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
Научный редактор — Новиков Д. Т., д.э.н., профессор, начальник отдела «Инновационная логистика» ОАО «ИТКОР»

Распространение и реклама — Попова О. Н., (499) 152-8694, sales@itkor.ru

Верстка — Булгаков Б. В., тел. (499) 152-1332

Адрес издателя: 125319, г. Москва, ул. Черняховского, д. 16, офис 1205, факс: (499) 152-8694.
Интернет: www.risk-online.ru

Статьи печатаются в авторской редакции
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов. Использование опубликованных материалов допускается только с разрешения редакции.

Журнал включен в Перечень ВАК РФ ведущих рецензируемых научных журналов и редакций, в т. ч. на соискание ученой степени доктора наук.

Редакционный совет журнала «РИСК»
Якутин Ю. В., председатель совета, доктор экономических наук, профессор;
Адамов Н. А., доктор экономических наук, профессор;
Аникин Б. А., доктор экономических наук, профессор;
Герами В. Д., доктор технических наук, профессор;
Козенкова Т. А., доктор экономических наук, профессор;
Нижегородцев Р. М., доктор экономических наук, профессор;
Носов А. Л., эксперт Поволжской ассоциации логистики;
Проценко И. О., доктор экономических наук, профессор;
Проценко О. Д., доктор экономических наук, профессор;
Степанов В. И., доктор экономических наук, профессор;
Шумаев В. А., доктор экономических наук, профессор;
Вейджерс С., доктор, профессор по логистике в университете HAN, г. Арнем, Нидерланды;
Мекид Али, доктор, профессор Государственного университета, г. Медеа, Алжир;
Харланд К., профессор, директор Университета стратегических закупок и поставок, г. Бат, Великобритания;
Амуржуев О., доктор экономических наук, Канада;
Зражевский В., доктор экономических наук, Кипр;
Киселев В., независимый эксперт, ГК «Сальвео», Франция;
Нетти Д., президент Средиземноморской логистической ассоциации, Италия;
Ришар Ж., профессор, Франция;
Скоробогатова Т., доктор экономических наук, профессор, Украина;
Темирбулатов А., доктор экономических наук, профессор, Республика Казахстан;
Тултабаев С., кандидат технических наук, доцент, Республика Казахстан;
Шарипов М., доктор экономических наук, профессор, Таджикистан

В. И. Бариленко,
главный редактор журнала «РИСК»

Уважаемый читатель!

В последнее время все более приоритетными становятся вопросы обеспечения устойчивого развития экономики. Под таким развитием понимается экономический рост, удовлетворяющий потребности людей, живущих в настоящее время, но не ограничивающий возможности будущих поколений.

Достижение этой цели требует усилий в различных сферах. Прежде всего, необходимо обеспечить последовательное развитие эффективной и конкурентоспособной рыночной экономики, ориентированной не только на интересы бизнеса, но и на решение социальных и экологических проблем, основанной на рациональном использовании природных, материальных, трудовых и финансовых ресурсов, модернизации производства и внедрении передовых ресурсосберегающих технологий.

При этом следует иметь в виду, что в эпоху экономики, основанной на знаниях, ключевая роль принадлежит науке. В научной сфере приоритет должен быть отдан развитию фундаментальных исследований и прикладных научных разработок, обеспечивающих создание прогрессивных ресурсосберегающих технологий, новых наукоемких изделий и производств, эффективных логистических схем, систем управления и делового взаимодействия. Особое внимание должно уделяться исследованиям проблем биосферы, взаимоотношений природы, общества и человека, научному обоснованию мер перехода страны на путь устойчивого развития.

На страницах нашего журнала многочисленными авторами публикуются результаты проводимых ими исследований, в которых предлагаются различные пути решения такого рода задач, обобщается передовой опыт, выдвигаются дискуссионные идеи. Таким образом, и мы вносим свой вклад в создание условий для обеспечения устойчивого развития отечественной экономики.

Перечень требований для публикаций

Статьи для публикации в журнале «РИСК» передаются автором в редакцию в электронном виде до 15-го числа второго месяца квартала. Материалы, переданные позже этой даты, рассматриваются редакцией для публикации в номере за следующий после текущего квартал.

1. Объем материала не более 18 400 знаков с пробелами. Объем определяется в программе Microsoft Word — меню «Сервис» — подменю «Статистика». В этот объем включаются таблицы, схемы, диаграммы и т. п., а также изображения в виде иллюстраций.

2. Требования к картинкам: картинки с иллюстрациями прилагаются к статье отдельными файлами формата *tif (можно также *eps, *ai, или *jpg) в разрешении 300 dpi.

3. Диаграммы должны быть выполнены в MS Excel.

4. Требования к математическим формулам: формулы должны быть набраны в Microsoft Equation (присутствует в составе WORD), в программе MathType или символьным шрифтом.

Вставки формул в виде картинок любого формата не принимаются.

5. Требования к таблицам: таблица должна быть сделана в Excel или WORD, в последнем случае — с использованием знаков табуляции и инструмента таблиц.

Вставки таблиц в виде картинок любого формата не принимаются.

6. Материалы принимаются при наличии рецензии.

7. Все авторы должны заполнить форму с информацией о статье и прислать на адрес sales@itkor.ru!

Отпечатано в типографии ЗАО «Новые печатные технологии».
Тел.: (495) 223-9200; info@web2book.ru; www.web2book.ru
Формат 60×90/8. Тираж 1000 экз. Заказ № 792 .
Цена свободная.

Ресурсы Информация Снабжение Конкуренция

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

ЗОЛОТОЙ ФОНД ПРЕССЫ 2014

16+

II-2014

апрель — июнь

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

А. ЦЕВЕЛЕВ, В. ЦЕВЕЛЕВ
Построение системы комплексной автоматизации бизнес-процессов материально–технического обеспечения 8-12

А. БРЫНЦЕВ
Сервисные потоки: мифы и реальность 13-16

М. ЕРЕМИНА, Н. НЕСТЕРЕНКО
Логистизация бизнес-процессов в прибрежном рыболовстве Камчатского края 17-21

ЛОГИСТИКА И МАРКЕТИНГ

Т. ПРОКОФЬЕВА, В. СЕРГЕЕВ, А. ЭЛЛАРЯН
Развитие интегрированных транспортно-экспедиторских структур как фактор повышения конкурентоспособности российского рынка логистических услуг 22-31

Р. НИЖЕГОРОДЦЕВ, А. ГОРОХОВА, Д. СЕКЕРИН
Маркетинговое сопровождение выведения инновационного товара на рынок 32-35

А. АЛТУНИН
Электронное «сарафанное радио» в индустрии гостеприимства и туризма 36-39

М. РЫКОВ
Иерархическая структура методического аппарата стратегического маркетинга 40-45

Л.ТИТОВА
Управление потребителем в контексте когнитивного маркетинга: концептуальные аспекты 46-49

П. ТРЕГУБЕНКО
Применение матрицы конкурентного профиля (CPM) для оценки конкурентоспособности компаний 50-53

И. СИНЯЕВА, В. БЕРЛАЙ
Содержание системы маркетинга в секторе АПК 54-57

И. ШЕЛЕПИНА
Формирование стратегии развития регионального дистрибьютора на рынке продуктов питания 58-60

ЛОГИСТИКА И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Ю. ГЛУШКОВА, А. ПАХОМОВА, Е. ШЕХОВЦЕВА
Рационализация управления товаропотоками в международных цепях поставок 61-64

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ

Д. ШИПИЦЫНА, Т. КАЛАШНИКОВА
Оценка инновационных рисков: как принимать взвешенные решения 65-69

В. МАЛАШЕНКО, Т. КАЛАШНИКОВА
Особенности бюджетирования в инновационных компаниях 70-75

Л. ПОДОПЛЕЛОВА
Методические аспекты исследования инновационных технологий в сфере банковских услуг 76-80

Е. ДАБАГЯН
Интеллектуальная собственность в сфере образования 81-85

Ю. ТЮРИНА
Роль человеческого потенциала в системе финансовых отношений и современные методы его оценки 86-89

Н. СУХОВ
Моделирование стратегии организационного развития инновационного предприятия 90-95

И. КУБАРЬ
Оценка затрат, связанных с внедрением инновационной системы подготовки производства 96-97

РЫНОЧНАЯ КОНЪЮНКТУРА

Ю. КЛЮЕВА
Критерии выбора поставщика материальных ресурсов для розничной торговой сети 98-100

О. РОМАНЧЕНКО
Рынок цемента: производство, потребление, проблемы 101-105

А. РАХМАТУЛЛИНА
Влияние качества услуг общественного транспорта на проблемы городских агломераций 106-108

Н. ЛИЛЕВ
Конкуренция на современном рынке термотехники в России 109-113

Н. ХУСАИНОВА
Обоснование применения дискриминантного анализа для оптимизации производства норковых шкурок с учетом потребительских предпочтений покупателей на международном пушном аукционе 114-116

Б. ХАИРОВ
Ценообразование в российских отраслевых логистических сетях в условиях частно-государственного сотрудничества 117-122

Е.БАКАЛЬСКАЯ
Теоретические аспекты дифференциации торговых предприятий 123-127

МАКРО- И МИКРОЭКОНОМИКА

В.ОДЕСС
Платежеспособный спрос промышленных предприятий — важный фактор реализации экономики рыночного типа в России 128-131

Е. КОРЧЕМКИНА
О соотношении накопительных и распределительных элементов в российской пенсионной системе 132-141

Е. КЕЙВАНОВА
Сущность социально-ориентированной логистики и ее роль в общественной жизни 142-147

Л. ОВЕШНИКОВА, О. БОРИСОВА
Методология стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности 148-151

Н. ДОРОФЕЕВА
Теория и практика развития налогового законодательства 152-154

Ю. КЛЮЕВА, В. НЕКЛЮДОВ
Актуальные вопросы формирования новой системы государственных и муниципальных закупок 155-157

Н. БЛИНИЧКИНА
Стратегия экономической безопасности и особенности ее формирования 158-162

В. ШУМАЕВ
Ресурсосбережение в машиностроении: совершенствование конструирования 163-166

Д. ШУЛЬЦ, М. ГРЕБНЕВ
Рациональность поведения: иерархический анализ 167-171

Л. СЕРГИЕНКО
Зарубежный опыт функционирования системы социальной защиты инвалидов 172-180

М. ТРОЯНСКАЯ
Анализ использования субъектами Российской Федерации инструментов налогового регулирования 181-186

Ж. КЕВОРКОВА
Предмет экспертного исследования как критерий разграничения экономической экспертизы по видам 187-192

РЕГИОНАЛЬНЫЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ЭКОНОМИКИ

А. БУЛЕЕВ
Оценка конкурентоспособности промышленных предприятий города 193-197

К. МИЛОРАДОВ
Применение технологий ERP на предприятиях индустрии гостеприимства 198-201

Н. МИЩЕНКО
Методические рекомендации по разработке стратегического плана деятельности предприятий 202-205

И. ЛУКАШ
Направления повышения эффективности функционирования российских предприятий теплоэнергетики в городском хозяйстве 206-208

Р. ГАРЕЕВ
Сущность и особенности гостиничного качества 209-213

В. СУЛЕЙМАНОВ
Создание конкурентных преимуществ путем использования кластерного подхода в агропромышленной отрасли Азербайджана 214-218

П. БЕЛЕНЕЦ
Основные тенденции и проблемы развития франчайзинга в России 219-224

Н. КНЯЗЕВА, Н. НАДЕИН
Профессиональные услуги экспертов в процессуальном, налоговом и таможенном законодательстве 225-236

А. ШЕСТОВ
Стратегические подходы к рационализации инфраструктуры на рынке обуви 237-242

В. ЕМЕЛЬЯНОВ, И. ПОКАМЕСТОВ
Практические вопросы организации деятельности факторинговой компании на российском рынке 243-247

И. ДЕРЕН, А. ЧЕРНЫШОВ
Механизм регулирования регионального рынка услуг почтовой связи на основе совершенствования организационных параметров УФПС г. Москвы 248-254

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ

О. ПОСКОЧИНОВА
Организационно-методические подходы к выявлению операционных рисков производственной компании 255-259

Б. ХРУСТАЛЕВ, Н. ВЯЦКОВА
Концептуальные и научные подходы к управлению рисками предприятий строительного комплекса 260-265

С. ЕВСЕЕВА
Идентификация рисков управляющих организаций в сфере ЖКХ на основе концепции заинтересованных сторон 266-270

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ

Т. ВОРОНКОВА, С. КУЛИКОВА
Интеллектуальные информационные технологии в системах управления бизнесом организаций 271-274

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ, КРЕДИТ

А. ВЕРЕЦКИЙ
Трансформация специальных налоговых режимов для сферы малого и среднего предпринимательства 275-278

К. ФАКАНОВА
Банк как инструмент реализации инвестиционного проекта в строительстве 279-282

Д. БАБЕНКО
Введение концепции консолидированных групп налогоплательщиков в России: предварительные итоги и основные последствия 283-287

А. КИРИЛЛОВА
Особенности использования компаний специального назначения при финансировании проектов в инвестиционно-строительном комплексе 288-290

Ю. НИКОЛАЕВА
Возможности усовершенствования архитектуры банковской системы России 291-292

Т. СТАДНИКОВА
Методический подход к оценке эффективности строительных проектов с учетом факторов неопределенности 293-297

Н. АДАМОВ, Т. ПЕНЧУКОВА
Анализ состояния рынка лизинговых услуг в России 298-301

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ И КОНТРОЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Л. РАБИНЕР
Контроль функционирования специфических бизнес-процессов автостраховщика 302-306

М. ШЕВЧЕНКО
Учетно-аналитическая система управления лизинговой компанией 307-310

Е. ГАШЕВА
Методика создания информационной основы внутрифирменных стандартов для контроля над экспортными операциями 311-315

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ

О. НАУМОВА
Подход к формированию интегративной модели образования, науки, бизнеса и власти в условиях разработки и реализации совместных проектов в научно образовательной деятельности 316-319

И. ФИРСОВА
Перспективы и реалии формирования социального партнерства между учреждениями образования и работодателями малого и среднего бизнеса при подготовке конкурентоспособного выпускника на рынок труда 320-331

С. СУЗДАЛЬЦЕВ
Цикменеджмент как средство решения проблемы технологического отставания предприятий РФ 332-334

А. ТАТОЧЕНКО, Л. ТАТОЧЕНКО
Инвестиции частных лиц в собственное профессиональное образование: анализ экономической целесообразности проекта 335-339

Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

Институт ИТКОР – один из ведущих в России консалтинговых центров в области логистики, маркетинга и финансов – предлагает всем желающим программы дополнительного образования по программам:

- Профессиональная переподготовка
- Повышение квалификации
- Семинары
- Корпоративное обучение

Будущее за теми, кто обладает знаниями!

РЕКЛАМА

Контакты: тел.: (499) 156-75-41 / 152-18-23; e-mail: office@itkor.ru

LOGISTICS MANAGEMENT

A. TSEVELEV, V. TSEVELEV
Building a system of integrated business process automation logistics 8-12

A. BRYNTSEV
Service flows: Myths and Realities 13-16

M. EREMINA, N. NESTERENKO
Logistization of the business processes in the coastal fishing Kamchatka Territory 17-21

LOGISTICS AND MARKETING

T. PROKOFYEVA, V. SERGEYEV, A. ELLARYAN
Development of integrated transport and forwarding agencies as a factor of competitiveness of Russian logistics market 22-31

R. NIZHEGORODTSEV, A. GOROKHOVA, D. SEKERIN
Marketing support of breeding innovative product on the market 32-35

A. ALTUNIN
Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management 36-39

M. RYKOV
The hierarchical structure of the methodological apparatus Strategic Marketing 40-45

L. TITOVA
Management consumer marketing in the context of cognitive: conceptual aspects 46-49

P. TREGUBENKO
Use of the competitive profile matrix (CPM) for the analysis of the competitiveness of companies 50-53

I. SINAEVA, V. BERLAY
Content of marketing system in the agribusiness sector 54-57

I. SHELEPINA
Strategy development for regional distributor in the food products market 58-60

LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Y. GLUSHKOVA, A. PAKHOMOVA, E. SHEKHOVTSEVA
Streamlining the Management of commodity flows in international supply chains 61-64

INNOVATIVE DEVELOPMENT

D. SHIPITSYNA, T. KALASHNIKOVA
Innovation risk assessment: how to make smarter decisions 65-69

V. MALASHENKO, T. KALASHNIKOVA
Features of budgeting in innovative companies 70-75

L. PODOPLELOVA
Methodological aspects of the study of innovative technologies in banking services 76-80

E. DABAGYAN
Intellectual property in the sphere of education 81-85

Y. TYURINA
The role of human capital in the system of financial relations and modern methods of assessment 86-89

N. SUKHOV
Modeling the organizational development strategy of an innovative company 90-95

I. KUBAR
Estimating the costs associated with the introduction of innovative training system production 96-97

MARKET CONDITIONS

Y. KLYUEVA
Criteria of a choice of the supplier of material resources for retail trade network 98-100

O. ROMANCHENKO
Cement market: production, consumption, problems 101-105

A. RAKHMATULLINA
Influence of the quality of public transport services to the problems of urban agglomerations 106-108

N. LILEV
Competition on the modern thermotechnik market in Russia 109-113

N. KHUSAINOVA
Rationale for the use of discriminant analysis to optimize the production of mink pelts, taking into account consumer preferences of buyers in the international fur auction 114-116

B. KHAIROV
Pricing in the russian sector of logistics networks in terms of public-private cooperation 117-122

E. BAKALSKAYA
Theoretical aspects of differentiation trading enterprise 123-127

MARCO- AND MICROECONOMICS

V. ODESS
Effective demand is an important factor in implementing market-oriented economy in Russia for industry 128-131

E. KORCHEMKINA
On the relation between accumulation and distribution of elements in the Russian pension system 132-141

E. KEYVANOVA
The essence of social-oriented logistics and its role in public life 142-147

L. OVESHNIKOVA, O. BORISOVA
Methodology for strategic planning and forecasting infrastructure support entrepreneurship 148-151

N. DOROFEYEVA
Theory and practice of development of tax legislation 152-154

Y. KLYUEVA, V. NEKLYUDOV
Actual issues of the development of a new system of state and municipal procurement 155-157

N. BLINICHKINA
Economic security strategy and especially its formation 158-162

V. SHUMAYEV
Resource conservation in engineering: improving the design 163-166

D. SHULTS, M. GREBNEV
Rational behavioral: hierarchical approach 167-171

L. SERGIENKO
International practices of the social protection of the disabled people 172-180

M. TROYANSKAYA
Analysis of the use of the Russian Federation subjects tools tax regulation 181-186

Z. KEVORKOVA
Subject expert research as a criterion for differentiation by type of economic expertise 187-192

REGIONAL AND BRANCH ECONOMY

A. BULEYEV
Assessment of the competitiveness of industrial enterprises of the city 193-197

K. MILORADOV
ERP technologies at the enterprises of the industry of hospitality 198-201

N. MISHCHENKO
Guidelines for the development of the strategic plan for businesses 202-205

I. LUKASH
Ways of increasing the efficiency of the Russian thermal power plant in the urban economy 206-208

R. GAREEV
Content and features of hotel quality 209-213

V. SULEYMANOV
Creating competitive advantage through the use of the cluster approach in the agro-industry of Azerbaijan 214-218

P. BELENETS
Major trends and problems of franchising in Russia 219-224

N. KNYAZEVA, N. NADEIN
Professional services of the Experts in the Procedural, Tax and Customs Legislation 225-236

A. SHESTOV
Strategic approaches to infrastructure rationalization in the footwear market 237-242

V. YEMELYANOV, I. POKAMESTOV
Practical aspects of the activities of a factoring company in the Russian market 243-247

I. DEREN, A. CHERNYSHOV
Mechanism of regulation of the regional postal services market based on the improvement organizational parameters of the MFPS of Moscow 248-254

RISK-MANAGEMENT

O. POSKOCHINOVA
Organizational and methodical approaches to the identification of operating risks production company 255-259

B. KHRUSTALEV, N. VYATSKOVA
Conceptual and scientific approaches to risk management of construction sector enterprises 260-265

S. YEVSEYEVA
Identification of risk management organizations in the housing sector, based on the concept of stakeholders 266-270

INFORMATION TECHNOLOGY

T. VORONKOVA, S. KULIKOVA
The intellectual information technologies in systems of business management organizations 271-274

FINANCE, MONETARY CIRCULATION AND CREDIT

A. VERETSKY
Transformation of the special tax systems for small and medium business 275-278

K. FAKANOVA
Bank as the instrument of implementation of the investment project in construction 279-282

D. BABENKO
Introduction of the concept of the consolidated group of taxpayers in Russia: preliminary results and main consequences 283-287

A. KIRILLOVA
Features of use of special purpose entities in the financing of projects in the investment-building complex 288-290

Y. NIKOLAYEVA
Opportunities for improvement of Russian banking system architecture 291-292

T. STADNIKOVA
Methodical approach to the estimation of efficiency of construction projects with an allowance for uncertainty 293-297

N. ADAMOV, T. PENCHUKOVA
Analysis of the Current Status of the Leasing Market in Russia 298-301

ACCOUNTING AND ANALYTICAL AND MANAGEMENT SUPPORT IN ORGANIZATIONS

L. RABINER
Specific business processes control in the auto insurance company 302-306

M. SHEVCHENKO
The accounting-analytical system of control of leasing company 307-310

E. GASHEVA
Technique of creation of information basis of intra firm standards for control over export operations 311-315

ORGANIZATION AND MANAGEMENT METHODS

O. NAUMOVA
Approach to the Formation of Integrative Model of Education, Science, Business and the Power in the Terms of Development and Implementation of Joint Projects in Scientific and Educational Activity 316-319

I. FIRSOVA
Prospects and Realities formation of social partnership between educational institutions and employers of small and medium-sized businesses in the preparation of competitive graduate labor market 320-331

S. SUZDALTSEV
CICManagement as a solution to the problem of technological weakness of Russian companies 332-334

A. TATOCHENKO, L. TATOCHENKO
Investing in your own individual professional education: an analysis of the economic viability of the project 335-339

KTR-ONLINE.RU

логистика • маркетинг • аналитика

новости экономики, новости логистики, новости рынков,
аналитические материалы и статьи,
журналы по логистике и маркетингу, пресс-релизы,
интервью, мероприятия

ОТКРЫТА ПОДПИСКА НА ЭЛЕКТРОННУЮ ВЕРСИЮ ГАЗЕТЫ «ЭКОНОМИКА И ЖИЗНЬ»

Подписчики электронной версии получают доступ и к новым номерам газеты, и к архиву с 2005 г. На сайте есть удобная навигация по номерам газеты и поиск, позволяющий быстро найти нормативные акты, статьи и консультации

Вы можете оформить подписку самостоятельно на сайте www.eg-online.ru/subscribe/ или обратиться в отдел подписки по тел.: (499) 152-86-90, e-mail: sale@eg-online.ru

9708 руб.* (за год)
5388 руб.* (за полугодие)
1197 руб.* (за месяц)

* Специальная цена для подписчиков печатной версии «ЭЖ» (с учетом НДС 18%)

реклама

А. Цевелев,
к.э.н., доцент кафедры менеджмента на транспорте, Сибирский государственный университет путей сообщения,
В. Цевелев,
к.э.н., доцент кафедры менеджмента на транспорте, Сибирский государственный университет путей сообщения

Построение системы комплексной автоматизации бизнес-процессов материально-технического обеспечения

Аннотация: в статье представлены характеристики основных информационных систем, входящих в АСУ МТО железнодорожного транспорта.
Ключевые слова: информационные технологии системы МТО железнодорожного транспорта.
Annotation: the paper presents the main characteristics of information systems in the ACS ITO rail.
Keywords: information technology systems MTO rail.

Продолжение, начало в №1-2014 журнала РИСК

3. Информационные технологии в системе управления МТР

Краеугольным камнем информационных технологий в системе управления материально-техническими ресурсами (МТР), управления запасами и их структурой является нормирование материальных ресурсов по производственно-хозяйственной деятельности филиалов компании и взаимосвязь норм расхода с системой бюджетного управления.

Внедрение информационных систем позволяет проводить мониторинг и анализ движения МТР по всем материалам и структурным единицам, потребляющим материалы, а так же обеспечить доступ к изменению норм расхода материальных ресурсов при учете специфических условий работы отдельных подразделений железнодорожного транспорта.

Информационные технологии — как инструмент управления запасами и ресурсами с выделением соответствующих задач представлены на рис. 2 [1].

Система АНД МТР (анализ наличия и движения МТР).

В информационно-аналитической системе АНД МТР выполняются бизнес-операции по расчету и анализу показателей за период по определенным признакам и перечню групп номенклатуры МТР и формируются отчеты для анализа и сравнения средних значений показателей наличия и движения МТР.

Система предназначена для:

— эффективного управления структурой централизованных закупок;

— оптимизации функций управления запасами на сетевом и дорожном уровнях для осуществления производственной деятельности;

— обеспечения рационального снабжения и прогнозирования оптимального уровня запасов в производственной деятельности;

— оперативного управления МТР;

— контроля уровня запасов;

— управления длительно невостребованными ресурсами;

— управления дефицитом;

Информационные технологии – инструмент управления запасами и ресурсами

АНД МТР	АСУ ТЭР	АСУ ТОРО	ИС-НР-МТР
• Детализированный анализ структуры запасов • Контроль объемов приобретения и направлений использования МТР • Управление длительно невостребованными ресурсами • Оперативный мониторинг показателей бюджета запасов и закупок • Формирование статистической базы данных для своевременной корректировки норм расхода МТР • Разработка стратегий уп-	• Определение максимально допустимого планового уровня расхода МТР при производстве ремонта и обслуживания объектов инфраструктуры и подвижного состава через бюджетные показатели • Анализ и регулирование потребления МТР • Своевременный пересмотр и ввод в действие обоснованных норм расхода МТР • Оптимизация эксплуатационных расходов ОАО «РЖД» в части потребления материальных ресурсов • Контроль соблюдения норм расхода МТР при планировании и осуществлении производственно-хозяйственной деятельности структурными подразделениями филиалов ОАО «РЖД» • Предоставление доступа к данным о нормах расхода МТР автоматизированным системам планирования, учета, анализа и контроля производственно-хозяйственной деятельности хозяйств, филиалов, структурных подразделений, а так же ОАО «РЖД» в целом, для определения обоснованной потребности в МТР		

Рис. 2. Задачи информационных систем управления МТР.

— прогнозирования потребности материальных средств на производственную деятельность;

— контроля обоснованности заказов филиалов ОАО «РЖД», осуществляющих производственную деятельность на поставку МТР;

— мониторинга показателей самостоятельных закупок на дорожном уровне.

ИС-НР-МТР (информационная система нормирования МТР).

Информационно-справочная система по нормам расхода материально-технических ресурсов предназначена для:

— обеспечения процессов планирования и контроля выполнения установленных показателей производственно-хозяйственной деятельности ОАО «РЖД» актуальными нормами расхода МТР, действующими в компании;

— поддержки процессов ведения, пересмотра, согласования и утверждения норм расхода МТР, анализа исполнения норм расхода, формирования планов разработки и корректировки норм расхода МТР.

Основные цели создания системы:

— оптимизация эксплуатационных расходов ОАО «РЖД» в части потребления материальных ресурсов;

— определение максимально допустимого планового уровня расхода МТР при производстве ремонта и обслуживания объектов инфраструктуры и подвижного состава;

— анализ и регулирование потребления МТР;

— своевременный пересмотр и ввод в действие обоснованных норм расхода МТР;

— контроль соблюдения норм расхода МТР при планировании и осуществлении производственно-хозяйственной деятельности структурными подразделениями филиалов ОАО «РЖД»;

— предоставление доступа к данным о нормах расхода МТР автоматизированным системам планирования, учета, анализа и контроля производственно-хозяйственной деятельности хозяйств, филиалов, структурных подразделений, а так же ОАО «РЖД» в целом, для определения обоснованной потребности в МТР и расчета себестоимости ремонта и технического обслуживания объектов железнодорожного транспорта.

Функциональность системы должна учитывать возможность ведения специфических норм расхода МТР с учетом территориального расположения и отраслевой специфики подразделений. В рамках функциональности должно быть обеспечено ведение справочника материалов-заменителей при выполнении определенного вида работ над определенными типами объектов.

Решение поставленных задач позволит получать по запросу в автоматическом режиме нормативную информацию и аналитические сведения всем пользователям электронного банка данных, а также использовать данные норм расхода при формировании потребности подразделений в МТР и бюджета затрат (в части МТР).

Система ИПР (интегрированное планирование ресурсов).

В рамках данной системы предполагается формирование плановых данных по планированию перевозок и реализации по подсобно-вспомогательной деятельности (ПВД), производства, инвестиций, работ по ТОРО, запасов и потребности в МТР, затрат, дебиторской и кредиторской задолженности, платежного баланса и других видов ресурсов.

Работа в данной системе представляет собой процедуры согласования планов между всеми причастными подразделениями, а также увязку сформированных плановых данных между собой в соответствии с бизнес-процессом, описывающим финансово-хозяйственную деятельность ОАО «РЖД».

АСБУ (автоматизированная система бюджетного управления).

Подсистема в составе ЕК АСУФР, предназначена для ведения плановых данных бюджетов ОАО «РЖД», сбора, консолидации и формирования данных об исполнении бюджетов.

Целями бюджетного управления являются:

1. Повышение финансовой прозрачности и уровня управляемости в ОАО «РЖД».

2. Планирование и контроль деятельности с детальным учетом объема используемых материальных и финансовых ресурсов, запасов и закупок, производственных, трудовых и инвестиционных ресурсов.

3. Детальный учет затрат.

АСУ МТО (автоматизированная система управления материально-техническим обеспечением).

В рамках представляемой комплексной системы управления необходимо своевременно и качественно решать следующие задачи и функции:

— формирование заявок подразделений на приобретение МТР, оценка их объективности и корректировка;

— формирование специфицированной и сводной потребности компании, филиала, структурного подразделения железнодорожного транспорта в МТР на плановый период в натуральном и стоимостном выражениях и согласование ее с финансовыми службами (на базе норм расхода, данных ТОРО, наличия запасов МТР, планирования производства);

— разработка и контроль выполнения годового и квартального планов снабжения;

— анализ рыночных цен на закупаемые МТР и выбор наиболее выгодных поставщиков;

— заключение и контроль договоров на поставку МТР;

— оперативное управление отгрузками;

— оперативный учет поставок и отражение фактического исполнения плана поставок и поступления МТР (данные бухгалтерского учета);

— контроль за состоянием запасов МТР на складах;

— формирование управленческой отчетности.

Архитектура данной системы состоит из подсистем:

— АСУ МТО / РЖДС — Автоматизированная система управления материально-техническими ресурсами и запасами в РЖДС — филиале ОАО «РЖД».

— АСУ «Поставки» дорожного уровня — Подсистема планирования поставок на базе ТДС ЕК АСУФР и другие, представленные на рис. 3.

Система ведения НСИ (нормативно-справочной информации) используется в ЕК АСУФР-2 для решения задач ведения и предоставления единой справочной информации при автоматизации выполнения бизнес-процессов и использует справочники контрагентов, хозяйственных операций и кодов платежей, СК МТР, бюджетных показателей, статей расходов и доходов, грузоотправителей и грузополучателей, статистических показателей, кодов бюджетной классификации и др.

ЕК АСУФР (единая корпоративная автоматизированная система управления финансами и ре¬сурсами).

Процессы управления материальными ресурсами, финансовыми потоками и информационными ресурсами являются тесно сопряженными процесса¬ми. Инте¬грация создаваемых в отрасли информационных систем позволяет определить приоритеты в потреблении раз¬нородных материальных ресурсов с помощью ЕК АСУФР. При этом ЕК АСУФР служит своеобразным функци¬ональным «интерфейсом» между другими функциональ¬ными АСУ системы МТО как единый комплекс информационных управляющих систем, повыша¬ющий эффективность деятельности производствен¬ных и финансово-экономических структур РЖДС [2].

ЕК АСУФР — комплексная система автоматизации управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятий и организаций ОАО «РЖД» на основе интеграции и унификации технологических и управленческих процессов в отрасли для решения задач управления финансовыми, материальными и иными ресурсами с использованием современных управленческих и информационных технологий.

Назначением ЕК АСУФР является автоматизация решения комплекса взаимосвязанных хозяйственных и управленческих задач субъектов управления ОАО «РЖД», осуществляемая в рамках единого процесса управления финансово-хозяйственной деятельностью на основе единого методологического, технологического и информационного пространства.

Внедрение ЕК АСУФР в ОАО «РЖД» имеет цели реализации эффективных процедур финансового и ресурсного планирования и управления ОАО «РЖД» и обеспечение финансовой прозрачности ОАО «РЖД» посредством ведения учета сразу в нескольких разрезах, видах деятельности и отраслевых хозяйств.

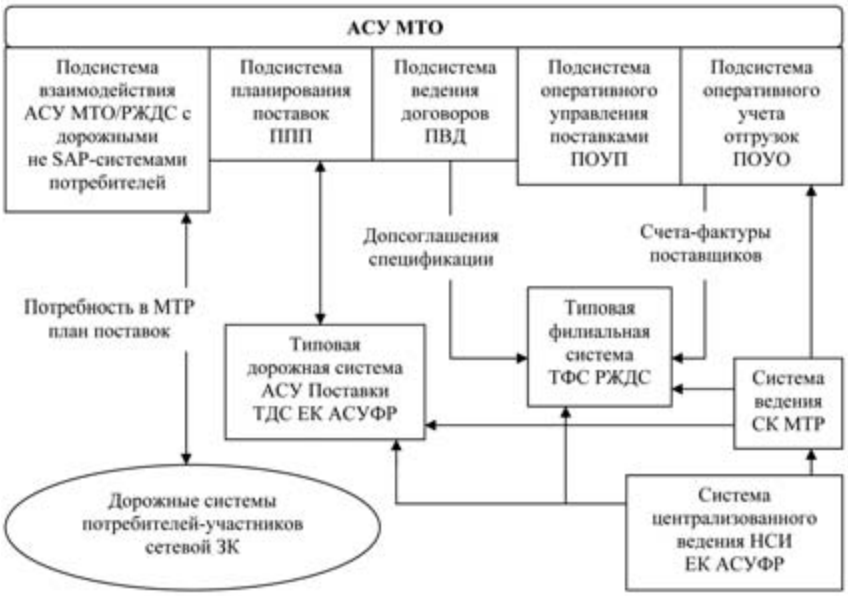

Рис. 3. Архитектура АСУ МТО.

В функциональном плане, ЕК АСУФР делится на подсистемы: Финансы, Бухгалтерский учет, Сбыт, Затраты, МТО, Персонал, Инвестиции, Управление финансами.

В области МТО ЕК АСУФР формирует: детальную оперативную информацию об остатках товарно-материальных ценностей на центральных складах и на складах структурных подразделений; первичные и агрегированные сведения по проведению заявочной компании с возможностью их оперативной корректировки; информацию по заключению договоров, их оплате и исполнении.

Основными принципами, принятыми за основу при построении ЕК АСУФР, являются централизованное ведение нормативно-справочной информации (ЦНСИ) и централизованная раз-

работка проектных решений при создании Типовой дорожной системы (ТДС) — одной из ключевых подсистем ЕК АСУФР. Эта система установлена во всех территориальных филиалах (17 железных дорог) ОАО «РЖД» и обеспечивает ведение первичного учета всех хозяйственных операций в области финансов и материально-технического снабжения на каждом предприятии филиалов. Все обновления проходят контроль качества в центре, а затем тиражируются в дорожные системы. В последние годы на базе ТДС реализуется функциональность Типовой филиальной системы (ТФС) — для покрытия потребностей других филиалов ОАО «РЖД» (не занятых в перевозочной деятельности).

Рис. 4. Ступени развития информационных технологий системы МТО.

ОАО «Российские железные дороги» — крупнейшая в мире железнодорожная компания по количеству персонала, объему перевозок и протяженности электрифицированных железных дорог. Это гигантское предприятие с огромным количеством филиалов, дочерних предприятий и т. д. Любой сбор данных «снизу вверх» — грандиозная работа, которая оказывает тяжелейшую нагрузку на вычислительные мощности. В ОАО «РЖД» продуктивно эксплуатируется достаточно большое количество автоматизированных систем, обеспечивающих функции управления перевозочным процессом, планирования технических ресурсов, расчетов за грузовые и пассажирские перевозки. В настоящее время осуществляется эволюционный перевод ЕК АСУФР на новую технологическую платформу — SAP ERP 2005 (ЕК АСУФР-2), которая по сравнению с прежним поколением программных продуктов — SAP R/3 — обладает высокой гибкостью, универсальностью, масштабируемостью, гарантирует бесперебойное функционирование в режиме реального времени и синхронность обработки большого количества документов.

ЕК АСУФР–2 — Единая корпоративная автоматизированная система управления финансами и ресурсами на mySAP ERP 2005.

Система внедряется с целью повышения качества управления ОАО «РЖД» на основе интеграции бизнес-процессов управления системой МТО и разбиения целевой функциональности финансового, организационного и управленческого характера на логические системы и подсистемы корпоративной отчетности [3,4].

Система МТО железнодорожного транспорта в своем развитии информационных моделей прошла этапы эволюции, представленные на рис. 4.

Система ARIS (архитектура интегрированных информационных систем) предназначена для визуального представления принципов и условий функционирования различного рода компаний, а также для анализа их деятельности по различным показателям с целью определения идеальных характеристик деятельности компании, реорганизации ее организационной структуры, целей и функций, бизнес-процессов, используемых данных.

Инструментальное средство ARIS позволяет провести процесс проектирования информационной системы поддержки бизнеса на основе построенных моделей, отражающих реальные условия функционирования компании «РЖД», моделей управления знаниями, моделей анализа рынка товаров и услуг, моделей взаимодействия, алгоритмов автоматизированных систем, а также разработать многоуровневые управля¬ющие системы, с учетом их применения в материально-техническом обеспечении ОАО «РЖД» [5,6].

4. Основные черты решения SAP R/3 для системы МТО

Для учета и контроля за поступившими на линейные предприятия МТР на сети дорог используется программный комплекс ЕКАСУФР SAP R/3. Работа в данной системе происходит на всех стадиях закупочного процесса, начиная с формирования заявки (просмотр остатков материала по предприятиям), заключения договоров и заканчивая оплатой при расчете с поставщиком (акт сверки расчетов).

С точки зрения охвата жизненных процессов деятельности на дорожном уровне ОАО «РЖД» распределенная система R/3 в блоке «Логистика» системы сбалансированных показателей снабжения (ССПС) выполняет функции поддержки

Рис. 5. Структура аналитической системы МТО.

системы МТО, контроля счетов, управления запасами и услугами, обеспечения системы отпуска и распределения МТР, организации техобслуживания и ремонта подвижного состава и оборудования, контроля и обеспечения качества [7,8]. Посредством изменяемых аналитических отчетов информационная система логистики поддерживает как текущее принятие решений, так и разработку стратегии. Информационная модель R/3 описывает организационно-экономические связи и процессы, имеющие место в отдельных прикладных областях. Она является инструментом для представления сложной среды интегрированного прикладного программного обеспечения. Система управления МТО комплекса SAP R/3 предлагает информационно-технические решения, позволяющие выйти за рамки одного предприятия.

С помощью приложений системы R/3 бизнес-процессы ЕК АСУФР объединяются с хозяйственными процессами линейных предприятий и поставщиков МТР в логистическую цепочку, охватывающую весь хозяйственный цикл — от закупки сырья и материалов до непосредственного использования МТР на местах. Комплексные интегрированные методы управления потоком операций, независимо от специализации различных сегментов железнодорожного транспорта, позволяют интегрировать сферу производства, обращения и сбыта в единый поток последовательной обработки бизнес-процессов системы МТО. Выделение модуля «Управление материальными потоками» (MM) дает возможность реализации финансово-экономической модели управления и гибкого функционирования аналитической системы МТО в рамках специфической деятельности предприятий железнодорожного транспорта.

Предложение по разработке структуры аналитической системы МТО показано на рис.5. **РИСК**

Продолжение в следующем номере.

Библиографический список:

1. Болотский А.Н. Повышение эффективности управления материально-техническими и энергетическими ресурсами на основе методов нормирования и планирования. Функциональный проект. М.: РЖД. 2007.

2. Резер С.М. Информационные технологии логистики на транспорте // Интегрированная логистика. 2004. — №3 — с. 33.

3. Разработка структуры управления процессами материально-технического обеспечения ОАО «РЖД» и концепции их автоматизации. — М.: РЖД. 2008.

4. Цевелев А.В. Концепция управления процессами материально — технического обеспечения железнодорожного транспорта // РИСК. — М.: ИТКОР, 2011.- №3 — с. 23-28.

5. Шеер А.В. Бизнес-процессы. Основные понятия. Теория. Методы. — Весть-МетаТехнология, 1999. — 182 с.

6. Инстументарий ARIS. Код доступа http://vernikov.ru/…/aris_methods.pdf

7. Цевелев А.В. Внедрение ССПС как фактор повышения эффективности системы МТО железнодорожного транспорта // РИСК. — М.: ИТКОР, 2010. — №2 — с. 10-15

8. Цевелев А.В. Дерево целей управления материально-техническим обеспечением железнодорожного транспорта // Материалы II Международной заочной научно-практической конференции «Экономические и социальные науки: прошлое, настоящее и будущее», 10 апреля 2013 г. — М.: ИТКОР, ИД «Экономическая газета», 2013. — с. 469-474.

А. Брынцев,
д.э.н., профессор, начальник отдела исследования макросистем,
Институт ИТКОР

Сервисные потоки: мифы и реальность

Аннотация: в статье автор рассматривает вопросы, связанные с развитием сервисной логистики, исследованием взаимосвязи потоковых процессов и услуг, уточнением терминологического аппарата сферы услуг.

Ключевые слова: сервис, сервисные потоки, услуги, запасы, материальные потоки.

Annotation: the author considers the issues associated with the development of logistics service, study on the relationship of flow processes and services, clarification of terminology services.

Keywords: service, service flows, services, supplies, material flows.

На сегодняшний день во всем мире, в связи с активным развитием новых технологий, средств коммуникаций, требования к работе и качеству обслуживания клиентов значительно выросли. Появление большого количества разнообразных товаров и услуг повышает степень неопределённости спроса на них, обуславливает резкие колебания качественных и количественных характеристик материальных, информационных, финансовых потоков, проходящих через компании. В этих условиях способность предприятий адаптироваться к изменениям внешней среды является существенным фактором устойчивого положения на рынке.

Большинство компаний начинают понимать всю значимость логистики в системе предприятия, ее прямое влияние на доходы организации и его инвестиционную привлекательность. В современных рыночных условиях возрастающую роль играют услуги. Это подтверждают данные Госкомстата РФ, приведённые в таблице 1 и в таблице 1.

Последние годы научное сообщество пристально изучает сервисные потоки. Во многих научных изданиях приводятся определения сервисного потока, раскрывающие его экономическую, социальную сущность. Тем не менее, в России изучение сервисных потоков находится на ранней стадии своего развития. Деятельность бизнес структур на этом поприще, должным образом не обобщена, практически отсутствуют серьезные рекомендации по использованию полезных для нашей национальной экономики методов формирования и развития сервисных потоков. Не существует также научно разработанных концепций, комплексно охватывающих все стороны создания и функционирования сервисной экономики. Почти нет научных исследований, по результатам которых могли бы быть разработаны рекомендации, связанные с правовыми, экономическими, организационными, техническими, кадровыми проблемами сервисной экономики.

С нашей точки зрения рассмотрение сервисного потока как потока услуг не совсем корректно. При переводе с английского языка: сервис это — прежде всего обслуживание, а затем уже услуга. Рассматривая поток услуг, мы вступаем в противоречие с принципами логистики и сферы услуг. Во

Таблица 1.

Темпы роста производительности труда по видам экономической деятельности (в процентах к предыдущему году)

	2003	2005	2010	2011	2012
Всего в экономике	107,0	105,5	103,2	103,8	103,1
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	105,6	101,8	88,3	115,1	98,1
Рыболовство, рыбоводство	102,1	96,5	97,0	103,5	103,1
Добыча полезных ископаемых	109,2	106,3	104,3	102,2	99,4
Обрабатывающие производства	108,8	106,0	105,2	104,7	103,6
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	103,7	103,7	103,0	100,3	99,7
Строительство	105,3	105,9	99,6	102,2	99,6
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	109,8	105,1	103,6	102,1	105,2
Гостиницы и рестораны	100,3	108,5	101,7	99,5	101,8
Транспорт и связь	107,5	102,1	103,2	105,5	100,8
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	102,5	112,4	104,0	102,7	101,7

Темпы роста (снижения) производительности труда оценены Федеральной службой государственной статистики в целом по экономике и видам экономической деятельности, продукция которых реализуется преимущественно по рыночным ценам. Индекс изменения производительности труда по экономике в целом рассчитан как частное от деления индексов физического объема ВВП и изменения совокупных затрат труда.

Таблица 2.

Среднегодовая численность занятых в экономике по видам экономической деятельности

	2000	2005	2010	2011	2012
Тысяч человек					
Всего в экономике	64517	66792	67577	67727	67968
в том числе по видам экономической деятельности:					
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	8996	7381	6656	6583	6467
рыболовство, рыбоводство	138	138	143	147	142
добыча полезных ископаемых	1110	1051	1057	1063	1080
обрабатывающие производства	12297	11506	10292	10281	10170
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1886	1912	1945	1950	1947
строительство	4325	4916	5380	5474	5642
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств,					
мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	8806	11088	12057	12174	12292
гостиницы и рестораны	948	1163	1183	1218	1250
транспорт и связь	5056	5369	5347	5361	5430
финансовая деятельность	657	858	1122	1182	1223
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	4490	4879	5380	5514	5709
из них научные исследования и разработки2)	1201	988	904	907	880
государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование					
образование	5979	6039	5902	5789	5697
здравоохранение и предоставление социальных услуг	4408	4548	4621	4604	4573
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	2313	2460	2531	2529	2547

Занятые в экономике-лица, которые в рассматриваемый период выполняли оплачиваемую работу по найму,а также приносящую доход работу не по найму как с привлечением, так и без привлечения наемных работников. В числен-ность занятых включаются лица, которые выполняли работу в качестве помогающих на семейном предприятии, лица, которые временно отсутствовали на работе, а также лица, занятые в домашнем хозяйстве производством товаров и услуг для продажи или обмена.

многих научных источниках исследователи определяют *сервисные потоки* как потоки услуг (товара особого вида), генерируемые логистической системой или ее звеном с целью удовлетворения спроса внешних или внутренних потребителей. В свою очередь под *сервисом* понимают систему обслуживания, помогающую клиенту выбрать необходимый вариант приобретения и потребления товара. Удачное определение, с нашей точки зрения, приводит в своих работах Малышина Н.А. Процесс оказания услуг представляется возможным классифицировать как бизнес-процесс, с его характерными свойствами, этапами и структурой, использующий основные потоки ресурсов. *Сервис* представляется возможным определить как экономическую деятельность, направленную от продуцента услуг к потребителю: физическим лицам и бизнес структурам в результате процесса обслуживания, а также формирования и регулирования информационных, финансовых и материальных потоков. Зарубежные авторы, ввели понятие «логистика сервисного отклика « (service response logistics), для изучения проблем сервисной логистики. Под ним учёные рассматривают процесс координации логистических операций, необходимых для оказания услуг эффективным способом, опираясь на два основных критерия: затраты и удовлетворения запросов клиентов.

Согласно международного стандарта ISO 8402:1994: термин «услуга» означает итоги непосредственного взаимодействия поставщика и потребителя и внутренней деятельности поставщика по удовлетворению потребностей потребителя. Услуга характеризуется неосязаемостью, несохраняемостью, непостоянством качества и неотделимостью от источника. *Поток* представляет собой совокупность объектов, воспринимаемую как единое целое, существующую как процесс на некотором временном интервале и измеряемую в абсолютных единицах за определенный период. Параметры, которык характеризуют происходящий процесс являются параметрами потока.

Запас — категория, характеризующая число объектов, имеющихся в наличии в некоторый конкретный момент времени и измеряемая в абсолютных единицах. Между статическими параметрами запасов и динамическими параметрами потоков существует функциональная зависимость, которая может быть выражена следующей формулой:

$$П = d З / d t$$

Поток (П) характеризует процесс изменения запаса (З) в единицу времени (t):

В свою очередь, запас отражает результат изменения и накопления потока, котрый можно рассмотреть как монотонный нормированный функционал, заданный на множестве пар, и выразить через определённый интеграл на временном участке от t_1 до t_2:

$$З = \int_{t_1}^{t_2} \Pi dt$$

Причём первая компонента — это интегрируемая функция, а вторая представляет область во множестве задания данной функции. Категории потока и запаса широко используются в макроэкономических моделях. Опираясь на работы Харриса, на основе интегрального анализа трудно не согласиться, что в процессе моделирования можно решать поставленную задачу, используя термины потока, так и термины запаса. Положение, согласно которому бизнес структуры ориентируются в своем выборе на потоки за определенный период, можно заменить квази эквивалентным положением; их главная цель создание определенного запаса на конец определённого периода. Это приводит к тому, что практически любую модель можно выразить как в терминах потока, так и терминах запаса.

Таким образом материальный запас можно представить в виде материального потока с нулевой скоростью перемещения. Более того объекты материального потока проходят через стадию запаса, следовательно их можно рассматривать как транспортный запас на конкретный момент времени. Это характерно для всех форм организации движения материального потока.

Источником любого материального потока является запас, и заканчивается также в форме запаса, т.е. эти основные категории логистики переходят из одного состояния в другое.

Материальные запасы — это одна из форм движения материального потока при скорости его перемещения в пространстве, равной нулю, образующаяся в логистических системах (узлах, цепях, звеньях) вследствие несинхронности входного (входящего) и выходного (выходящего) потоков или неравенства их интенсивностей, находящегося в процессе приложения к нему ограниченного состава логистических операций. Именно на этих условиях строятся логистические цепи, а сами условия достаточно формализованы и широко описаны в начных трудах, для использования их в практичесой деятельности применяют уровнения балансового типа:

$$Sн + Рвх = Sк + Рвых$$

где:

Sн — размер запаса на начало периода;

Sк — размер запаса на конец периода;

Рвх — входной материальный поток;

Рвых — выходной материальный поток.

Конечно для решения практических задач применяются более сложные уравнения, учитывающие изменение интенсивности сквозного материального потока, различные потери запасов и т.д. Приведенные уравнения, характеризующие взаимосвязь материальных потоков и запасов на основе их количественно-временных параметров, помогают понять принципы построения и функционирования логистических цепей. Вышеизложенное подходит для финансовых и информационных потоков в логистических системах. В финансовых: запасами являются дененжные средства, финансовые инструменты; в информационных: файлы.

Структура материального, финансового, информационного потоков во многом определяется отраслевой принадлежностью, типом производства, уровнем специализации бизнес структур. В промышленности, как правило, наибольший удельный вес составляют материалы и готовая продукция. В торговых компаниях — это товары и т.д. А как быть с услугами?

Учитывая их отличительные особенности: неосязаемость, недолговечность, невозможность накапливать — имеет смысл рассматривать не поток услуг, а поток продуцентов. Если продуцента услуг «доставляют» к клиенту — это прямой поток, если наоборот потребителей к источнику — обратный. При таком рассмотрении не возникает противоречия между определением потоковых процессов и сущностью услуг.

Примерно так выглядят основные постулаты, нашедшие своё отражение в этой статье. Проблемы, поднятые в данной работе, носят открытый характер, автор не претендует на истину в последней инстанции, будет благодарен любым формам конструктивного сотрудничества по рассматриваемым в статье вопросам. **РИСК**

Библиографический список:

1. Адамов, Н.А. Особенности управления финансами в группе компаний / Н.А.Адамов Т.А.Козенкова//Вестник Университета (Государственный университет управления). –2007. –№ 10.

2. Брынцев, А.Н. Логистический фрагмент — энтропия в потоке [Текст] / А.Н. Брынцев // РИСК. — 2012. — № 2. — С.27–33.

3. Брынцев, А.Н. Гущо М.В., Примак Л.В. Инвестиционный менеджмент /А.Н. Брынцев, М.В. Гущо, Л.В. Примак// М.: Агентство социальный проект, 2009. -176 с.

4. Григорьев, М.Н. Логистика. Базовый курс: учебник / М.Н.Григорьев, С.А. Уваров // М.: ООО Изд Юрайт, 2011.-782С.- (Основы наук)

5. Каменева, Е.А. Реализация логистических под-

ходов в сфере услуг/Е.А. Каменева,Т.Д.Крылова// РИСК. 2013.-№ 4.- С.25-28
6. Мальшина Н. А. Механизм развития сервисных потоков социально-культурной сферы / Н. А. Мальшина// Российское предпринимательство 2013. № 16 (238). С. 97-107.
7. Мальшина Н. А. Логистические принципы движения ресурсов в сфере социально-культурного сервиса и услуг — Саратов.: РГТЭУ, 2012. — 9,5 п.л.
8. Одесс, В.И. Семенов Н.Н. От снабжения и сбыта через оптовую торговлю к логистике / В.И.Одесс, Н.Н.Семёнов //РИСК, -2012, №1, — С. 647-651.
9. Харрис, Л. Денежная теория: пер с англ.- М.: Прогресс.- 1990
10. http://www.gks.ru/ Российский статистический ежегодник, 2013г.
11. Козенкова Т. Особенности финансового менеджмента крупной корпорации // Финансовая жизнь. 2013. № 3. С. 30-31.
12. Адамов Н., Мельцас Е. Стратегия взаимодействия финансовой логистики как способа увеличения финансовой устойчивости // Финансовая жизнь. 2012. № 1. С. 40-43.

АКАДЕМИЯ МБА
www.a-mba.ru

АНО «Академия менеджмента и бизнес-администрирования»

Финансовая жизнь
Возрождение издания 1914 года
www.flife-online.ru

Научно-практическое, аналитическое издание, объединяющее интересы профессионалов финансовой, банковской и налоговой сферы, а также сближающее науку, образование и бизнес.

Журнал включен в РИНЦ.

Подписка

► В редакции: (499) 152-0490; dirpp_m3@ideg.ru

► Через интернет-каталог «Российская периодика»: www.arpk.org

► В любом отделении почтовой связи по Объединенному каталогу «Пресса России»; по каталогу Агентства «Роспечать» — «Газеты. Журналы»

реклама

Логистизация бизнес-процессов в прибрежном рыболовстве Камчатского края

М. Еремина,
к.э.н., доцент кафедры экономики и управления,
Камчатский государственный технический университет,
Н. Нестеренко,
доцент кафедры экономики и управления,
Камчатский государственный технический университет

Аннотация: в данной статье рассмотрены основные теоретические аспекты логистического управления на предприятиях рыбной отрасли Камчатского края. Проведен анализ сложившейся системы товародвижения в рыбной отрасли края. Уточнена классификация материальных потоков в рыбной отрасли и принципы логистического управления. Предлагаются методические подходы по логистизации бизнес-процессов в прибрежном рыболовстве.

Ключевые слова: логистика, бизнес-партнерство, логистическая система, материальный поток, бизнес-процессы, логистическое управление.

Annotation: the article describes the basic theoretical questions of logistics management on the example of the region's coastal fisheries.

Keywords: logistics, coastal fisheries, business partnership, logistics system, material flow.

Логистика — это научно-практическое направление в экономической науке, в рамках которой осуществляется управление потоковыми процессами, проходящими в экономической системе на всех уровнях иерархии (народное хозяйство, регион, организация), посредством интеграции деятельности субъектов, участвующих в этом процессе, путем создания логистических систем в целях достижения стратегических установок системы [1].

Основываясь на данном определении, логистику в прибрежном рыболовстве можно рассматривать как систему построения отношений между участниками процессов снабжения, производства и распределения рыбных товаров, управление технологическими процессами и информацией, сопровождающей эти процессы с целью оптимизации общих затрат всех участников системы товародвижения рыбопродукции.

При логистическом подходе объектом управления выступает сквозной материальный поток. При этом, оставаясь обособленными, предприятия согласованно управляют этим потоком. Поток или потоковые процессы составляют некоторые совокупности объектов, которые находятся в движении от «источника к цели» и рассматриваются на некотором временном интервале.

Что касается понятия запаса, то он является также как и поток, весьма распространенным в экономической науке и также имеет различные трактовки. Запас — это находящаяся на различных стадиях производства продукция производственно-технического назначения, изделия народного потребления и другие товары, ожидающие вступления в процесс личного потребления или потребления производственного. Между статическими величинами запасов и динамическими характеристиками потоковых процессов существует тесная взаимосвязь: «поток характеризует процесс изменения запаса; запас отражает результат изменения и накопления потока» [2].

Для описания потоков и механизма их движения необходима их классификация. Обобщая классификацию потоков, предлагаемую О.А. Новиковым, С.А. Уваровым, Е.А. Голиковым [3, 4], следует отметить, что данные классификации, по нашему мнению, весьма абстрактны, некоторые из признаков трудно применить для характеристики потоков в рыбном хозяйстве, что связанно с несовершенством учета и отчетности движения потоков в сфере производства и обращения, сложностями в отслеживании их движения. Это относится к таким признакам классификации как: по степени непрерывности, регулярности, управляемости. Например, признак по степени непрерывности для материальных потоков в рыбной отрасли не целесообразен, так как все материальные потоки в рыбной отрасли перемещаются с интервалами, то есть, не постоянны во времени и поэтому относятся к дискретным потокам (например, поставки материально-технического снабжения на суда осуществляются не в каждый момент времени, а либо перед выходом судна в рейс, либо последовательными поставками транспортными судами к месту промысла, то же самое и с другими видами поставок ресурсов). Что касается признака по степени регулярности, то как мы считаем, он вообще не допустим в экономике, так как все параметры потоков должны быть не стохастическими, а четко просчитанными, иначе вероятностное определение таких параметров потока как объем поставки, масса, пункт назначения, сроки приведут к росту затрат на снабжение, транспортировку, сбыт. Признак по степени управляемости также мы считаем как не корректный. Так как в процессе производственной деятельности все потоки формируются под воздействием субъектов управления и просто не могут быть не управляемыми.

Для уточнения классификации потоков в прибрежном рыболовстве представим в общем виде потоковый процесс, осуществляющийся в рыбном хозяйстве. Собственно производственный процесс на предприятиях рыбного хозяйства начинается, как и в любой хозяйственной системе, с процесса обоснования потребности в материальных ресурсах, планирования, выборе оптимальных поставщиков и непосредственно с закупки материальных ресурсов, необходимых для производства.

Кроме добывающих и перерабатывающих предприятий (1 звено) в потоковый процесс вовлечены еще четыре звена:

2 звено — предприятия — поставщики;

3 звено — посреднические организации в сфере снабжения;

4 звено — посреднические организации в сфере сбыта;

5 звено — потребители.

Между всеми пятью звеньями установлены тесные функциональные связи и хозяйственные отношения. Совокупность этих звеньев образует систему продвижения материального потока, назовем ее материалопроводящей системой. Таким образом, в общем виде, основным звеном материалопроводящей системы является некоторый экономически и / или функционально обособленный объект, не подлежащий дальнейшей декомпозиции, выполняющий свою локальную цель, связанную с определенными логистическими операциями или функциями [5].

В процессе товародвижения осуществляются несколько типов потоковых процессов. Первый вид материального потока представлен ресурсным потоком живого, охлажденного или мороженого рыбного товара, который является исходным сырьем для рыбоперерабатывающих предприятий. От поставщиков к рыбоперерабатывающим предприятиям поступает ресурсный поток материально-технических ресурсов, необходимых для основного производства. Второй вид материального потока поступает непосредственно от предприятий-поставщиков, которые могут быть непосредственными изготовителями поставляемой продукции и крупными посредническими организациями посредством транзитной формы поставки. Оба вида предприятий-поставщиков в данном случае находятся за пределами Камчатскго края. Третий вид материального потока поступает через различные посреднические организации, находящиеся на территории Камчатского края, посредством складской формы поставки. Второй материальный поток отличается от третьего объемами и структурой поставляемых материально-технических ресурсов. Материальные потоки, поступившие от посреднических организаций, разукрупнены и являются обычно многоассортиментыми, средними или мелкими, более легковесными и с различной консистенцией груза.

Далее оба ресурсных потока поступают с транспортных средств на склады материально-технического обеспечения (склады МТО) береговых баз перерабатывающих предприятий. На складах оба потока распоточиваются, то есть материальные ресурсы, входящие в потоки, разгружаются с транспортных средств, учитываются в бухгалтерских и складских документах, карточках складского учета и других и становятся на места хранения, иначе, превращаются в материальные запасы. С этого момента материальный поток перестает существовать. Когда на склад МТО приходит заявка от отделов предприятия на снабжение судов, начинается комплектация будущего четвертого вида материального потока, который поступает на суда и в производственные подразделения предприятия. Когда ресурсы, включаемые в будущий поток, будут скомплектованы и загружены в транспортное средство, с этого момента вновь начинает существовать материальный поток. Этот материальный поток также имеет отличия от второго и третьего вида потоков. Отличия заключаются в том, что четвертый вид менее объемный, чем второй и третий, мелкий, хотя бывает и легковесным и тяжеловесным, многоассортиментный и различной консистенции. Четвертый вид потока является внутренним потоком по отношению к внутренней среде рыбного предприятия, а также входным по отношению к основному производству. Далее материальный поток поступает в основное производство, где участвует в производстве готовой продукции, включая свою стоимость в стоимость будущей готовой продукции. Таким образом, материальные потоки ресурсов проходит два узла остановки: 1 — морской порт, 2 — склад МТО; либо, если поток поступает от посреднических организаций то, 1 — склады посреднических организаций, 2 — склад МТО. В этих узлах происходит временная остановка движения материального потока, связанная с его преобразованием (например, расфасовка, комплектация, разукрупнение, упаковка и др. операции), а также с различием во времени его прибытия и потребления. В этот период материальные потоки превращаются в запасы. Материальные потоки могут также поступать сразу на добывающие и обрабатывающие суда, без захода на склады МТО. Это дает нам право предложить следующий признак классификации — в соответствии с формой поставки потоки делятся на транзитные и складские. Транзитные потоки двигаются от источника к цели напрямую от предприятий — поставщиков без использования каких-либо посредников и соответствуют транзитным нормам поставки, а складские — двигаются через склады снабженческо-сбытовых организаций и существуют, когда объем поставки у потребителя вдвое меньше, чем при поставках транзитом.

Таким образом, на выходе из основного производства находится иной материальный поток, сильно отличающийся от ресурсных потоков — это поток готовой продукции (назовем его товарным потоком — ТП). Товарный поток отличается от ресурсного физическими и стоимостными характеристиками. Стоимость входных материальных ресурсных потоков входит в виде производственных затрат в себестоимость выходного товарного потока. Поэтому мы считаем, что в существующую классификацию материальных потоков следует включить еще дополнительный признак — экономический признак, который характеризует разную стоимость материальных и нематериальных единиц, составляющих «множества» в потоковых процессах. В соответствии с этим признаком потоки будут делиться на ресурсные и товарные, что упорядочит управление ресурсными и товарными потоками.

При движении как ресурсных, так и товарных потоков происходит смена прав собственности на потоки, связанных с участием в движении потоков различных, самостоятельных организаций, использованием различных условий поставок. От того в какой момент осуществляется передача права собственности на товар от одной организаций к другой зависит стоимостная величина потоков, а значит величина затрат на движение этого потока, величина рисков, которые будут нести участники движения потоков. Выше указанные проблемы регулируются так называемыми базисными условиями поставки, используемые при заключении договоров поставок. Базисные условия поставки определяют основные права и обязанности поставщика и потребителя при перевозке грузов, упаковке, маркировке, страховании, оформлении перевозочных документов, а также оговаривают место и время перехода права собственности на товар с грузоотправителя на грузополучателя, перехода страховых рисков. Наиболее распространенными условиями поставки в мировой практике являются: ФОБ, ФАС, франкозавод, СИФ, ФЕС и др. В рыбном хозяйстве наиболее широкое применение получили условия поставки ФАС, ФОБ, СИФ, СФР.

Мы предлагаем еще один признак классификации потоков — в зависимости от применяемых условий поставки. При этом предлагаем использовать «Международные правила толковая торговых терминов «Инкотермс», в соответствии с которыми потоки можно разделить на четыре группы: группа E (отправление), группа F (основная перевозка не оплачена), группа C (основная перевозка оплачена) и группа D (прибытие) [6].

Таким образом, схему классификации материальных потоков добавим следующие три признака:

1. Экономический признак (характеризует смену форм стоимости каждой из материальных и нематериальных единиц, составляющих «множества» в потоковых процессах, протекающих от «источника» — рынка закупок, где за деньги фирма покупает ресурсы, нужные ей для производства — к «цели» — рынку сбыта ее готовой продукции, произведенной из этих ресурсов):

а) ресурсные потоковые процессы;

б) товарные потоковые процессы.

2. В соответствии с формой поставки потоки делятся на:

а) транзитные;

б) складские.

3. В зависимости от применяемых базисных условий поставки потоки делятся на:

а) потоки группы E;

б) потоки группы F;

в) потоки группы C;

г) потоки группы D.

Большую роль в формировании эффективных логистических систем прибрежного рыболовства играет решение вопросов развития механизма взаимодействия с поставщиками, потребителями и различными обслуживающими структурами в ходе продвижения рыбных товаров на внутренний и внешний рынки. В связи с чем, большое значение приобретает рациональное решение вопросов межфирменного взаимодействия или бизнес-партнерство. В частности, важную роль в решении данных вопросов могут сыграть региональные представительства рыбохозяйственных бизнес-структур (головной компании). Рекомендуемая структурно-функциональная схема деятельности региональных представительств рыбопромышленных структур, представлена на рис. 1.

В рамках концепции головного рынка для группы регионов, с которыми взаимодействует интегрированная рыбопромысловая и рыбоперерабатывающая бизнес-структура, определяется наиболее значимый региональный рынок. Представительству, функционирующему на головном рынке целесообразно решать задачи логистического координатора деятельности других представительств (дистрибьюторов), работающих на рынках сопряженных регионов, вырабатывая для них стратегические ориентиры хозяйствования.

Анализ условий эффективного товародвижения показывает, что при построении логистических цепей в сфере распределения рыбной продукции необходимо определить рациональное соотношение между возможностями проведения логистических операций непосредственно головной компанией, деятельностью (объемами, направлениями) представительских структур и функциями дополнительно привлекаемых сторонних логистических провайдеров-субподрядчиков.

Условия минимизации совокупных издержек при реализации комплекса необходимых сбыто-

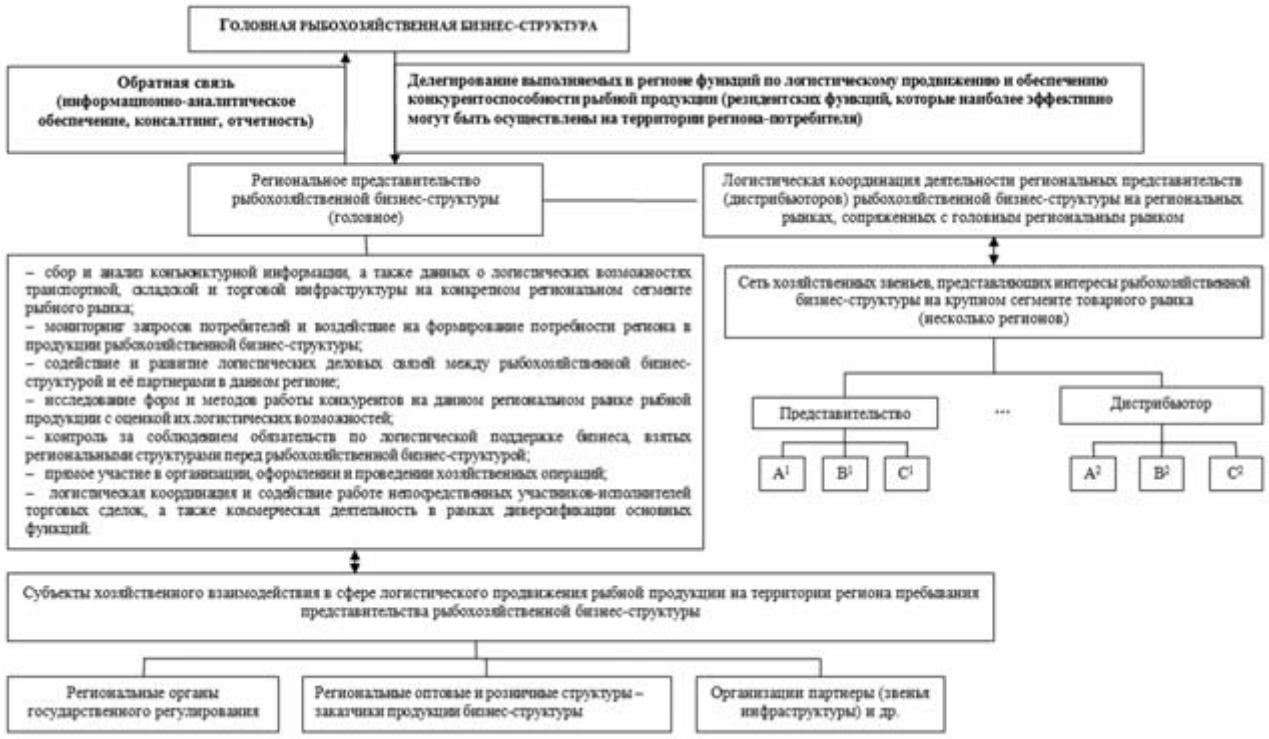

Рис. 1. Структурно-функциональная схема лоигистически-ориентированной деятельности представительских звеньев рыбохозяйственной бизнес структуры на региональных сигментах рынка рыбной продукции.

вых операций с учетом возможного привлечения различных аутсорсеров в сфере распределения рыбных товаров можно отразить следующей формулой (1):

$$\sum_{a}^{l} VaUa + \sum_{b}^{n} VbUb + \sum_{c}^{m} VcUc \Rightarrow \min \qquad (1)$$

где *a, l* — количество операций, проводимых непосредственно головной рыбохозяйственной организацией;

b, m — количество операций, проводимых силами представительских структур;

c, n — количество операций, проводимых привлекаемыми сторонними логистическими партнерами;

Va, Vb, Vc — объемы работ соответственно по *a*-й, *b*-й, *c*-й операциям;

Ua, Ub, Uc — удельные издержки на единицу работ по *a*-й, *b*-й, *c*-й операциям.

В ходе формирования логистических цепей, обеспечивающих распределение рыбной продукции, наряду с минимизацией издержек, разумеется, необходим комплексный учет факторов надежности, качества и скорости выполнения бизнес-операций.

В настоящее время камчатские рыбохозяйственные организации совместно с представляющими их интересы бизнес-звеньями исследуют перспективность многих отечественных региональных, а также ряда азиатских и европейских рынков.

Основу методологии логистического управления составляют принципы управления, представляющие собой основополагающие правила функционирования логистических систем. В этой связи нами уточнены и дополнены существующие принципы логистического управления в соответствии с воззрениями таких авторов трудов по логистике как Л.Б. Миротина, В.И. Сергеева, А.М. Гаджинского, Ю.М. Неруша и других, приведенные ниже [7,8,9].

1. Принцип соответствия целей логистического управления общим стратегическим установкам организации. Целью логистического управления, как было сказано выше, является обеспечение своевременной поставки материального потока, необходимого качества, нужного количества, в нужное место, соответствующему потребителю (правило семи R). Эта способствует поддержанию конкурентоспособности и удержанию клиентов, а также определенной доли рынка.

2. Принцип системного подхода к управлению материальными потоками, который проявляется в рассмотрении всех элементов логистической системы как взаимосвязанных и взаимодействующих для достижения единой цели управления, а также оптимизации функционирования не отдельных элементов, а всей логистической системы в целом.

3. Принцип координации и интеграции. Это означает достижение согласованности и интегрального участия всех звеньев логистической

системы в процессе продвижения материалопотока от поставщиков до конечного потребителя; отказ от разделения материалопотока на несколько функциональных блоков (снабжение — производство — сбыт) и управление всем материальным потоком как единым целым.

4. Принцип надежности. Предполагает обеспечение надежности функционирования и высокого качества работы каждого элемента логистической системы для обеспечения высокого качества товаров и услуг, предоставляемых конечным потребителям.

5. Принцип устойчивости и адаптивности. Логистическая система должна устойчиво работать при любых допустимых отклонениях факторов внешней среды и ориентирована на постоянную перестройку в соответствии с развитием внешней среды.

6. Принцип моделирования и информационно-компьютерной поддержки. Для обеспечения системы непрерывной информацией о движении материального потока в целях оперативного управления им, а также основой интегрированной логистической системы является создание между всеми звеньями единой информационной базы, основой которой будут являться компьютерные корпоративные сети.

Таким образом, на основании проведенного исследования были сформулированы определения логистики как науки с учетом особенностей прибрежного рыболовства; проведена и уточнена классификация материальных потоков и принципов управления ими в прибрежном рыболовстве, предложен механизм бизнес-партнерства в логистических цепях продвижения рыбопродукции предприятий отрасли. РИСК

Библиографический список:

1. Нестеренко Н.Ю. Логистика. / Н.Ю. Нестеренко. — Петропавловск-Камчатский: КамчатГТУ, 2008. — 192 с.

2. Неруш Ю.М. Логистика / Ю.М. Неруш. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. — 520 с.

3. Новиков О.А. Логистика. / О.А. Новиков, С.А. Уваров. — СПб.: Изд.дом «Бизнес-пресса», 2005. — 208 с.

4. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика / Е.А. Голиков. — М.: Изд. дом «Дашков и К°», 1999. — 120 с.

5. Савенкова Т.И. Логистика / Т.И. Савенкова. — М.: Изд-во «Омега-Л», 2006. — 256 с.

6. Инкотермс — 2011. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.tamognia.ru/incoterms_2010/.

7. Сергеев В.И. Менеджмент в бизнес-логистике / В.И. Сергеев. — М.: ФИЛИНЪ, 1997. — 214 с.

8. Гаджинский А.Л. Основы логистики / А.Л. Гаджинский. — М.: ИВЦ «Маркетинг», 2005. — 245 с.

9. Тяпухин А.П. Проектирование товаровыводящих систем на основе логистики: учеб. пособие / А.П. Тяпухин, А.И. Голощапова, Е.Н. Лындина. — М.: Финансы и статистика, 2007. — 240 с.

KTR-ONLINE.RU

логистика • маркетинг • аналитика

новости экономики, новости логистики, новости рынков,
аналитические материалы и статьи,
журналы по логистике и маркетингу, пресс-релизы,
интервью, мероприятия

Развитие интегрированных транспортно-экспедиторских структур как фактор повышения конкурентоспособности российского рынка логистических услуг

Т. Прокофьева,
д.э.н., профессор, главный научный сотрудник,
Институт ИТКОР,
В. Сергеев,
д.э.н., профессор, зав. кафедрой управление цепями поставок,
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
А. Элларян,
к.э.н., главный научный сотрудник,
Институт ИТКОР

Аннотация: в статье рассмотрены тенденции в развитии рынка логистических услуг. Особое внимание уделено созданию интегрированных логистических систем и формированию транспортно-экспедиторских структур.

Ключевые слова: транспортно-экспедиторские структуры, рынок логистических услуг, логистика.

Annotation: the article examines trends in the logistics market. Particular attention is paid to the creation of integrated logistics and freight forwarding formation structures.

Keywords: structure forwarding, logistics services market, logistics.

Глобализация мировой экономики, расширение международного сотрудничества, развитие международных транспортных коридоров, информационного и телекоммуникационного обеспечения системы грузо- и товародвижения способствовали формированию интегрированных транспортно-экспедиторских структур, созданию крупных холдингов и транснациональных корпораций. При этом важнейшим фактором экономического роста становится развитие рынка логистических услуг и создание интегрированных логистических систем. Ключевую роль в повышении конкурентоспособности рынка логистических услуг и формировании эффективных логистических систем на микро, мезо и макроэкономическом уровне играют транспортно-экспедиторские компании и логистические операторы от узкофункциональных до логистических провайдеров 3PL и 4PL уровней — системных интеграторов логистических бизнес процессов.

Несмотря на то, что в последнее десятилетие рынок логистических услуг в РФ развивается высокими темпами, опережающими в 1,5-2 раза темпы роста его в Европе, Россия сильно отстает от ведущих держав с развитой экономикой. Так, в рейтинге Всемирного Банка по уровню развития логистики — LPI (Logistics Performance Index) в 2011 году Россия заняла 99 место из 155 стран мира, опустившись на 5 пунктов по сравнению с 2010 годом.

В условиях глобализации мировой экономики и вхождения Российской Федерации во Всемирную торговую организацию (ВТО) столь низкий уровень развития логистики может крайне негативно сказаться на участии России в мировом внешнеторговом обороте, ее месте и роли в организации внешнеэкономических связей, развитии системы международных транспортных коридоров и реализации транзитного потенциала страны.

Во многом низкий рейтинг нашей страны объясняется неразвитостью транспортно-логистической инфраструктуры (85 место), недостатками в работе таможенных органов (138 место), низким уровнем развития транспортно-логистического сервиса (113 место). При этом по условиям для международных поставок Россия заняла в рейтинге 106 место, по выполнению обязательств и надежности доставки грузов логистическими провайдерами — 88 место.

Повышение результативности логистики и конкурентоспособности рынка логистических услуг в России должно стать объектом постоянного внимания и предметом государственной транспортной политики.

Для повышения конкурентоспособности российского рынка логистических услуг необходимо адекватное развитие национальных логистических операторов, обеспечивающих надежность и своевременность поставок и высокий уровень сервисного обслуживания потребителей.

Особое внимание предстоит уделить развитию транспортно-логистической инфраструктуры, созданию в узлах транспортной сети в зоне тяготения к национальным и международным транспортным коридорам крупных логистических центров международного уровня, обеспечивающих координацию и взаимодействие видов транспорта, внедрение сквозных мульти- и интермодальных логистических технологий, ускорение продвижения товарноматериальных потоков, повышение качества логистического сервисного обслуживания клиентуры. Учитывая, что решение данной задачи требует крупных инвестиций, ее

успешная реализация возможна на основе применения механизма государственно-частного партнерства с привлечением всех ветвей власти и бизнеса.

Необходимо резко улучшить условия для международных поставок и прохождения таможенных процедур, приблизив их к международной практике, сократить время простоя подвижного состава транспорта и тем самым создать условия для снижения себестоимости перевозки и привлечения дополнительных товарноматериальных потоков, в том числе транзитных по системе Евроазиатских МТК.

Высокий уровень логистических издержек в ВВП России по сравнению с экономиками развитых стран вынуждает в стратегии развития логистических операторов делать акцент на снижение логистических, в том числе транспортных, затрат.

ВВП Росси в 2011 г. составил по данным Росстата 54,369 трлн. руб. Логистические издержки в РФ в среднем составляют 20% ВВП — (10,874 трлн. руб.). Снижение логистических издержек на 1% даст экономию в 108,7 млрд. руб./год. Транспортная составляющая логистических издержек в среднем составляет 40% (4,350 трлн. руб.). Возможная экономия от снижения себестоимости перевозок на 1% по народному хозяйству в целом может составить 43 млрд. руб. в год.

По оценке зарубежных экспертов передача на аутсорсинг 3 PL-провайдеру операционной логистической деятельности обеспечивает в среднем экономию логистических издержек в 40-50%. При переходе на логистический аутсорсинг 10% промышленных и торговых компаний России может быть получен экономический эффект в виде экономии логистических издержек порядка 489 млрд. руб.

Следует отметить, что в России рынок комплексных логистических услуг, предоставляемых 3PL-провайдерами, находится в начальной стадии формирования и представлен в основном, транспортно-экспедиторскими фирмами. Количество таких компаний на отечественном рынке достаточно велико, они отличаются друг от друга по спектру выполняемых операций, по типу обслуживаемых грузопотоков, по опыту, профессиональному уровню, ресурсному потенциалу и другим параметрам. Деятельность этих компаний охватывает разные сегменты и разные географические зоны страны.

В настоящее время к 3PL провайдерам можно отнести такие российские компании, как «АТЛ Холдинг», «Русская логистическая служба», «ЕвроСиб», «STS Logistics» «Ревико-Руссия», «DPD Dynamic Parcel Distribution» (ГК «Armadillo»), FESCO, группа компаний «Дело» (ГК «Дело») и др. Большинство из указанных компаний находятся в процессе трансформации из интегрированных транспортно-экспедиторских структур (ИТЭС) в 3PL-провайдеров, добавляя к своему базовому сервису услуги с добавленной стоимостью.

Ключевым фактором становления современного рынка логистических услуг в России и повышения его конкурентоспособности является развитие интегрированных транспортно-экспедиторских структур (ИТЭС), повышение уровня их компетенции и расширение спектра предоставляемых услуг с поэтапной трансформацией ИТЭС в 3PL-провайдеров, обеспечивающих комплексный логистический сервис, соответствующий международным стандартам.

Ключевыми факторами развития ИТЭС и повышения их конкурентоспособности являются:

- Клиентоориентированная стратегия.
- Интеграция с партнерами по бизнесу.
- Межфункциональная и межорганизационная координация.
- Кооперация в цепях поставок на основе согласования экономических интересов.
- Оптимизация ресурсов и снижение логистических затрат.

Стратегическое планирование логистики

Логистическая деятельность реализует основное назначение логистики фирмы, так называемый **логистический микс — правило 7R**[1]**:** *«Обеспечение наличия нужного продукта в требуемом количестве и заданного качества в нужном месте в установленное время для конкретного потребителя с наилучшими затратам».*

В правиле «7R» отражены существенные черты логистической миссии организации бизнеса, ключевыми из которых являются качество, время и затраты. Целью логистической деятельности организации бизнеса должно быть обеспечение общего управления материальными, информационными и финансовыми потоками для достижения долговременного успеха в бизнесе. Правило 7R должно обеспечить фирме систему видения высокого качества логистического обслуживания клиентов, конкурентоспособности и позиционирования ее относительно рынка и конкурентов.

Развитие логистики в мире привело к возникновению понятия «администрирование ЛС» или «логистическое администрирование». Определенную роль в этом сыграло то обстоятельство, что управление логистическими операциями, функциями и функциональными областями компании, а также ее партнеров по бизнесу все в большей степени осуществляется на базе информационных технологий и соответствующего комплекса технических средств. Отсюда — аналогия

1 В оригинале "ensuring the availability of the right product, in the right quantity and the right condition, at the right place, at the right time, for the right customer, at the right cost" — источник: Coyle J.J., Bardi E. J., Langley C.J.J. The Management of Business Logistics, 5th ed. — St.Paul, MN: West Publishing Co., 1992. P. 35.

с «системным администратором», «администратором локальной вычислительной сети» и т.п. Тем не менее, задачи администрирования ЛС — это, в сущности, хорошо знакомые управленческие функции: планирование, организация, анализ, контроль, учет и т.д., традиционно входящие в комплекс функциональных обязанностей персонала менеджмента любой компании.

Рис. 1. Иерархическая структура («пирамида») построения эффективной ЛС [3].

Администрирование ЛС *можно определить как комплекс управленческих функций и процедур, осуществляемых персоналом логистического менеджмента фирмы (преимущественно с применением информационно-компьютерных технологий) для реализации стратегических, тактических и оперативных целей ЛС [3].*

В комплекс основных функций администрирования ЛС входят:

— планирование (стратегическое, тактическое, оперативное);

— организация;

— регулирование (принятие решений);

— координация (межфункциональная и межорганизационная);

— анализ;

— аудит (внутренний и внешний);

— контроллинг;

— ценообразование (бюджетирование).

Указанные функции администрирования представляют набор стратегических, тактических и операционных решений, которые должны быть выстроены в виде некоторой иерархической процедуры — «пирамиды» построения ЛС компании (рис. 1). Несмотря на то, что логистика каждой компании в своем роде уникальна, существует ряд основополагающих моментов (этапов), которые должна выполнить любая компания при ее разработке. На схеме показана системная взаимосвязь и последовательность этапов построения эффективной ЛС компании.

Как видно из предложенной схемы, основные этапы построения ЛС включают:

♦ разработку логистической стратегии и миссии;

♦ конфигурирование логистической сети;

♦ идентификацию ключевых логистических бизнес-процессов;

♦ разработку организационной структуры службы логистики;

♦ разработку системы контроллинга;

♦ выбора информационной поддержки логистики.

Разработка логистической стратегии и миссии должна учитывать определенную степень развития логистики внутри и вне компании, базирующуюся на применяемых передовыми фирмами логистических концепций и технологий.

Логистическую концепцию *для организаций бизнеса можно трактовать как основную точку зрения (руководящую идею) на логистику, как на платформу поддержки бизнеса и инструментарий оптимизации ресурсов фирмы при управлении товарно-материальными потоками, связанной информацией и сервисом [3].*

В последние годы укоренилась и активно распространяется новая логистическая концепция, которую большинство исследователей называет интегральной или *концепцией интегрированной логистики*. Ее сущность заключается в рассмотрении логистики как некоего синтетического инструмента менеджмента, интегрированного материальным потоком для достижения целей бизнеса. Данная концепция отражает новое понимание бизнеса, где отдельные фирмы, организации, системы рассматриваются как некоторые центры логистической деятельности в цепи поставок, прямо или косвенно связанные в едином интегральном процессе управления основными и сопутствующими потоками для наиболее полного и качественного удовлетворения покупателей в соответствии с их специфическими потребностями и целями бизнеса.

Разработка логистической стратегии осуществляется в четыре этапа: оценка, анализ возможностей, установление приоритетов, выполнение. На этапе оценки позиционируется логистическая стратегия по отношению к миссии и корпоративной стратегии фирмы на рынке. Должна быть тщательно проанализирована общая экономическая и политическая ситуация, определены пред-

полагаемые тенденции их изменения на период 5 — 15 лет.

На втором этапе разработки логистической стратегии подбираются и анализируются возможные стратегические решения на уровне корпорации в целом и отдельных структурных подразделений, определяются базовые требования к компонентам логистической стратегии.

Третий этап заключается в установлении приоритетов и выборе одной доминирующей логистической стратегии из набора возможных альтернатив. При этом принципиальное значение имеет ранняя идентификация потребных ресурсов для выполнения стратегии и источников их получения.

Наконец, заключительный этап состоит в разработке непосредственно стратегического логистического плана с определением агрегированных показателей как в целом для ЛС, так и для отдельных уровней менеджмента. На этом этапе утверждается конфигурация логистической сети, организационная структура службы логистики, определяется базовая ЛИС, система показателей оценки выполнения стратегических задач и мониторинга логистического плана.

Логистическая стратегия ИТЭС должна разрабатываться в соответствии с общей корпоративной стратегией и следовать в русле ее миссии. При выработке логистической стратегии необходимо помнить, что ее основное назначение — поддержка выполнения корпоративной стратегии с оптимальными затратами ресурсов.

К группе стратегий роста ИТЭС можно отнести такие стратегии, как **стратегия концентрированного роста** (усиление позиций на рынке, расширение географии и выход на новые рынки, расширение ассортимента товаров и количества предоставляемых услуг), стратегия интегрированного роста (интеграция с поставщиками, с потребителями, с логистическими провайдерами).

Стратегия улучшения качества логистического сервиса, предоставляемого ИТЭС, предполагает улучшение качества выполнения логистических операций и функций, логистическую поддержку предпродажного и послепродажного сервиса, логистический сервис с добавленной стоимостью, использование логистических технологий поддержки функционального жизненного цикла продукта, создание системы управления качеством логистического сервиса, использование процедуры бенчмаркинга и т.п.

Фокус логистической стратегии может быть нацелен на:

- ♦ снижение общих операционных логистических затрат;
- ♦ увеличение производительности логистической инфраструктуры;
- ♦ повышение качества логистического сервиса;
- ♦ поддержание баланса «затраты/сервис».

С учетом концептуальных положений интегрированной логистики можно дать следующее определение: **логистическая стратегия** — *это долгосрочное, качественное определенное направление развития логистики, касающееся форм и средств ее реализации в фирме, межфункциональной и межорганизационной координации и интеграции, сформулированное высшим менеджментом компании в соответствии с корпоративными целями.*

Среди большого количества логистических стратегий, применяемых компаниями, можно выделить несколько базовых, наиболее широко используемых в бизнесе при построении логистической системы. К ним относятся стратегия минимизации общих логистических издержек, стратегия улучшения логистического сервиса, стратегия минимизации инвестиций в логистическую инфраструктуру и стратегия логистического аутсорсинга.

Стратегия минимизации общих логистических издержек может быть реализована следующим образом:

- ♦ Сокращение операционных логистических издержек в отдельных логистических функциях
- ♦ Оптимизация уровня запасов в логистической системе
- ♦ Выбор оптимальных вариантов «складирование — транспортировка»
- ♦ Оптимизация решений в отдельных функциональных областях и/или логистических функция по критерию минимума логистических издержек
- ♦ Использование логистических провайдеров и т.п.

При использовании данной стратегии особое внимание компания должна уделять качеству логистического сервиса. В общем случае, чем выше требования потребителей к уровню качества логистического сервиса, тем выше должны быть издержки, обеспечивающие этот уровень. Поэтому естественным ограничением (задаваемым корпоративной стратегией) при использовании стратегии минимизации общих логистических издержек является ограничение на базовый уровень качества потребительского сервиса. В ряде случаев стратегия минимизации общих логистических издержек может быть трансформирована в стратегию максимизации отношения: уровень качества сервиса/ общие логистические издержки.

Стратегия улучшения качества логистического сервиса предполагает улучшение качества выполнения логистических операций и функций, логистическую поддержку предпродажного и послепродажного сервиса, предоставление логистического сервиса с добавленной стоимостью, использование логистических технологий поддержки функционального жизненного цикла продукта,

создание системы управления качеством логистического сервиса, использование процедуры бенчмаркинга и т.п. В данном случае сдерживающим фактором для применения всех возможностей стратегии улучшения качества являются логистические издержки, которые, очевидно, растут при использовании новых технологий повышения качества логистического сервиса.

Среди способов реализации стратегии минимизации инвестиций в логистическую инфраструктуру можно назвать такие, как оптимизация конфигурации логистической сети; прямая доставка товаров потребителям (минуя складирование); использование складов общего пользования; использование логистических посредников в транспортировке, складировании, грузопереработке; использование логистической технологии «точно в срок»; оптимизация дислокации объектов логистической инфраструктуры и др.

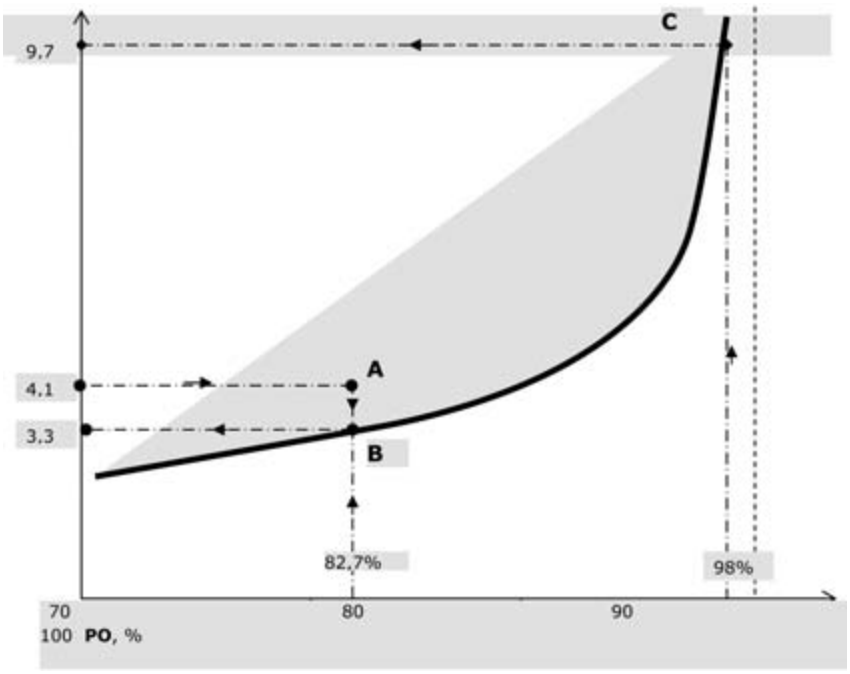

Рис. 2. Пример кривой баланса «операционные затраты / уровень логистического обслуживания — PO» (C_{Σ} — затраты в млн. долл. США).

В настоящее время все большее количество компаний, формируя логистическую стратегию, фокусируются на достижение баланса «логистические затраты / качество логистического сервиса».

Уровень качества логистических услуг значительно влияет на объемы продаж (производства) и другие ключевые показатели эффективности бизнеса. В общем случае, чем выше уровень логистического сервиса, тем больше необходимые для его поддержания затраты. При нахождении баланса «затраты/сервис» требуется установить зависимость между параметрами баланса, что само по себе сложно из-за отсутствия формализованных моделей перевода показателей логистического обслуживания в финансовые результаты бизнеса.

Многими компаниями для комплексной оценки качества логистического сервиса применяется показатель — процент «совершенных заказов» (Perfect Order — PO), т. е. доля идеально выполненных с первого раза заказов клиента в общем объеме отгруженных заказов. Его составляющими являются своевременность доставки, точность выполнения заказа по атрибутам «количество ассортиментных позиций в заказе», «объем по каждой ассортиментной позиции», место доставки груза, точность оформления товарно-транспортных документов и сохранность груза в пути. Максимальное значение этого показателя, соответствующее идеальному сервису, равно 100 %. Если построить для некоторой компании зависимость между операционными логистическими затратами (C_{Σ}) и процентом «совершенных заказов» (PO), то она будет иметь вид, представленный на графике (рис. 2) [3].

Как видно из графика баланса «затраты/сервис», рыночная позиция рассматриваемой компании соответствует уровню «совершенного заказа» — 82,7 %. Если баланс «затраты/сервис» (по всем заказам за год) достигнут, этому уровню сервиса должны отвечать плановые суммарные годовые операционные логистические затраты в $ 3,3 млн (точка «B» кривой баланса). Однако бухгалтерские отчетные документы показали, что в текущем году суммарные затраты составили $ 4,1 млн. (точка «A» кривой). Следовательно, в компании не выдержаны (или отсутствуют) нормативы затрат на логистические виды деятельности, что привело к невыполнению бюджета. Причины этого различны: от недостатков менеджмента службы логистики до действия макроэкономических факторов. Для правильного установления баланса необходимо периодически проводить как внутренний и внешний аудит логистической деятельности.

На практике, кривая баланса «операционные затраты / процент PO» имеет тенденцию резкого нелинейного нарастания затрат в диапазоне «совершенного заказа» 90–100 %. Предел — 100 % — является недостижимым. Уровень баланса «затраты/сервис» в логистике каждая компания должна планировать, исходя из своей корпоративной/логистической стратегии. Однако намерение как можно лучше обслуживать клиента

должно соотноситься с имеющимися ресурсами. Так, в нашем примере, если компания желает выйти на уровень «совершенного заказа» лидеров отрасли (98 %, точка «С» на кривой баланса), то в плановом году она должна быть готова заплатить за это $9,7 млн, т. е. почти втрое большую, чем в текущем году. Таким образом, приращение РО на 5,3 % потребует троекратного увеличения затрат.

Выбранная логистическая стратегия инициирует определенную логистическую сеть, в которой должны быть идентифицированы ключевые бизнес-процессы. Звенья цепи поставок включаются в бизнес либо как самостоятельные юридические лица, либо как отдельные подразделения логистической инфраструктуры, объединенные материальными или информационными потоками.

Стратегические решения по конфигурации логистической сети включают определение перспективной структуры логистических каналов и цепей, количественного и качественного состава звеньев ЛС (цепи поставок), дислокации логистических инфраструктурных мощностей (собственных и арендуемых складов, терминалов, распределительных центров, транспортных подразделений, диспетчерских центров, дорожной инфраструктуры и т. п.). Логистическая сеть является фундаментом выстраиваемой компанией ЛС, а ее рациональная конфигурация в значительной степени определяет эффективность логистики фирмы.

Определение ключевых логистических бизнес-процессов, выполняемых в цепи поставок, является одной из основных задач стратегического планирования логистики. Идентификация, моделирование, реинжиниринг и инсталляция логистических бизнес-процессов при поддержке КИС компании являются основой для построения организационной структуры службы логистики и решения задач контроллинга.

Для повышения эффективности логистики ИТЭС должны рассматривать ее как систему взаимосвязанных бизнес-процессов, направленных на достижение стратегических, тактических или оперативных целей логистической деятельности. Организация логистики на этой основе дает возможность решить ряд важнейших задач — от сокращения нерациональных расходов и потерь времени до глобальной оптимизации использования ресурсов с целью достижения стратегического соответствия требованиям потребителей определенного сегмента рынка.

Вопросы межорганизационной логистической координации также относятся к стратегическому уровню планирования. Они затрагивают отношения ИТЭС с поставщиками и потребителями товаров и услуг, а также с другими логистическими посредниками, определяя конфигурацию логистической сети, ключевые показатели логистического плана, совместную информационную систему поддержки логистики в цепях поставок, распределение прибыли, рисков, ответственности между контрагентами цепей поставок [4].

В современных условиях стратегия бизнеса ориентирована на потребителя, и в этом плане необходимо сформировать требуемый уровень качества логистического сервиса. Эти уровни качества далее трансформируются в систему плановых показателей (стандартов логистического сервиса), контролируемых и поддерживаемых сотрудниками группы компаний в составе ИТЭС. При этом важнейшей задачей персонала логистического менеджмента каждой компании является минимизация затрат на логистику при выполнении заданных на стратегическом уровне стандартов качества логистического сервиса.

Обслуживание потребителей в процессе реализации заказов и повышение качества логистического сервиса часто является решающим стратегическим средством улучшения конкурентных позиций на товарном рынке.

Под логистическим сервисом понимается совокупность логистических операций, обеспечивающих максимальное удовлетворение спроса потребителей в процессе управления материальными и сопутствующими потоками, наиболее оптимальным, с точки зрения затрат, способом при условии соблюдения политики клиентоориентированности и индивидуального подхода к каждому клиенту.

Во многих странах вопросам логистического сервиса придается первостепенное значение. Установка на совершенствование сервиса должна действовать во всей логистической цепи, гармонизируя взаимосвязи между ее технологическими компонентами и элементами логистических систем.

Партнерство — это отношения между участниками цепи создания ценности, которые распределяют между собой не только результаты, но и риски коммерческих проектов, объединяя усилия для достижения общей цели.

Любые мероприятия по совершенствованию ключевых компетенций компании-участника цепи поставок положительно отражаются на ее конкурентоспособности, и, следовательно, работают на повышение возможности отдельно взятой компании влиять на ситуацию внутри цепи.

Большое значение для организации эффективного управления ЦП имеет понятие «хозяина» логистического процесса в обслуживаемой цепи поставок. С этой целью может быть учрежден в качестве дочерней структуры крупной логистической компании — 3PL-провайдера координационный логистический центр (КЛЦ), способный обеспечить управление ЦП на базе интегрированной информационно-управляющей системы.

По согласованию «хозяином» логистического процесса в ЦП может являться координационный логистический центр (КЛЦ), имеющий статус логистического оператора 4PL уровня, назначением которого является администрирование логистических процессов в ЦП. В этом случае на него возлагается и функция межорганизационной координации, т.е. согласования действий всех участников ЦП, устранение возникших и предотвращение возможных конфликтных ситуаций между центральной компанией и ее контрагентами в сформированной структуре управления.

Межорганизационную логистическую координацию можно определить как согласование действий центральной компании («хозяина» логистического процесса), поставщиков, потребителей и логистических контрагентов для достижения запланированных стратегических и тактических целей [4].

Следует отметить, что в современном стремительно развивающемся бизнесе «хозяином» логистического процесса в цепи поставок часто становится именно 4PL-провайдер как системный логистический интегратор, на которого и возлагается функция межорганизационной логистической координации в цепи поставок. В настоящее время имеется несколько возможных моделей становления 4PL-провайдеров.

Нами предлагается иной путь, связанный с созданием в крупных транспортных узлах и морских портах координационных логистических центров (КЛЦ ТУ), функционирующих на базе применения новейших информационных и телекоммуникационных технологий, обеспечивающих эффективную координацию и взаимодействие разных видов транспорта и других участников цепи поставок. КЛЦ устанавливает партнерские взаимовыгодные отношения с консалтинговыми, аналитическими, информационными компаниями, разработчиками программного обеспечения, учитывая что для управления цепью поставок часто требуется специфическое для данной отрасли программное обеспечение со множеством коммуникационных интерфейсов.

Ключевым фактором развития современного рынка логистических услуг и повышения его конкурентоспособности является клиентоориентированная стратегия развития логистических операторов.

Ориентация логистической компании на стратегическое сотрудничество с партнерами по бизнесу требует дифференцированной работы с клиентами — не только с уже обслуживаемыми компанией, но и потенциальными, — которые входят в сферу ее компетенций и могут быть привлечены в рамках партнерства с другими операторами. Это предполагает проведение в процессе стратегического управления оценки компанией своих рыночных компетенций в соответствии со складывающейся конъюнктурой.

На современном этапе решение стратегических задач логистических компаний в большинстве случаев лежит в плоскости интеграции с предприятиями смежного процесса в логистической цепочке. Только в этом случае на фоне возрастающих требований со стороны клиентов по качеству предоставляемых логистических услуг можно обеспечить их комплексность и эффективность с точки зрения экономии их затрат, также расширить свою клиентскую базу.

В процессе разработки такой стратегии проводится позиционирование компании на рынке логистических услуг с позиций своих ключевых компетенций, которые в максимальной степени можно использовать наряду с укреплением компании на освоенном сегменте рынка.

Реализация этой общей стратегии должна осуществляться по разрабатываемым планам перспективного развития своего бизнеса. В основе таких планов используется процессно-ориентированный подход, который базируется на комбинации двух стратегий: управление эффективностью бизнеса и управление затратами.

Разработка стратегии интеграции логистической компании позволяет реализовать основные рыночные преимущества:

— снижение уровня неопределенности при формировании портфеля заказов и его реализации;

— ограничение конкуренции, учитывая, что объединенные ресурсы интегрируемых фирм обладают потенциальным преимуществом перед другими конкурентами;

— облегчение проникновения и внедрения технологических новшеств;

— снижение издержек, в частности, могут сокращаться транспортные расходы, расширяться объемы работ при уменьшении удельных условно-постоянных расходов.

К ключевым условиям эффективного взаимодействия партнеров по бизнесу в условиях кооперации относятся:

— готовность партнеров к кооперации на основе понимания своей роли в логистической системе;

— применение передовых технологий транспортного процесса и терминальной обработки, что определяется состоянием инфраструктуры.

— наличие взаимного доверия,

— возможности достижения прозрачности в затратах партнеров при выполнении совместных работ.

Формирование стратегии партнерства предусматривает развитие ключевых компетенций партнеров по бизнесу (участников цепей поставок). Основой разработки такой стратегии является позиционирование компании на рынке логистических услуг с позиций своих ключевых компетенций, которые в максимальной степени можно использовать в про-

цессе укрепления своих позиций на освоенном сегменте рынка, а также в качестве предложения услуг в цепи поставок другим операторам или потребителям (клиентам), опираясь на свои рыночные конкурентные преимущества.

Для успешного инновационного развития России необходимы новые подходы и технологии управления, основанные на последних достижениях науки и мировом опыте.

В условиях глобализации и интернационализации мировой экономики ведущей стратегией социально-экономического развития Российской Федерации становится кластерный подход к управлению отраслями и регионами РФ, обеспечивающий инновационное развитие и повышение конкурентоспособности экономики, как отдельных регионов, так и страны в целом. Исключительная значимость выбора кластерных моделей управления экономическим развитием страны выдвигает эту проблему в разряд имеющих особое государственное значение

Интенсивное развитие рынка транспортно-логистических услуг в России создает объективные организационно-экономические предпосылки для формирования в РФ транспортно-логистических кластеров (ТЛК) как наиболее эффективной инновационно-ориентированной формы интеграции участников рынка транспортно-логистических услуг, обеспечивающей на основе инноваций и согласования экономических интересов всех контрагентов цепи поставок максимальный синергетический эффект.

Можно предложить следующую формулировку понятия транспортно-логистического кластера (ТЛК): «Транспортно-логистический кластер — это межотраслевое добровольное объединение предпринимательских структур, транспортно — логистической инфраструктуры, общественных и других организаций, специализирующихся на перевозке грузов, хранении и грузопереработке, транспортно-экспедиционном, логистическом сервисном обслуживании и управлении товаро-материальными и сопутствующими потоками, тесно сотрудничающих с научными, образовательными учреждениями, органами федеральной и региональной власти с целью повышения конку¬рентоспособности на отечественном и мировом рынке транспортно-логистических услуг» [1].

С учетом границ пространственного распространения ТЛК, геополитических, социально-экономических, стратегических и тактических целей, решаемых его формированием, выделены основные типы ТЛК: региональные, межрегиональные и глобальные [2]. В соответствии с принятой классификацией логистических систем, все три типа ТЛК относятся к категории макрологистических систем.

Несомненный научный и практический интерес представляет формирование кластерных моделей для мезологистических систем, представленных финансово-промышленными группами, транснацио-нальными корпорациями и крупными холдингами, в частности, интегрированными транспортно-экспедиторскими структурами (ИТЭС).

На примере холдинга Группа компаний «Дело» (ГКД) — интегрированной транспортно-экспедиторской структуры в рамках реализации стратегии её интегрированного развития предпринята попытка разработать модель транспортно-логистического кластера для мезологистической системы.

Свою деятельность холдинг ГК «Дело» начал с создания в 1993г. первой экспедиторской компании ООО «Дело» в Новороссийском порту. С расширением спектра услуг на рынке грузовых перевозок в Новороссийском порту ООО «Дело» становится крупнейшим экспедитором на Юге России. С 1995г. в составе формируемого холдинга на российском контейнерном рынке начала работу группа «Глобальный Контейнерный Сервис» (ГКС), создавшая первую на Юге России контейнерную линию и линейное агентство Forcon.

За период с 2002 по 2009гг. холдингом был создан первый специализированный контейнерный терминал в порту Новороссийск — НУТЭП (ООО «Новороссийское узловое транспортно-экспедиционное предприятие»), а также построены комплексы по хранению и перевалке нефтепродуктов (ООО «Новороснефтесервис» и ООО«Новороссийский нефтеперевалочный комплекс» (ННС/ННК)) — внепортовая нефтебаза и портовый терминал. В этот период холдингом был приобретен прилегающий к НУТЭП ОАО «Комбинат «СтройКомплект» (КСК) для создания современного специализированного зернового терминала.

В 2010-2011гг. холдингом «Дело» была проведена техническая модернизация контейнерного терминала НУТЭП, результатом которой стал рост его пропускной способности с 200 тыс. TEUs до 350 тыс. TEUs. Контейнерооборот в 2011г. на 61% превысил показатели предыдущего года. В конце 2011г. завершилась первая очередь строительства зернового терминала КСК, что обеспечило его мощность на уровне 2,0 млн. тонн зерна в год. Группа ГКС к концу 2011г. стала ведущим интермодальным перевозчиком грузов в контейнерах на Юге РФ и одним из крупнейших в России.

Последовательная логистизация интегрированных бизнес-процессов в группе компаний «Дело» обеспечивается с учетом выгодной инфраструктуры и ее технической оснащенности, наличия специализированных контейнерных прича-

Рис. 3. Организационно-функциональная структура транспортно-логистического кластера (ТЛК) с участием логистического оператора - интегрированной транспортно-экспедиторской структуры (ИТЭС) – холдинга - группа компаний «Дело» (ГКД).

лов, собственного железнодорожного фронта для формирования и отправки блок-поездов, созданной электронной системы позиционирования контейнеров и системы подачи через Интернет заявок на выдачу, совмещенной с таможенной системой и системой бухучета.

Ключевой задачей управления интегрированными бизнес-процессами является их логистиче-

ская координация. В холдинге «Дело» эту задачу решает головная управляющая компания — ООО «Дело-Центр», определяющая стратегические планы развития бизнес-структур, составляющая отчетность по МФСО и консолидирующая управленческую информацию, а также привлекающая финансовые ресурсы для развития холдинга и разрабатывающая мероприятия по обеспечению синергетического эффекта в деятельности терминалов.

За последние 20 лет своего развития ГКД расширила географию своей деятельности, которая охватывает не только Юг России, но и другие регионы, а также страны ближнего и дальнего зарубежья. Основные активы логистической деятельности — предприятия, филиалы и представительства расположены: в г. Москве и Московской области, в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области, Краснодарском крае, в Калининградской области, в Республике Татарстан, на Дальнем Востоке, в Казахстане и Польше.

Учитывая широту решаемых холдингом «Группа компаний «Дело» задач, исключительную важность и значимость их для народного хозяйства страны, было предложено в рамках реализации стратегического партнерства ГК «Дело» сформировать Транспортно-логистический кластер (ТЛК) на базе холдинга, его основных клиентов и партнеров по бизнесу.

Предлагаемая модель ТЛК с участием холдинга ГК «Дело» аналогична разработанным ранее моделям региональных ТЛК и в соответствии с кластерной теорией состоит из четырех крупных блоков: ядра кластера, обслуживающих и вспомогательных объектов, а также дополняющих объектов, обеспечивающих инновационный характер развития участников кластера [1,2].

На рис. 3 представлена организационно-функциональная структура ТЛК, центральное место в которой занимает Управляющая транспортно-экспедиторская компания ООО «Дело-Центр», выполняющая функции 4PL провайдера — системного интегратора логистического процесса.

В составе управляющей транспортно-экспедиторской компании «Дело-Центр» предусмотрены следующие структурные подразделения:

- ♦ Центр по выработке единой финансовой политике
- ♦ Центр координации и интеграции бизнес-процессов
- ♦ Управление грузовыми перевозками, Служба диспетчеризации
- ♦ Управление взаимоотношениями с грузоотправителями и грузополучателями
- ♦ Управление терминально-складским хозяйством
- ♦ Единый информационный и Логистический центр (ЕИЛЦ)
- ♦ Центр компетенций и инноваций
- ♦ Центр бизнес-планирования и привлечения инвестиций на развитие инфраструктуры
- ♦ Служба транспортной и экологической безопасности и охраны окружающей среды

Создание такого координационного центра в составе ТЛК, учитывая сложную структуру его подразделений, требует тщательного подбора кадров с высоким профессиональным уровнем и опытом практической работы. Только при этих условиях может быть получен высокий совокупный эффект от интеграции участников и партнеров ТЛК.

Практическая и экономическая значимость рекомендаций и предложений, содержащихся в настоящей статье, заключается в том, что их реализация будет способствовать совершенствованию стратегического и оперативного планирования развития ИТЭС; позволит лучше организовать работу по координации и интеграции с партнерами по бизнесу, улучшению обслуживания клиентуры и повышению конкурентоспособности российского рынка логистических услуг. **РИСК**

Библиографический список:

1. Прокофьева Т.А., Адамов Н.А. Стратегия развития логистической инфраструктуры в транспортномкомплексеРоссии. М.:ИД«Экономическая газета», 2011. — 305 с.

2. Прокофьева Т.А., Клименко В.В. Методологические аспекты построения кластерной модели транспортно-логистической инфраструктуры региона. // Логистика и управление цепями поставок. 2011 № 6. С. 31-41.

3. Прокофьева Т.А., Сергеев В.И. Логистика: Учебно-методический комплекс. / Т.А. Прокофьева, В.И. Сергеев. — М.: Изд-во РАГС. 2010. — 420 с.

4. Прокофьева Т.А., Сергеев В.И. Элларян А.С. Методы и модели управления взаимодействием интегрированных транспортно-экспедиторских структур (ИТЭС) в логистической системе доставки грузов // Вестник транспорта, 2014 г., № 1. С. 22-28.

Маркетинговое сопровождение выведения инновационного товара на рынок

Р. Нижегородцев,
д.э.н., заведующий лабораторией,
Институт проблем управления РАН,
А. Горохова,
к.э.н., старший научный сотрудник,
Институт проблем управления РАН,
Д. Секерин,
к.э.н., доцент, Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ)

Аннотация: в статье рассмотрено значение маркетингового сопровождения выведения инновационной продукции на рынок, выявлены особенности выведения на рынок инновационных товаров, роль маркетинга в процессе коммерциализации инноваций, исследован процесс диффузии инноваций, изучена модель конкурентного позиционирования в отношении высокотехнологичных инновационных товаров.
Ключевые слова: инновации, инновационный маркетинг, коммерциализация инноваций, диффузия инноваций, конкурентное позиционирование.
Annotation: in article value of marketing maintenance of removal of innovative production on the market is considered, features of removal on the market of innovative goods, a marketing role in the course of commercialization of innovations are revealed, process of diffusion of innovations is investigated, the model of competitive positioning concerning hi-tech innovative goods is studied.
Keywords: innovations, innovative marketing, commercialization of innovations, diffusion of the innovations, competitive positioning.

Одной из важнейших проблем при внедрении инновации на рынок является маркетинговое сопровождения этого процесса. Коммерциализация инноваций характеризуется высоким уровнем риска, по статистике только 17% инноваций имеют успех на рынке [8]. Особенности внедрения инновационного товара на рынок объясняются, с одной стороны спецификой самого инновационного товара, а с другой — спецификой рынка [5].

Специфика самого инновационного товара проявляется в том, что это концепция товара, а не товар в физическом воплощении, а также уникальность товара, его техническая сложность, высокая себестоимость на этапе выведения на рынок.

Специфика рынка инноваций обусловлена следующими факторами:

- новизна рынка для компании (действие этого фактора усилено, если компания находится на этапе start-up);
- новизна товара для рынка, часто это всего лишь концепция товара,
- непредсказуемая реакция потребителей на инновационный товар,
- неэластичность спроса на товар от цены,
- небольшая емкость рынка на первом этапе коммерциализации,
- маркетинговое сопровождение, отличающееся от традиционных товаров и другие.

Причинами неудач при коммерциализации инноваций являются следующие:

- недостаточный или недостоверный анализ рынка,
- ошибочные маркетинговые мероприятия,
- дефекты инновационного товара,
- действия конкурентов,
- проблемы при производстве инновационного товара (например, недостаточность производственных ресурсов, более высокая себестоимость по сравнению с планируемой и т.п.).

Для успешной коммерциализации инноваций требуются:

- технический уровень инновации (прежде всего, превосходство товара над товарами, представленными на рынке),
- маркетинговые ноу-хау,
- технологические ноу-хау.

Очевидно, что технический уровень товара и технологические преимущества не могут обеспечить успех коммерциализации инновации. Для этого также требуются своевременные и эффективные маркетинговые мероприятия.

В современных условиях вследствие инновационной направленности экономических процессов предъявляются новые требования к содержанию, организации, формам и методам различных видов управленческой деятельности, в том числе маркетинговой. Новый подход к пониманию маркетинговой концепции основывается на все более тесной связи с так называемыми целевыми группами, главным фактором успеха становится степень соответствия продукта требованиям рынка.

Маркетинг в процессе коммерциализации инноваций должен решать следующие задачи [5, 6]:

— выявление реальных потребностей потребителей в новых товарах и услугах, а часто и формирование этих потребностей,

— удовлетворение указанных потребностей посредством внедрения на рынок инновационного товара,

— информирование потребителей относительно инновационной продукции посредством грамотных и эффективных маркетинговых мероприятий (рекламные кампании, каналы распространения информации)

В маркетинге в условиях инновационного развития экономики осуществляется переход от концепций товара, сбыта, классического маркетинга, социально-этического маркетинга, маркетинга взаимоотношений к концепции инновационного маркетинга. Особенность инновационного маркетинга заключается в том, что он работает не с физически существующей продукцией, а с ее разрабатываемой концепцией. Этим обусловлена специфика методов маркетинговых исследований в сфере инновационного маркетинга, их отличие от других концепций маркетинга.

В инновационном маркетинге проявляется отход от однотипных стандартизированных решений в сторону большей адаптации маркетинговых решений под запросы индивидуальных потребителей и условий конкретных рынков. Это и является основным содержанием инновационного маркетинга.

Инновационный маркетинг представляет собой системную интеграцию полного инновационного цикла: от изучения конъюнктуры рынка инновационных товаров, их бизнес-планирования, реализации, продвижения инновационной продукции на рынок, диффузии инновации и получение дохода.

Объектом инновационного маркетинга выступают новая продукция, новые материалы и компоненты, интеллектуальная собственность, новые рынки, новые процессы и технологии, новые способы продвижения продукции, товаров и услуг, новые организационные формы управления [1].

Основной целью инновационного маркетинга является разработка стратегии внедрения инновации на рынок. В связи с этим основой инновационного маркетинга являются отличные от традиционного маркетинга исследования рынка инновационной продукции, рыночное тестирование, конъюнктурный анализ рынка с последующей разработкой рыночных сегментов, организацией и формированием спроса, моделированием поведения покупателя. В результате прогнозирования соответствующих сегментов рынка, планирования потребительских свойств инновационных товаров, цены, каналов распределения, расходов на рекламу технологии инновационного маркетинга позволяют снизить рыночную неопределенность и риск потребительского неприятия инновации.

Планируя внедрение на рынок инновационной продукции, компания должна ответить на следующие вопросы:

- кто может быть ее потребителем? (при ответе на него фирма проведет сегментацию рынка),
- кого компания хочет видеть своим потребителем (фактически, ответив на этот вопрос, она выберет целевые сегменты),
- как убедить целевых потребителей приобретать предложенный инновационный товар? (это позиционирование инновационной продукции на рынке),
- что необходимо сделать, чтобы целевые потребители купили инновационный продукт? (это формирование маркетингового плана).

Анализ последних публикаций за рубежом в области диффузии инноваций показывает, что существует два подхода к проникновению инновационного продукта на рынок: классическая теория диффузии инноваций и теория двойного рынка.

Теория диффузии инноваций рассматривает процесс принятия нового продукта на рынке как процесс длительной и непрерывной коммуникации между потребителями, которая управляет и продвигает продажи нового продукта.

В диффузной теории Эверетта Роджерса определено пять категорий потребителей. Часто упоминаемое в литературе распределение между данными категориями: 2,5% — новаторы, 13,5% — ранние последователи, 34% — ранее большинство, 34% — позднее большинство и 16% — консерваторы является чисто качественным и для каждой конкретной продуктовой категории может сильно отличаться в ту или иную сторону от этих значений [5].

Но практическая реализация процесса выведения инновационных товаров на рынок показала, что теория Э. Роджерса не работает, и процесс восприятия инновации потребителями не является непрерывным. Возникла новая теория двойного рынка, предполагающая, что ранний рынок (новаторы и ранние последователи) и основной рынок (раннее большинство, позднее большинство и консерваторы) характеризуются покупателями, чьи потребности и желания отличаются друг от друга, и что между ними нет никакой коммуникации. И поэтому метод маркетинга фирмы на раннем рынке должен обязательно отличаться от маркетинговых действий, применяемых на господствующем рынке. Если фирма не будет производить существенных изменений в своей маркетинговой стратегии, то велика вероятность того, что продажи нового продукта значительно сократятся [2].

По теории двойного рынка между смежными психографическими группами существуют разрывы, которые отражают разобщенность соседних групп, т.е. противодействие, оказываемое группой при принятии нового продукта, если он будет предложен тем же методом, что и смежной группе слева. Для маркетинга каждый из этих раз-

рывов таит угрозу утратить движущую силу, пропустить переход к следующему сегменту и таким образом не достичь лидерства в прибыли и марже в середине колоколообразной кривой.

Выделяют следующие технологии инновационного маркетинга: проведение маркетинговых исследований рынка инноваций, анализ потенциального промышленного потребления и спроса на инновации, анализ инноваций с позиции потребителя, параметрический и функционально-стоимостной анализ инноваций. А также анализ конкуренции на рынках, позиционирование инноваций на рынках и репозиционирование, тестирование рынка инноваций, разработку программы по формированию спроса для инноваций с совершенно новыми потребностями. К технологиям инновационного маркетинга необходимо отнести рекламу и анализ ее эффективности, способы стимулирования сбыта, анализ инновационных рисков, анализ ценообразования и структуры цены, заключение контрактов на поставку инноваций, формирование сбытовой системы доставки (транспортные услуги), организацию гарантийного и послегарантийного обслуживания [5].

Рис. 1. Компас конкурентного позиционирования.

Источник: [2].

Ключевым моментом стратегии инновационного маркетинга выступает исследование и прогнозирование спроса на новую продукцию, основанное на тщательном исследовании восприятия потребителем инновации.

Комплекс инновационного маркетинга составляет совокупность практических мер воздействия на потенциального потребителя инновации и целевой рынок, а также своевременная гибкая реакция на изменения в предпочтениях потребителей и конкурентную среду. Трудность маркетинговых исследований по новым для рынка продуктам состоит в том, что опросы «фокусных групп» потребителей с обычными прямыми вопросами о допустимых для них сочетаниях цены и количества покупок здесь чаще всего исключаются в силу новизны продукта для потребителей.

Технологии, которые используются в инновационном маркетинге, должны варьироваться в зависимости от того, какую именно инновацию разрабатывает и собирается внедрять на рынок инновационное предприятие.

При внедрении на рынок инноваций важно понимать специфику позиционирования товаров. Задачи и методы продвижения товаров должны соответствовать степени готовности потребителей их воспринять [4]. На раннем рынке при позиционировании инновационной продукции основной акцент должен быть сделан на демонстрации ярко выраженных технических и технологических преимуществ, на базе которых затем должно сформироваться доверие потребителей к данным продуктам. На основном рынке позиционирование должно отражать преимущества лидерства компании на рынке, на базе чего должно сформироваться доверие потребителей к самой компании. Интересна модель конкурентного позиционирования в отношении высокотехнологичных инновационных товаров (рис. 1).

Из этой модели следует, что при позиционировании инновационного товара на рынке необходимо принимать во внимание характеристики целевых потребителей: к какой категории он относится (специалист (продвинутый пользователь), обычный пользователь, сторонник, скептик); что для него выступает решающим фактором покупки: сам инновационный товар, технология его производства, компания-производитель или его позиции на рынке.

Эта модель очень информативна. Ось абсцисс отражает отношение (интерес) покупателей к технологии. Ось ординат характеризует второй параметр — ценность инновационного товара для покупателей.

Рассматриваемая модель также иллюстрирует, что при коммерциализации инноваций протекают три процесса, два из которых естественны, а один — нет. Естественными процессами являются процессы развития раннего и основного рынков. В ходе развития раннего рынка происходит формирование доверия потребителей к инновационному товару на базе изначального акцента на его технологические преимущества. Затем в процессе развития основного рынка доверие к товару трансформируется в доверие к компании. Неестественным процессом выступает преодоление разрыва между ранним и основным рынками, который требует затрат дополнительных ресурсов. Этот процесс

сопровождается высоким сопротивлением среды, которое требуется преодолеть.

В академических исследованиях промышленных рынков этот разрыв рассматривается как проблема «трансфера технологий» [7]. На этом этапе для обеспечения выпуска инновационной продукции в большем объеме необходимо передать инновационную технологию реципиенту, который должен осуществить ее промышленное освоение. Для раннего рынка инновационная продукция производится инновационными компаниями, а переход к основному рынку сопровождается массовым продуктовым или технологическим тиражированием инновации. Условием преодоления разрыва между ранним и основным рынками, обеспечивающим трансфер инноваций, является приток инвестиций. Но часто ликвидность активов реципиентов недостаточна, чтобы привлечь необходимые инвестиции [3].

Маркетинг при переходе от ранних последователей к раннему большинству должен сместить центр внимания с продажи продукта на создание отношений с потребителем (предоставляемые продукты и услуги остаются основой экономического обмена, но они не должны рассматриваться как главный элемент).

Преодоление этого разрыва и должно стать базисной точкой долгосрочного инновационного маркетингового плана, который должен включать в себя вопросы выхода на рынок, сегментацию рынка, анализ конкуренции, позиционирование, дистрибьюцию, ценообразование.

Таким образом, инновационный маркетинг формирует основу для размещения на рынке инновационных товаров, услуг или технологий. Он применяет комплекс методов и инструментов, позволяющий компании своевременно и объективно оценить имеющиеся у нее шансы внедрить на рынок инновационный товар с максимальной отдачей. Своевременное использование технологий инновационного маркетинга создает предпосылки для снижения рисков, связанных с разработкой инновационной продукции, поскольку они формируют оценку потенциального спроса, позволяют определить целевой рыночный сегмент и ответить на вопрос о целесообразности дальнейших разработок. **РИСК**

Библиографический список:

1. Грибов В.Д., Никитина Л.П. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 311 с.

2. Мур Джеффри А. Преодоление пропасти. Маркетинг и продажа хайтек-товаров массовому потребителю. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2006.

3. Нижегородцев Р.М. Принципы государственного регулирования инвестиционных рисков в инновационной сфере// Управління розвитком: Зб. наук. робіт. Харків: ХНЕУ, 2012. № 17 (138). — С. 26-27.

4. Нижегородцев Р.М., Петухов Н.А. Проблемы инновационной активности предприятий в современных условиях //Экономика устойчивого развития. 2012. № 10. — С. 143-151.

5. Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 238 с.

6. Секерин В.Д., Нижегородцев Р.М., Горохова А.Е., Секерин Д.В. Инновации в маркетинге / Под общей ред. В.Д. Секерина. — М.: МГУИЭ, 2013. — 252 с.

7. Терентьев А. Экономическая проблематика инновационно-инвестиционного развития промышленности // Экономические науки. — 2012. №2 (87). — С. 218–223.

8. Wyman O. A comprehensive study on innovation in the automotive industry: 2015 car innovation. 2007.

маркетинг и логистика

- новости
- аналитические материалы, статьи
- законодательство, нормативные акты, комментарии
- маркетинговые исследования

www.itkor.ru

А. Алтунин,
аспирант
кафедры гостиничного и
туристического бизнеса,
Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова

Электронное «сарафанное радио» в индустрии гостеприимства и туризма

Аннотация: данная работа описывает межличностные связи в сети Интернет, другими словами электронное «сарафанное радио», как потенциально экономически эффективное средство продвижения в индустрии гостеприимства и туризма и рассматривает некоторые из вновь возникших технологических и этических вопросов, возникших перед маркетологами, стремящимися использовать eWOM (electronicword-of-mouth) технологии.
Ключевые слова: интернет маркетинг, электронное сарафанное радио, индустрия гостеприимства и туризма.
Annotation: this paper describes online interpersonal influence, or eWOM, as a potentially cost-effective means for marketing hospitality and tourism, and discusses some of the nascent technological and ethical issues facing marketers as they seek to harness emerging eWOM technologies.
Keywords: online marketing, electronic word-of-mouth, hospitality and tourism industry.

Межличностные связи и «сарафанное радио» принято считать наиболее значимыми информационными ресурсами при принятии потребителем решения о покупке товара или услуги. В большей степени это может проявляться с сфере гостеприимства и туризма, так как услуга является неосязаемой и нет возможности оценить до непосредственного ее приобретения. Широкая распространенность, анонимность, эфемерная природа сети Интернет порождает новые способы извлечения данных, анализа, интерпретации и управления «сарафанным радио», приобретшим цифровую форму.

Киберпространство дало маркетологам новые пути развития в повышении эффективности и продуктивности использования людских коммуникаций и новые подходы к привлечению и удержанию клиентов. Одной из особенностей киберпространства является феномен межличностных связей в сети Интернет. Так как фундаментальным принципом потребительского поведения является возможность оказывать сильное влияние друг на друга, то вполне естественным является желание маркетологов контролировать межличностные связи, а с сегодняшним уровнем развития электронных технологий совершенно не кажется удивительным глубина распространения виртуальных связей среди потребителей [3]. Хорошим примером выражения мнения потребителями в сфере гостеприимства и туризма является Интернет-ресурс Tripadvisor.com — крупнейший сайт для путешественников с их непредвзятыми отзывами об отелях, достопримечательностях и ресторанах со всего мира. В среднем в сообществе Tripadvisor за минуту появляется 80 публикаций, содержащих информацию о посещенных местах.

Маркетологи, которые уже давно стремились использовать и управлять человеческими взаимоотношениями для своей выгоды в последнее время начали рассматривать и разрабатывать стратегии для управления межличностными связями в сети интернет. Специалисты сферы гостеприимства и туризма считают такие связи предельно важными по следующим причинам: услуги, будучи неосязаемыми, невозможно оценить до их реализации, это в свою очередь повышает значимость межличностных коммуникаций; многие туристические продукты представляются высоко рискованными объектами покупки, поэтому групповая оценка является своего рода эмоциональным фактором, способствующим принятию решения о покупке; услуги и туристические продукты являются сезонными и ограниченными во времени, тем самым повышая риски продвижения для поставщиков; индустрия гостеприимства и туризма очень конкурентна, таким образом те участники рынка, которым удастся раньше других использовать новые знания о межличностных связях в сети Интернет, получат хорошее конкурентное преимущество; исследование литературы, посвященной данной теме, показывает, что индустрия туризма отстает от других в развитии и обсуждении стратегий по управлению межличностными связями в электронной среде.

Потребителям свойственно подражать друг другу руководствуясь социальной парадигмой, однако, что важней в данном случае, они делятся друг с другом информацией. Известный как «сарафанное радио», данный процесс позволяет потребителям делиться сведениями и мнениями, которые в свою очередь подталкивают клиента к или от продукта, бренда или услуги. Исследования в этой области начались в 60-х годах прошлого столетия, со временем происходила эволюция определения данного понятия. В ранний период «сарафанное радио» позиционировалось как прямой личный контакт и выражение мнения о продукте или компании между людьми, не являющимися коммерчески заинтересованными. Впоследствии Баттл утверждал, что «сарафанное радио» может получить распространение и в электронной среде. Он также отмечал, что «неформальные коммуникации» могут быть не совсем прозрачными, указывая на тот факт, что все большее число компаний прибегает к вирусным маркетинговым техникам, которые размывают границу между рекламой и «сарафанным

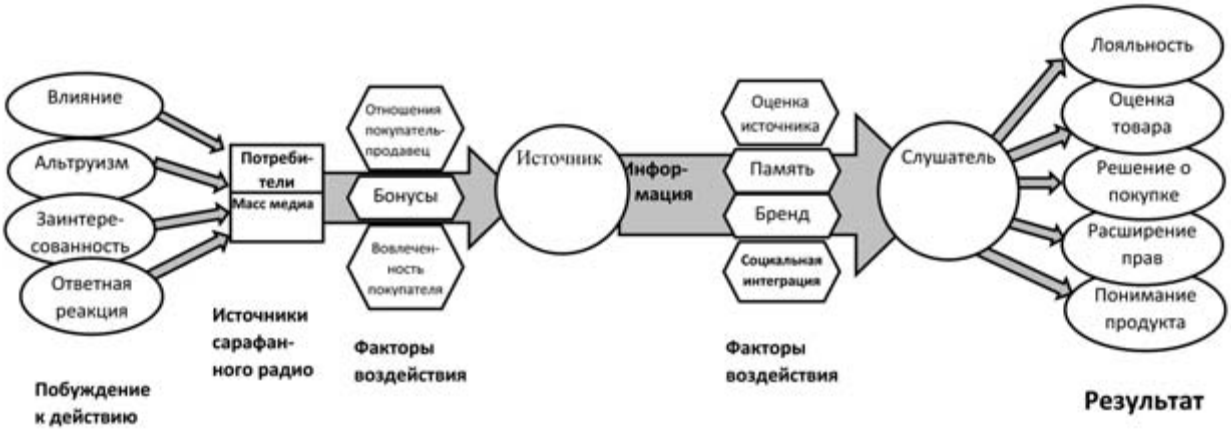

Рис. 1. Модель электронного «сарафанного радио».

радио» [6]. Таким образом, ключевой характеристикой данного термина является сознательная независимость источника информации. Такие изменения в определении говорят о том, что, особенно с тем уровнем проникновения технологий, который мы имеем сегодня, «сарафанное радио» становится более распространенным и беспорядочным. В данной работе автор выбирает наиболее широкое понятие «сарафанного радио» как: обмен информацией о продукте, услуге или компании потребителями, являющимися независимыми и коммерчески не заинтересованными.

Принцип работы этого метода можно представить в виде модели «сарафанного радио», изображенной на схеме 1.

Межличностные связи движутся не только от источника информации к слушателям, но и распространяются в ходе взаимодействия слушателей друг с другом. Маркетологи стараются использовать эти связи для создания своего рода «всплеска», усиления действия маркетинговых инструментов через третьих лиц, путем их активного или пассивного влияния друг на друга. Такого результата можно достичь через стимуляцию — рекламные или другие техники продвижения, которые заставляют потребителей обсуждать бренды или продукты; и моделирование — стратегии, когда в рекламе появляются потребители, обсуждающие бренд или желающие получить информацию от компетентного человека. [4]

Последние международные исследования в области туризма показали одновременно и позитивное и негативное влияние «сарафанного радио» на турпродукт. Негативные отзывы могут иметь ошеломляющий эффект на имидж, если неудовлетворенные посетители делятся нелестными комментариями относительно своего отдыха. Похожие выводы были сделаны в ходе исследования, проведенного Криком в карибском бассейне. Он предупреждает, что демонстрация местными жителями недружелюбного отношения в адрес туристов может привести к негативным отзывам и как следствие к сокращению турпотока [1]. С развитием интернет технологий, растет число путешественников, использующих Интернет для поиска направлений поездки и осуществляющих все операции онлайн. На наиболее развитых рынках, таких как США, например, 67 процентов путешественников используют Интернет для получения информации по турам, сравнения цен и расписаний. Что еще более впечатляюще, 41% хотя бы какую-нибудь часть своей поездки бронировали через посредников. Становится очень легко делиться информацией и мнениями от бизнеса к потребителю и непосредственно между самими потребителями.Такие виды коммуникаций и понимаются под термином электронное «сарафанное радио».В международном аспекте можно выделить несколько типов электронных медиа. Каждый из них соответствуем определенным характеристикам. Некоторые являются синхронными, такие как система мгновенных сообщений, другие асинхронными — электронная почта, блоги (Блог — сокращенное обозначение термина web-log, обозначающего публично доступный интренет-журнал событий [10]). Некоторые виды коммуникаций создают связи между ограниченным кругом потребителей, такие как электронная почта, другие являются более широкими, например, веб-страница. Третьи развиваются в рамках новой маркетинговой парадигмы, «от многих ко многим», используя интернет-чаты. На схеме 2 представлена эта новая типология.

Развитие цифровых технологий создает новые вызовы и возможности для такого инструмента маркетинговых коммуникаций как «сарафанное радио». Они выражается в следующем [2]:

1) учитывая низкую стоимость доступа и обмена информации, электронное «сарафанное радио» может приобретать беспрецедентные масштабы, потенциально задавая темп развитию рынков;

2) увеличивается сфера применения, так технологии позволяют лучше контролировать формат и коммуникативные типы;

3) могут возникнуть проблемы, связанные с анонимностью участников рынка, это может приводить к размыванию основной темы обсуждения.

В свете всех этих аспектов, вероятным становится то, что пользователи все больше и больше будут либо сами искать, либо и так постоянно подвергаться советам и рекомендациям своего рода лидерам общественного мнения в среде Интернет.

Уникальные свойства и окружающая среда Интернета, о которых говорилось ранее, заставляет по-новому взглянуть на динамику развития eWOM и новые стратегии управления им. Они могут быть разделены на две основные категории: информационные и приносящие доход. С точки зрения информационной составляющей, рабочий процесс должен быть организован так, чтобы маркетологи в сфере гостеприимства и туризма имели возможно собирать отзывы и обсуждения услуг, генерируемые в Интернете. Собранная информация об объектах и направлениях может быть в дальнейшем использована для выполнения следующих задач: повышения удовлетворенности посетителей путем улучшения продукта; решения проблем клиентов; изучая как описывают посетители свои впечатления; анализа конкурентных стратегий; мониторинга имиджа компании.Конечно, не менее важно управлять eWOM для повышения доходов. Так усилия могут быть направлены на распространение положительных сведений об объекте или направлении, помогая потенциальным посетителям, ищущим информацию, путем предоставления убедительных фотографий и отзывов. [7]

Рис. 2. Типология каналов электронного «сарафанного радио».

Простота использования и отсутствие платы (в большинстве случаев) электронной почтовой рассылки может привести к обильным нарушениям, многие могут подтвердить, что получают большое количество нежелательной электронной почты ежедневно. Важно то, что организации сферы гостеприимства и туризма позиционируют такую форму маркетинговых коммуникаций как «с позволения потребителя», так как письма носят актуальный, информативный и уважительный характер. Кроме того, при отправке электронных писем источник должен быть четко определен и не замаскирован; излишняя активность нежелательна; почтовые адреса не должны передаваться третьим лицам; запросы с отказом от рассылки должны обрабатываться быстро и в уважительной форме.

Тактики по использованию скрытого маркетинга в интернете компаниями сферы гостеприимства и туризма для продвижения eWOM и привлечения внимания довольно легко вычислить. Самым очевидным является использование сотрудников для написания положительных отзывов о компании под видом клиентов. Подобные сообщения могут быть как на сайтах самих компаний, так и на различных форумах и в сообществах. Чтобы это было более эффективно сотрудников могут оснастить специальным программным обеспечением, для увеличения объема и скорости размещения сообщений. Так как их сообщения должны выглядеть как будто от лица опытных пользователей, то сотрудники должны взять на себя роль лидеров, создавая высокую посещаемость и привлекая интересующихся людей, которые бы полагались на их авторитетное мнение. Важно отметить то, как легко современные технологии позволяют применить подобную стратегию и как практически невозможно обнаружить такие уловки рядовым посетителям Интернет-ресурсов. Еще один шаг дальше в этом направлении толкает нас на тонкий лед этической грани. Легко применить и так же трудно распознать использование негативных комментариев относительно конкурентов. Это может быть применено и к ресторану, туристическому направлению, отелю. Размещение жалоб на отсутствие мер по решению несуществующих проблем на сайте-обозревателе, создание негативно окрашенной беседы в чате или целого сайта, посвященному недостаткам конкурента. Не требуется много фантазии, чтобы составить список потенциальных нарушений, еще меньше достаточно, чтобы представить тот ущерб, который может быть нанесен распространением негативных слухов через готовые, легко доступные средства коммуникации. Злоупотребления в интернет-сообществах может потребовать немного смекалки. Работнику может быть предложено за отдельную плату внедрить своего персонажа в сообщество. После вступления у него будет возможность оставлять положительные отзывы о своем работодателе и негативные о конкурентах. Если в сообществе этот человек пользуется

доверием и к его мнению прислушиваются окружающие, то распространяемая им информация может оказывать влияние на принятие решения о покупке других участников сообщества. При использовании блогов можно столкнуться с такими же проблемами. Кайакати отметили, что блогеры, принимавшие участие в ранее описанной акции Dr. Pepper, подверглись осуждению со стороны сверстников за предвзятое отношение к продукту. Однако существует предостаточно возможностей для злоупотребления со стороны блогеров, которое просто на просто не сообщают о своей связи с какой-либо компанией. Никто не занимается лицензированием блогов, и их интеллектуальная свобода и является притягивающей аудиторию составляющей. Однако, именно отсутствие контроля и порождает возможности для злоупотреблений. Хочется верить, что наша индустрия не будет предаваться этически сомнительным практикам, тем не менее не трудно представить какого искушение. Очевидно, что об этике и электронной форме «сарафанного радио» требует внимательного дальнейшего изучения с целью определения четкой границы между этическими аспектами управления eWOM и его злоупотреблениями.

Последующие исследования в данной области могут носить более практический характер, связанные с измерением поведенческих характеристик пользователей и новых направлений применения eWOM. Могут быть разработаны новые методы изучения межличностных отношений в сети Интернет, которые бы смогли опробовать теоретические аспекты социальных взаимодействий, рассмотренные в существующей литературе. Данное направление представляется интересным и плодотворным для дальнейших изысканий. Например, исследование может быть продолжено в виде вычисления какую именно информацию ищут потребители в сети Интернет, и каким образом информация, полученная от других участников процесса влияет на принятие итогового решения. Какую роль играют персонифицированные ресурсы и общедоступные? Ищут ли пользователи на них различную информацию, соответствующую каждому типу, или же запрашиваются одинаковые для всех ресурсов сведения? Когда необходимые данные собраны, разделяют ли потребители ее по типу получения или же воспринимают ее как полученную из одного источника? Из-за недостатка личного контакта с авторитетным специалистом, какие инструменты используют пользователи для того, чтобы установить доверие к социальным взаимосвязям в сети Интернет? Если потребители узнают о сомнительных с этической точки зрения методах воздействия, как они на это реагируют? Будут ли они вступать в конфликт с такой компанией, распространять о ней негативную информацию, или же обратятся с жалобой в регулирующие органы? Наконец, существует необходимость для дальнейшей работы над изучением потенциальных злоупотреблений в данной среде.

Помимо вышеперечисленных макроориентированных вопросов, с практической точки зрения, менеджеры должны инициировать свои собственные исследование, основанные на их конкретных сайтах и ресурсах с целью измерения текущего уровня воздействия eWOM и испытания новых тактик по повышению эффективности использования данного инструмента. Электронное «сарафанное радио» должно стать частью основной стратегии по продвижению товара или услуги. В то время как компании могут подвергнуться неэтичному поведению и находится постоянно под наблюдением интернет-сообщества, следует не допускать возможности проявления подобного поведения, либо резко и адекватно реагировать на них. Учитывая мощное влияние eWOM, оно не должно игнорироваться, а наоборот, его надо изучать и применять для повышения эффективности рыночных инструментов в сфере гостеприимства и туризма. **РИСК**

Библиографический список:

1. Crick, A.P. (2003) Internal marketing of attitudes in Caribbean tourism. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 15 (3), 161-166., 2004

2. Dellarocas, C. The digitization of word of mouth: Promise and challenges of online feedback mechanisms. Management Science, 49 (10), 1407-1424., 2003

3. Goldsmith, R.E. Electronic Word-of-Mouth. In Mehdi Khosrow-Pour (Ed.) Encyclopedia of E-Commerce, E-Government and Mobile Commerce, Hershey, PA: Idea Group Publishing, 408-412., 2006

4. Hawkins, D.I., Best, R. and Coney, K.A. Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, 9th ed. Boston: McGraw Hill.Marcussen C., Trends in European Internet Distribution — of Travel and Tourism services, 2009

5. Inversiini, A., Marchiori, E., Applying a Conceptual framework to analyze web reputation of tourism destinations, 2010

6. Lindgreen, A. and Vanhamme, J. Viral marketing: the use of surprise. In Advances in Electronic Marketing, Clarke, I. and Flaherty, T.B. (Eds.) Hershey, PA: Idea Group Publishing, 122-138., 2005

7. Nielsen Global Online Consumer Survey, April, 2009

8. Лайко М.Ю. Мировой опыт развития индустрии гостеприимства — М.: Изд-во ГОУВПО «РЭА им. Г.В. Плеханова», 2008

9. Лайко М.Ю. Управление в индустрии Гостеприимства и туризма (учебное пособие). М.: Изд-во Рос. Экон. Акад., 2007г.

10. http://techdictionary.com/.

11. http://tripadvisor.com

М. Рыков,
аспирант кафедры маркетинга
и рекламы,
Ростовский государственный
экономический университет
(РИНХ)

Иерархическая структура методического аппарата стратегического маркетинга

Аннотация: в статье проанализированы различные научные течения в стратегическом маркетинге и приведены результаты структуризации его методического аппарата на основе базовых принципов системного анализа и маркетинговой специфики.

Ключевые слова: стратегический маркетинг, методический аппарат, иерархическая структура.

Annotation: the article analyzes the various scientific trends in strategic marketing and the results of structuring its methodological apparatus based on the basic principles of systems analysis and marketing specifics.

Keywords: strategic marketing, methodical device hierarchy.

I. Введение.

Основные истоки теории и практики стратегического маркетинга лежат в области стратегического менеджмента, представляемого рядом крупных научных школ, достижения которых освещены в работах Д.А.Аакера, И.Ансоффа, Р.М.Гранта, П.Дойля, Р.С.Каплана, О.Кеничи, Г.Минцберга, М.Портера, А.Томпсона, и других ученых мирового уровня.

В результате творческого осмысления теорий и методов этих школ при решении задач стратегического развития предприятий и целых отраслей на принципах маркетинга, образовалось новое научное направление, названное стратегическим маркетингом, теоретико-методическим вопросам становления которого посвящены работы А. Вайсмана, Д. Дэя, Ф. Котлера, Ж.Ж. Ламбена, М. Мак-Дональда, Дж. Траута, П. Чевертона, Дж. Эткинсона, Г.Л. Багиева, Е.П. Голубкова, Р.А. Фатхутдинова, В.Д. Шкардуна, и др.

Ретроспективный анализ показывает, что в проблематику стратегического маркетинга входит изучение его особенностей, принципов построения и оптимального сочетания различных методов стратегического анализа, принципов использования выводов и положений теорий систем, системологии, синергетики, кибернетики, прогностики, вероятностей, игр, исследования операций, принятия решений и др. в процессе разработки, согласования и реализации комплекса стратегических маркетинговых мероприятий.

Несмотря на множество публикаций по указанной проблематике, методический аппарат стратегического маркетинга остается малоизученным, что не позволяет преодолеть существующий разрыв между теорией и практикой в процессе стратегического взаимодействия объекта маркетингового управления с внешней средой. Дополнительным доказательством тому могут служить многочисленные факты, свидетельствующие, что «только 10-30% планируемой стратегии превращаются в реализованную стратегию» [5].

II. Постановка задачи.

Существует несколько научных течений при решении этого вопроса.

Одно из самых сильных течений, назовем его классическим, связано с совершенствованием методик маркетингового стратегического планирования путем разработки соответствующих алгоритмов на основе унифицированных матричных методов и концептуальных моделей стратегического анализа. Однако пока подобные методики рассчитаны для применения их в относительно стабильной рыночной среде при стандартных проблемных ситуациях.

Второе течение, отраженное, например, в работах Р.А.Фатхутдинова, во главу угла ставит «разработку нормативов стратегической конкурентоспособности управляемых объектов на основе прогнозирования потребностей, стратегической сегментации рынка, анализа параметров конкуренции на рынках продавцов и покупателей» [20]. К этому же течению относятся исследования, направленные на поиск и обоснование так называемой «сбалансированной системы показателей» [10]. Изыскания в этом направлении, как правило, осуществляются на основе дескриптивного подхода, что ведет к появлению частных рекомендаций описательного типа.

Исследователи третьего течения, в частности Г.Минцберг, Дж.Куинн, С.Гошал, в основу своих выводов и рекомендаций закладывают «логический инкрементализм», согласно которому «постоянная интеграция одновременно протекающих инкрементальных процессов формулирования стратегии и ее осуществления является сутью искусства эффективного стратегического управления» [13]. Вместе с тем, концепция инкрементализма не так однозначна, чтобы ее безоговорочно можно было использовать в стратегическом маркетинге. Так, по П.Джойсу, она состоит в том, что «люди, ответственные за принятие решений, пытаются лишь слегка корректировать уже проводимую политику, не проявляя желания ввергать себя в длительный процесс всеобъемлющего анализа всего спектра открывающихся перед ними

возможностей» [6], что дает повод некоторым исследователям (Чарлз Линдблюм) называть инкрементализм «наукой кое-как добираться до финиша».

В другом научном течении основное внимание уделяется анализу двух противоположных подходов к организации маркетингового стратегического планирования и управления: «сверху вниз» и «снизу вверх» [9], что обычно приводит к дискуссиям о преимуществах и недостатках концепций централизации и децентрализации, по результатам которых весьма проблематично выбрать оптимальный вариант в зависимости от условий маркетинговой среды.

Известно также течение, основанное на применении теории игр [2], что открывает путь к познанию игровой сущности стратегического маркетинга, но не решает в достаточной мере задачу эффективного использования его инструментария в конкретных обстоятельствах.

Таким образом, многие принципиальные недостатки методического аппарата стратегического маркетинга обусловлены искусственно созданными границами между единством его целей, задач и принципов, что затрудняет использование системного подхода, как инструмента, способствующего обеспечению структурного, функционального, организационного и информационного единства разных компонентов данного аппарата. В поиске решения этой проблемы, опираясь на базовые принципы системного анализа: иерархии, единства общей цели, связанности элементов между собой и т.п. [7], обоснуем один из возможных вариантов структуризации методического аппарата стратегического маркетинга.

III. Результаты.

Основываясь на результатах анализа содержания и форм методического инструментария стратегического маркетинга [16], очертим авторское понимание общецелевой маркетинговой стратегии и стратегического маркетинга как такового.

Общецелевая маркетинговая стратегия понимается нами как ключевая концепция, которая с учетом итогов маркетинговых исследований рынка, продукта, компании и т.п., а также накопленных знаний и ошибок, способна стать стержнем управленческих решений по воплощению задуманной бизнес-модели средствами маркетинга. Такое представление о сущности маркетинговой стратегии позволяет относить ее к классу обучающих стратегий [14], находящихся на стыке маркетингового мышления и адекватных ему действий. Это свойство придает ей способность к накоплению актуальных рыночных знаний, что приводит к генерации востребованных обществом коммерческих идей, сформулированных в виде скоординированных и представленных в форме стратегического плана маркетинговых мероприятий.

Отталкивая от данной трактовки маркетинговой стратегии, под стратегическим маркетингом в широком смысле можно подразумевать систему познания маркетинговых явлений, предназначенную для выполнения функций, сопряженных с достижением долговременных целевых ориентиров компании.

Согласно системологии, структуру системы можно выразить четырехзвенным функционалом [7, с.49]

$$S_M = \{\Sigma, V, \sigma, K\}, \quad (1)$$

где $\Sigma = \{\Sigma i\}$ — множество элементов структуры и их свойств; $V = \{V_j\}$ — множество связей между элементами системы и с окружающей средой; σ — структура; K — композиция (объединение).

Как видно, системно отобразить структурные связи методического аппарата стратегического маркетинга через функционал (1) невозможно без разбивки элементов его структуры по иерархическим уровням. Представляется, что эти элементы можно логическим образом распределить по семи иерархическим уровням с сохранением между ними структурных и функциональных связей (рис.1).

1. По современному воззрению, «двигателем эволюции мироздания становится творческая человеческая личность» [19]. Отсюда логично предположить, что на первом уровне иерархии должны находиться инструменты, оценивающие нематериальные активы.

В общем случае они могут включать «умения, знания и мотивацию сотрудников, информаци-

Рис. 1. Иерархия методического аппарата стратегического маркетинга.

онные технологии и системы, инновационные продукты и услуги, эффективность и быстроту операционных процессов, лояльность клиентов, взаимодействие с общественными, государственными и законодательными структурами» [10].

Результаты изысканий Г.Хэмела и К. Прахалада — авторов концепций стратегических намерений и стержневых компетенций, убедительно доказывают, что «основные компетенции могут быть идентифицированы только в терминах потребностей потребителей» [24], указывая тем самым на необходимость наличия маркетингового образа мышления у руководства и персонала компании. В качестве инструмента предварительной оценки уровня маркетингового образа мышления у студентов, как показали исследования [18], может использоваться тест Дж.Литла [11, с.34-71]. Полагаем, что подобный тест, адаптированный к специфике российской экономики и целевой аудитории, может стать важным инструментом оценки силы человеческого фактора. Представленные в монографии [22] материалы достаточно убедительно показывают, что маркетинговый образ мышления способствует развитию восприимчивости к переменам и адекватности реакций на изменение обстоятельств, т.е. тех свойств «человеческого фактора», без которых развитие инновационной экономики в условиях рынка маловероятно. На наш взгляд, полезным также будет обращение к концептуальной модели, раскрывающей иерархический характер процесса формирования маркетингового образа мышления [23].

2. На втором уровне иерархии предлагается разместить инструменты, способные определить концепцию и категорию первоначальных целевых ориентиров в системе стратегического маркетинга.

Обоснованием такого предложения служит аксиома А.Холла, согласно которой «гораздо важнее выбрать «правильные цели», нежели «правильную систему». Выбрать не ту цель — значит решить не ту задачу; выбрать не ту систему — значит просто выбрать неоптимальную систему» [21, с.115]. Логическим развитием этой аксиомы является тезис о том, что «правильно выбранная основная цель способна указать на действия для ее достижения, направить в нужное русло развития (стабилизации) и постепенно обосновать комплекс требований как к системе в целом, так и к выходным характеристикам каждой из ее подсистем и элементов» [15, с.68]. Полагаем, что построенная на этих положениях иерархия целей логистической системы [15, с.64-73], после ее адаптации к маркетинговой специфике, может быть заложена в фундамент целевой подсистемы стратегического маркетинга.

Особое внимание здесь следует обратить на процедуру выбора целеполагания, которое в общем случае декомпозируется на два вида — стабилизации и развития. Важно понимать, что цели развития могут иметь как недиалектическую, так и диалектическую концепцию. В первом случае оставляется в тени самодвижение, источник развития, а во втором, наоборот, раскрывается движущая сила развития, самодвижения [7, с.209]. Диалектический взгляд на сущность целей развития делает весьма условной границу между концепциями стабилизации и первым подвидом развития: в обоих случаях возможен так называемый «рост без развития, когда объемы нарастают, а методы работы остаются прежними, вызывая кризис управляемости»[1] (табл.1).

Таблица 1

Сущность целей и их концепций от видов целеполагания

	Виды и подвиды целеполагания		
	Стабилизация	**Развитие**	
		I	**II**
Цели	Сохранение и поддержание имеющих ценность ресурсов, либо достигнутых системой состояний	Приобретение ресурсов, которыми организация не обладает, для достижения системой желаемого состояния	
Концепции	Уменьшение, увеличение, повторение		Единство противоположностей

Учитывая приведенные в таблице 1 данные, есть все основания полагать, что в стратегическом маркетинге выбор концепции и вида целеполагания должен соответствовать «мощности» нематериальных активов. В частности, при слабых мотивах и стимулах у руководства и персонала компании, низком уровне маркетингового мышления скорее следует остановиться на целях стабилизации или на первых подвидах целей развития. Напротив, если растет основной источник самодвижения — инновационный человеческий капитал, а также наблюдаются тенденции роста клиентской базы и потребительской лояльности, то предпочтительнее опираться на второй подвид целей развития, концепция которых построена на диалектике закона «единства противоположностей».

3. Следующую основу проектирования будущего — аппарат научного прогнозирования тенденций развития рынка, компании, потребительских предпочтений, конкурентной среды и т.д. — уместно поставить на третий уровень иерархии.

1 Цитата из одного интервью с А.И.Пригожиным — автора известных книг «Методы развития организаций» и «Цели и ценности. Новые методы работы с будущим».

Отметим, что этот аппарат также имеет иерархическую структуру, в которой из всего многообразия методов и способов прогнозирования можно выделить три основных слоя: 1) статистический; 2) циклический, 3) социально-генетический.

Опираясь на принцип совместимости прогнозов и целей, можно прийти к следующим выводам. Если концепция цели имеет недиалектический характер, т.е. целеполагание направлено на стабилизацию или на «рост без развития», то с большой вероятностью можно ожидать развитие событий по инерционному сценарию и, следовательно, по причине экономии времени и средств целесообразно использовать традиционный статистический способ прогнозирования. Если же концепция целей развития имеет диалектический характер, то предпочтительнее более сложные и трудоемкие, но и более надежные способы прогнозирования, основанные на результатах исследований циклов Н.Д.Кондратьева.

Кроме того, при решении чрезвычайно трудных и емких задач прогнозирования в методический аппарат стратегического маркетинга рекомендуется включать разработки, построенные на основе теории научного предвидения и развития общества, а также на положениях и выводах теорий вероятностей, игр, исследования операций, экономической кибернетики, принятия решений, и др. Такая постановка прогностического вопроса повысит вероятность появления ценной коммерческой идеи или обоснованного отказа от дальнейших действий, хотя в этом случае надо помнить то, что говорила черная королева в «Алисе в зазеркалье» Л.Кэрролла: «Чтобы оставаться на месте, нужно очень быстро бежать».

Заметим, что данный уровень иерархии функционально подобен этапу проведения маркетинговых исследований в классическом маркетинге, но имеет отличительную особенность в виде развитой прогностической составляющей.

4. На четвертом уровне иерархии, по всей вероятности, должны находиться средства, способы и приемы, включая методы экспертной оценки, поиска баланса между ресурсами организации и прогнозируемыми потребностями (возможностями) целевого рынка, т.е. между расходами и предполагаемыми доходами.

Формально этот этап соответствует прединвестиционной фазе бизнес-проекта, где в методическом аспекте доминируют инструменты финансового анализа, которые достаточно хорошо разработаны и описаны в разных источниках, например в учебнике [3].

Между тем, детальный анализ множества финансовых и других показателей не решает проблему эффективности инвестиций, поскольку не избавляет от необходимости принятия решений в условиях неопределенности. Потому, следует согласиться с Р.М.Грантом [5], который отмечает, что «в динамичной окружающей среде обычного подхода к формулированию стратегии, делающего акцент на соответствии между внутренними ресурсами и внешними возможностями, может оказаться недостаточно для того, чтобы обеспечить долговременную конкурентоспособность».

Следовательно, с целью более полного учета факторов влияния на принятие маркетинговых решений о целесообразности участия в инвестиционной деятельности, этот этап должен рассматриваться совместно с этапом оценки нематериальных активов, т.е. с учетом человеческого фактора. В подтверждение этого вывода уместно привести ряд авторитетных мнений. Так, уже цитируемый Р.М.Грант напоминает, что «скудость ресурсов может породить амбиции, инновацию и культуру «достижения успеха, несмотря ни на что», тогда как изобилие ресурсов может стать источником самодовольства и лени» [5]. В развитие этой мысли Г.Хэмел и К.Прахалад добавляют, что «там, где традиционный взгляд на стратегию ориентирует нас к соблюдению пропорции между наличными ресурсами и текущими задачами, стратегические намерения делают упор на полное несоответствие ресурсов и амбиций. Руководство компании как бы бросает вызов сотрудникам, ориентируя их на преодоление пропасти, открытие новых перспектив и возможностей» [24].

5. На пятом уровне иерархии моделирования будущего принято использовать разнообразный инструментарий стратегического анализа, позволяющий сформулировать и экспертным путем оценить альтернативные варианты маркетинговых стратегий, чтобы в конечном итоге создать «карту будущего маршрута», которая бы способствовала сокращению разрыва между теорией и практикой стратегического маркетинга.

Этот уровень мы считаем началом своеобразной инвестиционной надстройки над заложенным предыдущими изысканиями фундаментом. Внутреннюю логику инструментов создания такой надстройки придают преимущественно матричные методы и концептуальные модели, которые рассматриваются как взаимно дополняющие инструменты стратегического анализа. Развернутый анализ преимуществ и недостатков существующих матричных методов и концептуальных моделей стратегического анализа, а также методов экспертных оценок, включая методы парных сравнений ключевых альтернатив на основе нечисловой статистики, приведен в статье [16].

В дополнение надо подчеркнуть, что из рассмотренных в отмеченной статье девяти концептуальных моделей стратегического анализа, маркетологи ограничиваются моделями SWOT-анализа и «пяти сил» Майкла Портера, которые они, как правило, используют в совокупности с моделью маркетинг-микса, предназначенной для

тактического и операционного маркетинга. Некоторые специалисты в области маркетинга идут еще более простым путем, ограничивая инструментарий стратегического маркетинга только средствами, «с помощью которых разрабатывается эффективная политика продвижения товаров, услуг к потребителям» [1], что укрепляет наше мнение о недостаточной изученности методического аппарата стратегического анализа с учетом маркетинговой специфики.

6. На шестом уровне иерархии, в нашем понимании, должны присутствовать инструменты, предназначенные для реализации общецелевой и функциональных маркетинговых стратегий посредством планового, сетевого, делового (предпринимательского) и иного подхода к организации запланированного комплекса маркетинговых мероприятий.

Здесь главная задача состоит в обеспечении сбалансированности вышеотмеченных научных подходов, что, по мнению многих ученых в области стратегического маркетинга и менеджмента, позволит в большей мере использовать предпринимательскую интуицию, укреплять взаимоотношения с потенциальными клиентами, партнерами по бизнесу и органами власти. Однако работоспособного инструментария, позволяющего оптимизировать использование указанных и других подходов в зависимости от категории цели и динамичных условий маркетинговой среды, пока не существуют.

7. И, наконец, на седьмом уровне иерархии — вершине пирамиды, разместим обозначенную в начале пути общую цель, которая по мере продвижения к ней может корректироваться в зависимости от критических изменений условий внешней и внутренней среды посредством инструментов контроля и управления маркетингового процесса. Очевидно, что в идеале эти инструменты должны способствовать развитию маркетинга взаимодействия с потенциальными инвесторами, клиентами, партнерами по бизнесу и исполнителями стратегических решений в системе рыночного управления предприятием, отрасли и т.п.

В определенной мере к таким инструментам можно отнести компьютерные диалоговые системы анализа и управления [8] и имитационные системы поддержки принятия маркетинговых решений [4].

Решению обозначенной задачи способствуют экономико-кибернетические модели, предназначенные для исследования информационных процессов управления[17].

В качестве инструментов управления рисками, от которых не избавлен ни один маркетинговый процесс, для информационной поддержки принятия решений рекомендуется применять экономико-математические модели [12].

IV. Выводы.

Проблематика стратегического маркетинга охватывает чрезвычайно широкий круг недостаточно полно изученных теоретических и практических вопросов, что является основной причиной эклектичности и фрагментарности его методического аппарата. Предлагаемая иерархическая модель, построенная на базовых принципах системного анализа, является начальным этапом поиска диалектически единого структурного, функционального, организационного и информационного пространства методического аппарата стратегического маркетинга.

В целом, эта модель позволяет определять этапы последовательного использования инструментария стратегического маркетинга, лучше рассмотреть его специфику и взаимно обусловленные связи со стратегическим менеджментом, а также выявлять те этапы, где можно продуктивно использовать экономико-кибернетические, игровые и экономико-математические модели управления стратегическим маркетингом.

К примеру, опираясь на представленную модель, и бесспорное строительное правило, согласно которому надежность и возможность изменений возводимой конструкции определяются прочностью заложенного под ней фундамента, можно полнее рассмотреть органические недостатки подхода «сверху-вниз», когда действия начинаются не с возведения фундамента, а как бы со строительства «крыши».

Прямое движение в обратном направлении, т.е. «снизу-вверх» при отсутствии инструментов организации и контроля и стратегического маркетингового планирования также не гарантирует положительного результата. Следовательно, только в диалектическом единстве всех иерархических уровней методического инструментария стратегического маркетинга можно сократить разрыв между теорией и практикой. **РИСК**

Библиографический список:

1. Баталова О.С. Содержание понятия «маркетинговая стратегия // Проблемы современной экономики: материалы междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2011. — с. 103-106.

2. Бранденбургер А.М., Нейлбафф Б.Дж. Конкурентное сотрудничество в бизнесе. Co-Opetition. — М.: Изд-во Кейс, 2012. — 352 с.

3. Бузова И.А., Маховикова Г.А., Терехова В.В. Коммерческая оценка инвестиций. — СПб.: Питер, 2003. — 432 с.

4. Бурцева Т.А., Вохминцев В.В., Катаева Н.Н. Имитационные системы принятия маркетинговых решений //Маркетинг. — 2006. — №6. — с.70–81.

5. Грант Р.М. Современный стратегический анализ: 5-е изд. — СПб.: Питер, 2008. — 560 с.
6. Джойс П. 101 ключевая идея: Политика. Грандиозный мир . — М.: Фаир-пресс, 2002. — 304 с.
7. Дружинин Р.В., Конторов Д.С. Проблемы системологии. — М.: Советское радио, 1976. — 295 с.
8. Дуболазов В.А., Павлов Н.В. Принятие управленческих решений в маркетинге с помощью компьютерных средств. — СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2005. — 210 с.
9. Дэй Д. Стратегический маркетинг. — М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002. — 640 с.
10. Каплан Р.С., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию. — М.: Олимп-Бизнес, 2009. — 416 с.
11. Литл Дж.Ф. Основы маркетинга. Чего же хотят ваши потребители? Надежный способ это выяснить. — Ростов н/Д: Феникс, 1997. — 400 с.
12. Мешалкин В., Белозерский А., Дли М., Иванова И. Разработка экономико-математических моделей управления рисками на примере предприятий металлургической промышленности // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2011. — № 3. — с.322-325.
13. Минцберг Г., Куинн Дж., Гошал С. Стратегический процесс. Концепции, проблемы, решения. — СПб.: Питер, 2001. — 668 с.
14. Минцбер Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента. — СПб.: Питер, 2002. — 330 с.
15. Осовцев В.А. Проектирование систем логистической поддержки в реальном секторе экономики: теория и методология: Монография. — Ростов-н/Д: Рост.гос.экон.ун-т «РИНХ», 2006. — 278 с.
16. Осовцев В.А., Рыков М.В. Содержание и формы методического инструментария стратегического маркетинга в нестабильных условиях окружающей среды // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2013. — № 3.
17. Осовцев В.А., Рыков М.В. Кибернетическая модель адаптации типов маркетинга к ситуациям спроса // Практический маркетинг. — №10(200). — 2013. — с.9-14.
18. Осовцев В.А., Штезель А.Ю., Дубовик А.Е. Клиенто-ориентированное мышление студентов экономического вуза // «Alma Mater» (Вестник высшей школы). — 2013. — № 7 (июль).
19. Турчин В.Ф. Феномен науки: Кибернетический подход к эволюции. Изд. 2-е — М.: ЭТС. — 2000. — 368 с.
20. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. 5-е изд., перераб. и доп. — СПб.: Питер, 2008. — 368 с.
21. Холл А.Д. Опыт методологии для системотехники. — М.: Сов. радио, 1975. — 448 с.
22. Штезель А.Ю. Восприимчивость и адаптация отечественного банковского маркетинга к современным реалиям: моногр. / под науч. ред. В.А. Осовцева. — Ростов-на-Дону: Изд-во Рост.гос. экон. ун-та, 2011. — 148 с.
23. Штезель А.Ю., Дубовик А.Е. Маркетинговое мышление как основной фактор достижения основной цели деятельности экономического вуза // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2012. — №3. — с.72-75.
24. Gary Homel, C.K. Prahalad, «Strategic Intent» // Harvard Business Review, May-June 1989.

KTR-ONLINE.RU
логистика • маркетинг • аналитика

новости экономики, новости логистики, новости рынков,
аналитические материалы и статьи,
журналы по логистике и маркетингу, пресс-релизы,
интервью, мероприятия

Л. Титова,
д.э.н., доцент кафедры маркетинга и логистики, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Управление потребителем в контексте когнитивного маркетинга: концептуальные аспекты

Аннотация: в статье рассматриваются концептуальные аспекты управления поведением потребителей в контексте когнитивного маркетинга, дается авторская дефиниция понятия когнитивной карты, и предлагаются возможности применения данной категории к анализу поведения потребителей.
Ключевые слова: когнитивный маркетинг, когнитивная карта, когнитивный диссонанс, перцептивный цикл, перцептивная схема, избирательность восприятия, поведенческие действия потребителя.
Annotation: the article discusses the conceptual aspects of consumer behavior in the context of cognitive marketing, given the author's definition of the notion of cognitive maps and offers the possibility of applying this category to the analysis of consumer behavior.
Keywords: cognitive marketing,cognitive map, cognitivedissonant, perceptual cycle, perceptual scheme, selective perception, consumer behavioral actions.

Управление потребителем является ключевым звеном современного маркетинга. Особое значение такое управление приобретает в связи с теми трансформациями, которые происходят сегодня в поведении основных контрагентов современного рынка, производителей, продавцов и потребителей. Эти трансформации обусловлены не только развитием информационных технологий, глобализацией рынка и глобализацией самого маркетинга, но и повышением требований потребителей к экологической составляющей товара, возрастанием их запросов на брендовые товарыи на нематериальные активы фирмы — имидж и деловую репутацию. В свою очередь, данные трансформации детерминировали формирование новых технологий потребления товаров и услуг, которые не отвечают традиционным маркетинговым исследованиям запросов и предпочтений потребителей,поскольку связаны с проблемой научения потребителей и с проблемой управления их поведением.

Как представляется, модернизация современного маркетинга возможна только на пути его междисциплинарного взаимодействия с такими науками, какэкономическая социология, экономическая психология, когнитивная психология, логистика, микроэкономика, менеджмент. Конечно, любая наукавыделяет и формирует свой особый идеализированный конструктпредмета исследования. К примеру, экономисты в своих научных исследованиях довольно часто используют модель «рационального экономического человека»,основными мотивами которого является стремление к максимизации своей выгоды, минимизации потерь и наиболее удачное сочетание потерь и выгод.Однако реально существующий потребитель действует не как эгоист и лишенный всяких эмоцийматематический калькулятор. Принимаемые им покупательские решения обусловлены сложным интегративным взаимодействием его личностных диспозиций (эмоций, потребностей, интересов, ценностных установок, запросов, предпочтений, бессознательных влечений) скомплексом объективных факторов внешней средыи ситуативными ограничениями. Именно это взаимодействие определяетподчас неожиданный для маркетолога выбор потребителем продукта, товара или услуги.

Проведение междисциплинарных научных исследований проблемы управления поведением потребителей в современном маркетинге является сегодня настоятельной необходимостью. Как справедливо заметил еще в начале 40-х годов прошлого века американский психолог Дж.Катона, который активно сотрудничал с экономистами в изучении экономического поведения человека, экономика без психологии не сможет объяснить важные экономические процессы, в особенности, касающиеся предсказания поведенческих действий потребителя и его ответных реакций на экономические стимулы(см. [2, с. 489]).

Когнитивный маркетинг — это междисциплинарная наука, которая развивается на стыке маркетинга, когнитивной психологии и экономической психологии. Он связанс включением в процесс выбора, приобретения и потребления продуктаперцептивного и когнитивного блоков психики потребителей и таких ее важных структурных составляющих, как восприятие, внимание, память и когнитивная карта. С этим связана актуальность его теоретической и практическойразработки, которая, как это уже отмечалось выше, возможна лишь намеждисциплинарномполе взаимодействия маркетинга, когнитивной психологии и экономической психологии. Специального исследования требуют и проблемы экономических, социологических и психологических оснований когнитивного маркетинга.Можно отметить, что сегодня разработанность теории и практики когнитивного маркетинга, как в теоретическом, так и в практическом аспекте в отечественной науке находится пока на начальной стадии. Отдельные работыотечественных исследователей по когнитивному маркетингу посвящены преимущественно разработке основ теории когнитивного маркетинга, определению его ключевых категорий и применению ког-

нитивного подхода к анализу технологий современного потребления и особенностей восприятия конкретного продукта [4, 5, 6].

К наиболее важным категориям когнитивного маркетинга можно отнести такие понятия, как:восприятие, перцептивный цикл, перцептивная схема, когнитивный диссонанс, когнитивная карта.В содержательном психологическом аспекте эти понятия были впервые разработаны в когнитивной психологии, в трудах американских психологовЭдварда Толмена и Ульриха Найссера. В своих работах они дали определение перцептивного цикла, перцептивной схемы, восприятия, когнитивной карты, применительно к поведению человека (см.[3], [1]). Эти понятияявляются ключевыми и в когнитивном маркетинге. Именно в рамках перцептивного цикла формируется первоначальное отношение потребителя к товару. В его рамках генерируются различные образы товара, эмоциональные, иррациональные, рациональные. Они создают основу для формирования оценочных суждений, которые, взаимодействуя с мотивационным обеспечением потребителя, создают базу для конативных актов — поведенческих и покупательских действий.

Особое значения для управления поведением потребителей играет такое ключевое понятие когнитивного маркетинга как восприятие. Подчеркивая важность восприятия в деятельности человека, Найссер отмечал, что оно представляет собой не только «основную когнитивную активность, порождающую все остальные виды», но и то, что именно в восприятии «встречаются когнитивная активность и реальность» [1,с. 591]. Можно отметить в связи с этим, что на основе восприятия происходит целостное создание образа товара, переработка этого образа с учетом информации о других конкурирующих товаров и факторов внешней и внутренней среды. При этом начальным этапом перцептивного цикла является главная когнитивная структура восприятия — перцептивная схема потребителя, которая в целостной форме воспринимает информацию о товаре, как только она оказывается на сенсорных каналах потребителя (рис. 1).

Необходимо отметить, что, являясь частью внутренней структуры восприятия потребителя, перцептивная схема модифицируется под воздействиемвоспринимаемой информации о товаре и накопленного опыта потребителя. Она сравнивает полученную информацию о товарес приобретенной ранее информацией (по существу проводит исследование этой информации) и на основе этого сравнения направляет исследовательскую активность потребителя по определенному пути и, что самое важное, — открывает доступ к новой информации, которая затем отправляетсяв когнитивную карту потребителя.Учитывая замечание Найссера, что перцептивная схема способна работать на различных уровнях обобщенности, можно отметить важность этого замечания для принятия потребителем планапокупательских решений и его исполнения.

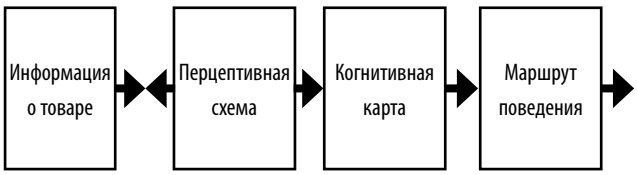

Рис. 1. Структура перцептивного цикла в психике потребителя при восприятии информации о товаре.

Таким образом, функция схемы в перцептивном цикле не сводится только к сбору информации о товаре, ее модификации и переработке. Она заключается в значительно большем — использовании этой информации для составления плана поведенческих действий потребителя. Следует отметить также, что на всех стадиях восприятия и переработки информации о товаре в перцептивной схеме потребителя проявляется важнейшее качество восприятия им товара — избирательность. Она реализуется уже на исходной, начальной стадии создания перцептивной схемы, ответственной за формирование первоначального образа товара и детерминирует при этом три ключевых процесса создания образа воспринимаемого товара:

— выбор потребителями той информации о товаре, которая в наибольшей степени соответствует их целевым установкам;

— первичную обработку данной информации в соответствии со своими потребностями, взглядами и ситуационными ограничениями;

— запоминание переработанной информации.

При этом происходит распознавание образа товара путем отнесения его к некоторой категории подобных ему товаров на основе накопленного личностного опыта потребителя и его установок. Таким образом, можно сказать, что создание образа товара в перцептивной схеме является не простым его восприятием (перцепцией), а апперцепцией — формированием образа товара на основе предшествующего познавательного опыта потребителя.

Если перцептивная схема является начальным этапом перцептивного цикла в создании образа товара, то когнитивная картаслужит заключительным его этапом, поскольку она формирует конативный аспект этого цикла — маршрут возможных поведенческих действий потребителя. Значительный вклад в разработку понятия «когнитивная карта» внес американский психолог Э. Толмен.Полемизируя с бихевиористскимпониманием поведенческих действий человека, как простейших ответных реакций на стимулы, поступающие из внешней среды, Э.Толменпредлагает

рассматривать эти действияс учетом значительного воздействия на них внутренних психических процессов. В качестве «центральной управляющей инстанции» этих процессов выступает когнитивная карта, указывающая «линии поведения и взаимосвязи элементов окружающей среды» [3, с. 169]. При этом Э. Толмен предлагает разделять все когнитивные карты на узкие и широкие (в зависимости от объема отражаемого ими пространства окружающей среды), а также на правильные и неправильные (в зависимости от успешности достижения цели по предлагаемому им маршруту).

Важно отметить, что в когнитивном маркетинге понятие «когнитивная карта» является одним из ключевых понятий, поскольку в ней генерируется возможной маршрут и линиповеденческих действий потребителя, а значит и возможные варианты принятия покупательских решений. Применительно к концепции когнитивного маркетинга можно предложить дефиницию когнитивной карты потребителя.

Когнитивная карта потребителя — это особая структура психики потребителя, в которой генерируется путь (маршрут), линии поведения потребителя в приобретении товара (услуги) на основе накопленного опыта потребителя, а также переработкипоступающей извне информации о товаре (услуге) и исходящих от фирмы маркетинговых стимулов.

Соответственно и предложенная Э. Толменом классификация когнитивных карт приобретает в применении к анализу поведения потребителей несколько иное значение. Узкие когнитивные карты потребителя по своему содержанию отражают лишь небольшое по размерностикоммуникативное пространство информации о товаре (услуге) и лишь некоторые поступающие на сенсорные каналы потребителя маркетинговые стимулы.Широкие когнитивные карты по своему содержанию включают значительно больший объем коммуникативного пространства перерабатываемой информации и отражаютвсе поступающие маркетинговые стимулы. Соответственно возрастает не только сама информационная осведомленность потребителя, но и вариативность выбора им ответной реакции на маркетинговые стимулы. Разделение когнитивных карт на правильные и неправильные может быть связано с тем, насколько успешным будет продвижение потребителя к выбранной им цели — приобретению товара (услуги).

В маркетинговой деятельности важно учитывать также специфику когнитивных карт, которая генерируется в различных сегментах потребителей. К примеру, в сегменте состоятельных потребителей специфика когнитивной карты состоит в том, что она генерирует вероятность реализации такого поведенческого эффекта в действиях потребителей, как эффект Веблена.В сегменте среднего класса — когнитивная карта будет формироватьмаршрут поведенческого эффекта сноба или поведенческого эффектаприсоединения к большинству. Напротив, в сегменте малообеспеченных потребителейможно ожидать, что когнитивная карта будет способствовать проявлению в поведении потребителей эффекта потребления продуктов более низкого качества.

Особую значимость в когнитивном маркетинге имеет исследование такогофеномена в поведении потребителей как когнитивный диссонанс, который связан с одновременным получением потребителем противоречивой информации о товаре (услуге), неглубоким уровнем ее переработки и низким уровнем выработки когнитивных реакций. Проявление когнитивного диссонанса возможно уже на этапе когнитивной переработки информации о товаре (услуге), когда идет формирование установки относительно альтернатив выбора товара. При этом происходит сравнение противоречивых когнитивных элементов (мнений о товаре) и формирование оценочных суждений о том, какой именно признак товара (услуги) стоит за этим мнением. Важно отметить, что при возникновении когнитивного диссонанса потребитель, как правило, откладывает покупку товара, поскольку у него формируется дискомфортное внутреннее состояние, от которого он желает избавиться как можно быстрее. Поэтому, в маркетинговой практике существенное значение имеет своевременная нейтрализация когнитивного диссонанса и корректировка дискомфортного состояния потребителя с помощью различных маркетинговых инструментов.

Можно сформулировать и более конкретные в концептуальном плане направления теоретической и практическойразработки когнитивного маркетинга:

— исследование доминантных перцептивных схем восприятия продукта (товара, услуги), его цены и качества;

— выявлениеосновныхразличий в перцептивных схемах различных культур;

— определение базовыхкогнитивных карт межкультурных коммуникаций;

— моделирование перцептивного цикла восприятия продукта (товара, услуги)с цельюиспользования модели в реальной маркетинговой практике;

— осуществление перцептивного научения потребителя и формирование когнитивных навыков потребителей в восприятии товаров и услуг с учетом различных трансформаций.

Проведение всей совокупности данных научных исследований будет во многомспособствовать развитию теории когнитивного маркетинга и успешному применению его положений в маркетинговой практике. РИСК

Библиографический список:

1. НайссерУ. Что такое когнитивная психология? / История психологии. XXвек. — М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2002.
2.Психология. Учебник для экономических вузов. — СПб.: Питер, 2000.
3. Толмен Э. Когнитивные карты у крыс и у человека /История психологии.XXвек. — М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2002.
4.Юлдашева О.У. Когнитивный маркетинг: продвижение стандартов потребления. — СПб.: Издво СПбГУЭФ, 2005.
5. Юлдашева О.У. Когнитивный маркетинг: от продвижения продуктов к продвижению технологий потребления //Маркетинговые коммуникации. 2004.№6(24).
6. Уфимцев Роман. Магия когнитивного маркетинга//Новый маркетинг. 2008.№2.

Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

Аспирантура ИТКОР
Многолетние традиции в подготовке кадров высшей квалификации

Институт «ИТКОР» проводит круглогодичный набор в очную или заочную аспирантуру и осуществляет подготовку аспирантов и соискателей в соответствии с действующей лицензией по специальностям:

- **Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: логистика, менеджмент, экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами сферы услуг)**
- **Финансы, денежное обращение и кредит**

Контакты: (499)152-42-94; asp@itkor.ru

П. Трегубенко,
аспирант кафедры маркетинга,
МГУ имени М.В. Ломоносова

Применение матрицы конкурентного профиля (CPM) для оценки конкурентоспособности компаний

Аннотация: в статье рассматривается такой метод анализа конкурентоспособности, как матрица конкурентного профиля (CPM). Выделяются его преимущества и недостатки, приводятся конкретные примеры использования метода в бизнес-практике.

Ключевые слова: конкурентоспособность, матрица конкурентного профиля, CPM, критические факторы успеха.

Annotation: this article describes the competitive profile matrix (CPM) as a method of analysis of competitiveness. Highlighted its advantages and disadvantages, provides specific cases of the method usage in business practices.

Keywords: competitiveness, competititve profile matrix, CPM, critical success factors.

Повышение уровня конкуренции является одной из характерных черт глобальной экономики в ситуации периодических кризисов. Конкуренция является важной детерминантой корпоративного успеха, и неудача компании при анализе сильных и слабых сторон своих конкурентов может привести к снижению бизнес— показателей.Поэтому одной из функциональных маркетинговых стратегий в современных условиях является достижение конкурентоспособности, как реализуемых товаров, так и самого предприятия.

Конкурентоспособность предприятия представляет собой его «возможность эффективно распоряжаться собственными и заемными ресурсами в условиях конкурентного рынка»[1]. То есть, уровень конкурентоспособности указывает на способность разрабатывать, производить и продавать товары, лучше, чем это делают конкуренты. При этом, превосходство можно оценить в зависимости от нескольких факторов, таких как цена, качество, технологическое преимущество и т.д.

На сегодняшний день, кроме финансовых и рыночных показателей, под факторами конкурентоспособности также понимают инновационность, качественные характеристики продукции, социальные аспекты деятельности компании (этическая репутация, социальная ответственность, условия труда сотрудников и т.д.).

Комплексное определение понятия «конкурентоспособность» обуславливает анализ и оценку факторов и условий развития предприятия на основе трех принципиальных предпосылок [2]:

1. проведение исследования динамического сочетания отдельных составляющих, каждое из которых в силу своего характера и взаимосвязей с другими свойствами (с учетом их весомости и важности) оказывает влияние на формирование конкурентоспособности предприятия;

2. признание возможности измерения любых отдельных свойств и их сочетаний, в том числе интегральной конкурентоспособности;

3. практическая необходимость методов количественной оценки конкурентоспособности для разработки стратегии развития.

Таким образом, конкурентоспособность является относительным показателем, т.к. критерии и переменные, используемые для ее измерения, не могут быть использованы вне конкретного времени и конкурентного пространства и отражают уровень конкурентоспособности субъектов в отрасли.

В специальной литературе по анализу конкурентных преимуществ, можно встретить различные подходы к определению конкурентных позиций. Применяемые в настоящее время методы стратегического анализа в зависимости от объекта подразделяются на следующие группы:

- методы анализа внешней среды[1];
- методы анализа отрасли и конкуренции[2];
- методы анализа внутренней среды[3];
- модели стратегического позиционирования[4];
- методы анализа развития[5].

Данные методы давно выступают в качестве одного из основных инструментов стратегического анализа и планирования, помогая менеджерам прогнозировать будущие конкурентные позиции организации. Тем не менее, перечисленные методы анализа являются статичными и описательными, представляющими ситуацию в определенный момент времени. Попытки совмещения моделей или проведение анализа для разных моментов времени позволяют отчасти придать его результатам динамический характер, но полностью не решают проблему статичности. Кроме того, данные методы зачастую претендуют на универсальность, в то время как отраслевые и рыночные условия могут значительно различаться, а возможности предприятия по изменению внешней и внутренней среды зависят от многих специфических факторов [3].

---

1 STEP-анализ (другие варианты – PEST, STEEP, TEMPLES), метод профиля среды, метод ключевых вопросов, анализ сценариев.

2 карта стратегических групп, модель «5 сил» М.Портера, анализ стоимостных цепочек, анализ ключевых факторов успеха и движущих сил отрасли, анализ конкурентов и посредников и др.

3 SNW-анализ, бенчмаркинг бизнес-процессов, анализ ресурсов на основе рыночных тестов и др.

4 матрица BCG; модели GE/McKinsey, Shell/DPM, ADL/LC, Хофера – Шендела.

5 SWOT-анализ, кривая опыта, матрица «товары-рынки», GAP-анализ, модель жизненного цикла, метод SPACE, матрицы EFE/IFE.

Часть данных ограничений можно снять с помощью матрицы CPM (матрицы конкурентного профиля). Матрица определяет ключевых конкурентов фирмы и сравнивает их с помощью критических факторов успеха отрасли (CSF). Анализ также показывает, сильные и слабые стороны компании относительно своих конкурентов. Условный пример матрицы показан ниже.

Критические факторы успеха— это ключевые области, успех в которых гарантирует компании успех на рынке в целом. Они варьируются между различными отраслями или стратегическими группами в рамках одной отрасли включают в себя как внутренние, так и внешние факторы. В условном примере, было включено 11таких факторов, но такого количества, как правило, не достаточно. Чем больше критических факторов успеха будет включено— тем более надежными точным получится анализ.

Каждому из критических факторов успеха должен быть присвоен вес в диапазоне от0,0 (низкая важность) до 1,0 (высокая важность). Сумма всех весов должна быть равна1,0. Не следует уделять слишком много внимания отдельным факторам (присваивать вес0,3 или более), потому что в реальности успех в отрасли редко определяется одним-двумя факторами, но всей их совокупностью.

Рейтинги в CPM варьируются от4 до 1, где 4 означает серьезную силу, 3 –незначительную силу, 2— незначительную слабость и 1 -серьезную слабость. При этом, компаниям может быть присвоен одинаковый рейтинг, в случае если они занимают похожее положение на рынке по выбранному фактору.

Оценки, а также весы, назначаются субъективно для каждой компании, с учетом, как внутренних данных,так иданныхбенчмаркинга.Окончательный рейтинг компаний равен весу, помноженному на рейтинг. Общая оценка является суммой всех индивидуальных баллов компании.

Стоит отметить, что в качестве аналитического инструмента, у CPM есть несколько преимуществ относительно других методов. Во-первых, компании сравниваются по одинаковому набору факторов, что делает анализ более точным [5]. Во-вторых, результаты анализа представлены в матрице, что позволяет визуально сравнивать компании между собой. В-третьих, благодаря CPM компании могут легко решить, какие сферы своей деятельности они должны укреплять, защищать или какие стратегии они должны преследовать. К тому же, в отличие от моделей IFE и EFE, у матрицы CPM нет ограничений на использование определенного набора факторов (внутренние/внешние), а успех на рынке, по данной матрице, зависит исключительно от веса факторов и положения компаний [10].

Однако, несмотря на свою эффективность, CPM имеет ряд недостатков. Чанг и Хуан выделяет два основных недостатка CPM [6]:

1. рейтинг критических факторов успеха назначается субъективно, при этом не применяются в расчет объективные количественные данные (например, объем рынка)

2. возможная неравномерность весов факторов успеха, поскольку они также распределяются субъективно, без проведения каких-либо статистических исследований

Кроме того, навеса оказывает влияние система ценностей менеджера или отсутствие доступной информации. Менеджеры также сталкиваются с проблемой в интерпретации баллов, полученные из

Таблица 1

Условный пример матрицы CPM

		Компания A		Компания B		Компания C	
Критические факторы успеха	**Вес**	**Рейтинг**	**Оценка**	**Рейтинг**	**Оценка**	**Рейтинг**	**Оценка**
Репутация бренда	0.13	2	0.26	3	0.39	1	0.13
Уровень интеграции	0.08	4	0.32	3	0.24	1	0.08
Ассортимент продукции	0.05	3	0.15	1	0.05	2	0.10
Внедрение инноваций	0.04	3	0.12	3	0.12	3	0.12
Доля рынка	0.14	2	0.28	4	0.56	4	0.56
Продажи на душу работника	0.08	1	0.08	2	0.16	3	0.24
Структура затрат	0.05	1	0.05	3	0.15	4	0.20
Разнообразиеканалов дистрибуции	0.07	4	0.28	2	0.14	2	0.14
Лояльность клиентов	0.02	2	0.04	4	0.08	1	0.02
Возможности IT	0.11	3	0.33	4	0.44	4	0.44
Широкое присутствие в сети Интернет	0.15	3	0.45	3	0.45	4	0.60
Успешные рекламные акции	0.08	1	0.08	2	0.16	1	0.08
Итого	1.00	-	2.44	-	2.94	-	2.71

CPM для сравнения позиций компании относительно своих конкурентов [7].Кроме этого, менеджеры могут сталкиваться с проблемой сбора информации о своих конкурентах при подготовке CPM, особенно в случаях с закрытыми рынками [4].

Рассмотрим несколько примеров применения матрицы CPM в рыночной практике.

Пример 1. матрица CPM рынка операционных систем смартфонов [8]

Данный пример связан с рынком операционных систем для смартфонов. Основные игроки рынка— Android OS от Google, iOS от Apple и Windows Phone от Microsoft. Каждая система сравнивалась друг с другом для определения сильных и слабых сторон (см. таблицу 2).

Анализ CPM показывает, что Android-самый сильный игрок в отрасли с относительно сильные долей рынка, каналами дистрибуции, настройками функций, интеграции облачных сервисов. С другой стороны, IOS преобладает в частоте обновлений, маркетинговых возможностях и частоте аварий ОС. Windows Phone является самым слабым из конкурентов, и не имеет преимуществ относительно конкурентов.

Пример 2. Матрица CPM рынка пальмового масла[9]

Данный пример связан с рынком пальмового масла. Основные игроки рынка— SDP, IOI Plantation, ADM-Kuok Wilmar, United Plantation, PT Smart. Каждая компания сравнивалась друг с другом для определения сильных и слабых сторон (см. таблицу 3).

SDP зарекомендовала себя как лидер на рынке с разницей в 0.47 пунктов и основной целью данной компании улучшение определенных критических факторов успеха. Компания лидирует практически по всем показателям, однако ей следует прибавлять в плане лояльности потребителей и стратегическом партнерстве. Остальные компании находятся примерно на одном уровне относительно других конкурентов.

Таким образом, матрица CPM представляет собой простой, но мощный инструмент для предоставления информации о конкурентной ситуации в отрасли. CPM предоставляет четкое знание о сильных и слабых сторонах компании в конкурентном окружении, что помогает менеджерам в разработке эффективной конкурентной стратегии бизнеса.

Основной проблемой данной техники является субъективность оценки весов и рейтингов критических факторов успеха. Более того, общая эффективность компании не может быть измерена исключительно с помощью критериев успеха. Однако данный метод подготавливает компанию к конкуренции.

Тем не менее, несмотря на некоторые ограничения , CPM помогает менеджерам объяснять, почему бизнес слаб в некоторых областях и почему он лучше в других. При тщательной интерпретации результатов CPM, предприниматель может разработать идеальную конкурентную стратегию для своей компании. **РИСК**

Таблица 2

МатрицаCPM рынка операционных систем смартфонов

		Android OS		iOS		Windows Phone	
Критические факторы успеха	**Вес**	**Рейтинг**	**Оценка**	**Рейтинг**	**Оценка**	**Рейтинг**	**Оценка**
Доля рынка	0.13	4	0.52	2	0.26	2	0.26
Количество приложений в онлайн-магазине	0.10	4	0.40	4	0.40	2	0.20
Частота обновлений	0.06	3	0.18	4	0.24	2	0.12
Дизайн	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21
Репутация бренда ОС	0.05	3	0.15	3	0.15	2	0.10
Каналы дистрибуции	0.11	4	0.44	2	0.22	3	0.33
Юзабилити	0.11	3	0.33	3	0.33	3	0.33
Настройка функций	0.04	4	0.16	2	0.08	2	0.08
Маркетинговые возможности	0.04	2	0.08	4	0.16	2	0.08
Репутация бренда компании	0.10	4	0.40	4	0.40	3	0.30
Открытость	0.02	4	0.08	2	0.04	2	0.04
Интеграция облачных сервисов	0.12	4	0.48	2	0.24	2	0.24
Частота аварий ОС (crashes)	0.08	1	0.08	4	0.32	3	0.24
Итого	1.00	-	3.51	-	3.05	-	2.53

Таблица 3

Матрица CPM рынка пальмового масла

		SDP		IOIPlantation		ADM-Kuok Wilmar		United Plantation		PT Smart	
Критические факторы успеха	**Вес**	**Рейтинг**	**Оценка**	**Рейтинг**	**Оценка**	**Рейтинг**	**Оценка**	**Рейтинг**	**Оценка**	**Рейтинг**	**Оценка**
Качество продукции	0.1	3	0.3	2	0.2	3	0.3	3	0.3	2	0.2
Социальная ответственность	0.1	4	0.4	3	0.3	2	0.2	2	0.2	3	0.3
Стратегическое партнерство	0.09	2	0.18	2	0.18	2	0.18	2	0.18	2	0.18
Уровень экспансии	0.08	3	0.24	2	0.16	3	0.24	2	0.16	2	0.16
Объем рынка	0.09	4	0.36	3	0.27	3	0.27	3	0.27	3	0.27
Географияческое покрытие	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Финансовая стабильность	0.08	3	0.24	3	0.24	3	0.24	3	0.24	3	0.24
Лояльность потребителей	0.08	1	0.08	1	0.08	1	0.08	1	0.08	1	0.08
Разработка продукта	0.08	2	0.16	2	0.16	2	0.16	2	0.16	2	0.16
Сертификация RSPO	0.1	3	0.3	2	0.2	2	0.2	2	0.2	2	0.2
Влияние на окружающую среду	0.1	3	0.3	3	0.3	2	0.2	2	0.2	3	0.3
Итого	1	-	2.86	-	2.39	-	2.37	-	2.29	-	2.39

Библиографический список

1. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, ее стратегия и практика / Г.Л. Азоев.— М. : Центр экономики и маркетинга, 2002. — 208

2. Фомченкова Л.В. Динамическая концепция и методы стратегического анализа организационно-экономического развития предприятия. Монография /Л.В. Фомченкова. Смоленск: Универсум, 2012. 204 с.

3. Фомченкова Л.В. Стратегический анализ как инструмент экономической безопасности промышленного предприятия / Л.В. Фомченкова // Проблемы безопасности российского общества. 2013. No2-3.с.13-20

4. Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. Entrepreneurship (2nd ed.), NJ, USA: Wiley. 2011.

5. Capps III, C. J., & Glissmeyer, M. D. Extending The Competitive Profile Matrix Using Internal Factor Evaluation And External Factor Evaluation Matrix Concepts. //Journalof Applied Business Research (JABR), 2012, №28(5),с. 1059-1062.

6. Chang, H. H., & Huang, W. C. Application of a quantification SWOT analytical method. // Mathematical and Computer Modeling, 2006, №43(1),с. 158-169.

7. David, F. R. Strategic management: Concepts and cases (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 2011

8. Jurevicius O. Competitive Profile Matrix (CPM) [Электронныйресурс]: Режимдоступа: http://www.strategicmanagementinsight.com/tools/competitive-profile-matrix-cpm.html

9. Rajandran V. A Study On Sime Darby Plantation [Электронныйресурс]: Режимдоступа: http://www.mixologist84.com/search?updated-max=2013-01-27T00:41:00-08:00&max-results=1&reverse-paginate=true

10. Zimmerer, T., Scarborough, N. M., & Wilson, D. Essentials of entrepreneurship and small business management (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 2008

Содержание системы маркетинга в секторе АПК

И. Синяева,
д.э.н., профессор кафедры маркетинга и логистики, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
В. Берлай,
аспирантка кафедры маркетинга и логистики, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Аннотация: статья посвящена описанию системы маркетинга с учетом специфики сектора АПК. В логической последовательности раскрывается содержание основных отраслевых особенностей сектора, которые оказывают влияние на формирование системы маркетинга. Представлены структурные элементы системы маркетинга. Доказана важность и необходимость формирования системы маркетинга на предприятиях АПК в условиях современного рынка.

Ключевые слова: система маркетинга, система маркетинга в секторе АПК, элементы системы маркетинга, задачи формирования системы маркетинга.

Annotation: article is devoted to the description of marketingsystem taking into account features of agricultural sector. In logical sequence the maintenance of the main branch features of a sector which have impact on marketingsystem formation reveals. Structural elements of marketing system are provided. Importance and significanceof marketing system formationfor the enterprises in agriculture is provedin terms of the modern market.

Keywords: marketing system, marketing system in an agrarian and industrial complex sector, elements of marketing system, and the purpose of formation marketing system.

Сегодня, в условиях сокращения природных ресурсов на планете и вызова современного кризиса, продиктована настоятельная необходимость построения комплексной системы маркетинга, обладающей высокой степенью адаптации к рыночным переменам.

Если говорить о агропромышленном комплексе (АПК), то нужно понимать, что это один из крупнейших секторов экономики, в котором создается порядка 15% ВВП РФ. При этом кризис довольно частое явление в данном секторе, который может быть обусловленсамыми разными причинами.

Так, например,экономический кризис 2008 года, по мнению экспертов в большей степени затронувший компании финансового сектора, сферу обращения и экспортно-ориентированные организации, затронул и сельское хозяйство, и перерабатывающую промышленность. Что проявлялось в стагнации в АПК, свертывании и отмене программ модернизации предприятий, нехватки оборотных средств для текущей деятельности, снижении покупательской способность населения. Небольшие климатические изменения также ведут к серьезным проблемам в секторе, что мы могли наблюдать в 2010 году и 2012-2013 годах, когда засуха приводила к серьезному росту цен на зерновые культуры и к практически катастрофическому снижению производства в животноводческом направлении.

Предприятия сектора АПК в стране «маломобильны» и не могут быстро реагировать на меняющиеся условия рынка, большая честь предприятий не выстраивают долгосрочных планов и не разрабатывают стратегий, и их действия абсолютно бессистемны, что приводит к сокращению производств, несостоятельности и закрытию предприятий.

Для преодоления кризисных явлений на предприятии АПК должен быть составлен план антикризисных мероприятий, а также разработана стратегия и тактика реализации данных мер, инструментарием которой может и должна являться маркетинговая политика.

Известно, что все явления нашего мира систематизированы — они представляют определенную целостность взаимосвязанных суперсистем, систем, подсистем, видов, подвидов, элементов (галактика, земля, природа, человек, общество и рыночные отношения).Если говорить о рыночных отношениях как механизме взаимодействия между людьми, то при всем их многообразии и противоречивости, этот механизм представляет определенную совокупность политических, экономических, организационных социальных систем в рамках функционирования мирового, национального, локального рынка.

Системная теория — это формальная наука о структуре, связях и поведении каких-либо систем. Посредством четырех понятий — элемент, подсистема, система и суперсистема — можно осознать структурное здание любого явления. В последнее время растущую значимость приобретает понятие «целостность, комплексность».

Термин «система» определяется как:

- множество элементов находящихся в отношениях и связях друг с другом, образующих определенную целостность, единство;

♦ нечто целое, представляющее собой единство закономерно расположенных и находящихся во взаимной связи частей[1].

Используя системную теорию, многие ученые стремятся обосновать основные черты, которые будут присущи «обществу будущего» в рамках смешанной модели (Джон Гэлбрейт (США), Питерим Сорокин (США), Виктора Майер (ФРГ), Генри Шродер (ФРГ), Р. Арон (Франция), Теодор Левитт (США) и др.[2]) В основе исследования любого объекта сложной целостной социально-экономической системы лежит системный анализ в виде направленной методологии научного познания и практической деятельности врамках конкретной организационной структуры.

Согласно принципам системной теории предлагается модель системы маркетинга с учетом его связей с суперсистемами — природа [1], экономика[2], общество [3]. В основе функционирования системы маркетинга используется взаимозависимость и взаимообусловленность функционирования ее в системе рынка с учетом закономерностей таких суперсистем как природа, экономика и общество.

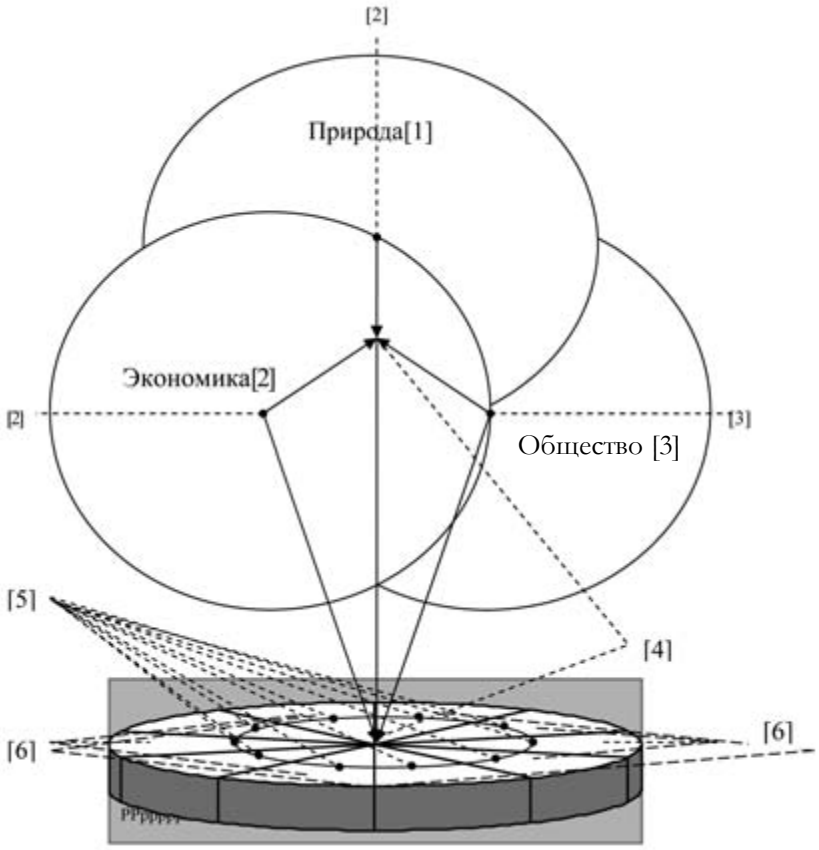

Рис. 1. Модель системы маркетинга как составной части макросистемы рынка.

[1] – суперсистема природа; [2] – суперсистема экономика; [3] – суперсистема общество; [4] – макросистема рынок, которая является фундаментом и центром связей всех суперсистем; [5] – система маркетинга как составная часть макросистемы рынка, [6] – отрасли национального хозяйства.

Применительно к многообразному процессу маркетинга, как совокупности правовых, экономических, организационных и социальных видов деятельности для удовлетворения запросов общества, следует выделить такие понятия, как: «супер система» − органический симбиоз таких глобальных суперсистем как природа, общество, экономика; «система» — это содержание инфраструктурного процесса маркетинга в комплексной системе рынка в целях выявления неудовлетворенного спроса и его удовлетворения посредством обмена;«подсистема» − целостная совокупность взаимозависимых процессов товарной, ценовой, коммуникационнойполитики исервисного обслуживания потребителей системы; «элементы» − составные компоненты конкретной подсистемы. На рис.1 представлена система маркетинга, как составной элемент суперсистем и макросистемы рынка.

Из данной модели (рис. 1) видим, что в симбиозе суперсистем природа [1], экономика[2], общество [3] − рынок [4] выступает как фундамент благополучия общества. Одновременно рынок является центром связей всех отраслевых суперсистем с множеством разнообразных отраслевых подсистем [6], среди которых образована и доминирует система маркетинга [5], как инфраструктурная система, обеспечивающая финансовую устойчивость для каждого участника сектора АПК. Критерии эффективности в конкретной отрасли национального хозяйства напрямую зависят от поступательного развития модели маркетинга[6], которая является базовой основой эффективной экономики.

Маркетинг, как составная часть макросистемы рынка имеет в своем составе следующие подсистемы логистики, обеспечивающие ее эффективность: сбытовая (или распределительная логистика), направленная исключительно на учет запросов потребителей,напрямую зависящая от надежности системы товародвижения; информационная логистика (компьютерная логистика), включающая в себя сбор данных о товарном потоке, их передачу, обработку и систематизацию с

1 Карев В.М. // Краткая российская энциклопедия. Т 3. М.: ИД «ОНИКС 21 век», 2012.
2 Aron R. Societeindustrielleideologie, philisiphie.–"Preuves", 1964, , p 8, 167;
Meier V. Nationalismus in Osteuropa— "Der Monat", Juni, 1967, S. 225.;
T. Levitt "Marketing Myopia"— Harvard Business Review July — August, 1960, p. 45-56.;
Pitirim A. Sorokin The Basic Trends of Our Times. New Haven, 1964, p. 78, 129.;
Schroder H. — Ch. Socialismus and Imperialismus. Bonn, 1975 — S.S. 7,12,13,25.

последующей выдачей готовой информации для аналитической оценки результатов рыночного участия; сервисная логистика, отражающая не только своевременность исполнения полученных заказов, но и выполнение гарантий качества обслуживания. Маркетинговая система коммерческой структуры, естественно, охватывает и такую подсистему, как кадры, т. е. работников, которые выполняют все последовательные операции маркетинга в целевом сегменте сбыта.

Система маркетинга — это интегрированное целое в виде производственно-коммерческого комплекса товаров и услуг, существующего в определенной рыночной среде в конкретный момент времени, функционально нацеленная на максимальное удовлетворение запросов общества.

Система маркетинга в секторе АПК — это совокупность взаимосвязанных элементов (организаций, людей, товаров, услуг, идей и др.) в секторе АПК, взаимодействующих в ходе обеспечения населения продуктами питания и товарами народного потребления из сельскохозяйственного сырья, существующая в определенных рыночных условиях и в конкретный момент времени.

Структурно систему маркетинга можно представить как функциональную зависимость:

$$S_m = f(A_1, A_2, A_3, \alpha, \beta, \gamma)$$

A_1 — исходные составляющие системы маркетинга (элементы, факторы, субъекты);

A_2 — сочетание их составляющих (комплекс, совокупность, множество);

A_3 — маркетинг-микс (продукт, цена, распределение, продвижение, позиционирование);

α — связи, отношения;

β — выполнение управленческих, аналитических и коммуникационных функций;

γ — сервисные услуги качества обслуживания клиентов в секторе АПК.

Иными словами *система маркетинга* — это динамичная система многообразных экономических связей между участниками рынка в целях успешного выполнения коммерческих, сервисных, инновационных и профессиональных услуг на взаимовыгодной основе с учетом пространства и времени.

При этом основными элементами модели являются многочисленные государственные и коммерческие структуры по производству и реализации новинки через рыночную среду, при контакте с которой они прямо влияют на качество и эффективность воспроизводственного процесса.

Отсюда вытекают основные рыночные факторы системы маркетинга: стабильные источники финансирования –«I»; устойчивая законодательная основа — «Z»; квалифицированная подготовка кадров маркетологов — «W»; финансово-инвестиционная политика –«Q», т.е.

$$A_1 = f(I, Z, W, Q)$$

В свою очередь модель маркетинга состоит из множества индивидов(участники рынка молочных продуктов — «L», каждый из которых обладает определенным капиталом — «K», совокупностью факторов преобразуемых ресурсов — «F», определенным множеством маркетинговых услуг, реализуемых с учетом факторов рыночной среды — «R», т.е.

$$A_2 = f(L, K, F, R)$$

A_2 –элементы маркетинга-микса,как материальное воплощение маркетинговой деятельности, направленной на удовлетворение разумных потребностей общества.

При этом нужно понимать, что у сектора АПК, есть свои неотъемлемые особенности, которые оказывают влияние на функционирование сектора:

- «Повсеместность» — все страны и все население употребляет продукты питания, и используют товары народного потребления, в производстве которых использовалось сельскохозяйственное сырье;
- «Консерватизм» — не смотря на растущий прогресс и развитие технологий, за период развития человечества продукты питания мало претерпели изменений. Безусловно, ведутся селекционные работы, которые повышают качества продуктов, но не меняют их. Все изменения в большей степени связаны с оптимизацией процесса производства;
- Большая потребность в трудовых ресурсах — не смотря на высокую механизацию сектора, кадры являются одним из основных элементов функционирования и развития;
- Региональная направленность — т.е. большинство стран специализируются на отдельных отраслях АПК, что в большей степени зависит от природно-климатических условий, что в конечном итоге позволяет экономить ресурсы и получать наибольший результат от определенного направления;
- Сезонность — один из основных факторов развития сектора АПК;
- «Традиции потребления» — нужно понимать предпочтения потребителей различных стран и континентов, так рис в основном потребляется в странах Азии, мясо в континентальной Европе, Америке и Австралии, молоко в основном потребляется в Европе, США, Аргентине, Уругвае, рыба и морепродукты потребляется странами Южной Европы и Южной Азии. Соответственно нужно учитывать потребительские предпочтения стран и регионов при формировании стратегии и тактики деятельности предприятия сектора АПК.

Также на состояние и функционирование предприятия АПК в РФ оказывают воздействия, сле-

дующие факторы (расположены по степени влияния от большего к меньшему):[3]

♦ изношенность материально-технической базы;

♦ диспаритет цен на материально-технические ресурсы;

♦ неэффективная государственная поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей;

♦ недостаток финансовых средств;

♦ высокие налоги;

♦ высокие ставки по кредитам;

♦ недостаток оборотных средств;

♦ истощенность природных ресурсов хозяйства;

♦ неплатежеспособность покупателя;

♦ ограниченность прав у руководства с/х. предприятий.

На основании особенностей сельского хозяйства система маркетинг на предприятиях АПК определяется: зависимостью результатов от природных условий, ролью и значением товара, разнообразием форм собственности и хозяйствования, несовпадением рабочего периода и периода производства, внешнеэкономическими связями, участием государственных органов в развитии АПК и его отраслей.

Товар, цена, дистрибуция, реклама и PRявляются одними из главных составляющих модели, интегрирующей в своем составе стратегии продуктовой, коммуникационной и сервисной политики, как базовые элементы философии рыночного участия

Главными задачами создания модели системы-маркетинга в компании являются:

♦ выявление неудовлетворенного спроса на новые виды товаров и услуг;

♦ обоснование экономической целесообразности товарной политики;

♦ использование пробного маркетинга по реализации в целевых аудиториях клиентов отдельной партии нового продукта для оценки уровня полезности и потребительской ценности;

♦ создание привлекательного корпоративного ассортимента с учетом тенденций моды, престижности, экологической безопасности;

♦ маркетинговые усилия по превращению скрытого (потенциального) спроса на новый продукт в реальный рыночный спрос с учетом уровня конкуренции.

При этом необходимо учитывать все основные постулаты разработки системы маркетинга, рассматривая их через призму особенностей агробизнеса. Необходимо тщательно прорабатывать все элементы, цели, задачи маркетинговой системы, создавать маркетинговые структуры для наилучшего исполнения поставленных целей.

Применение маркетингового инструментария субъектами АПК позволяет приспособиться к постоянно меняющимся условиям внешней среды, выступая интеллектуальной основой экономического роста.

Повышение активности маркетинговой инфраструктуры агробизнеса является важнейшим фактором преодоления спада сельскохозяйственного производства. **РИСК**

Библиографический список:

1. Aron R. Societeindustrielleideologie, philisiphie.– »Preuves», 1964, p 8, 167;

2. Levitt T. «Marketing Myopia»— Harvard Business Review July — August, 1960, p. 45-56.;

3. Meier V. Nationalismus in Osteuropa— «Der Monat», Juni, 1967, S. 225.;

4. Pitirim A. Sorokin The Basic Trends of Our Times. New Haven, 1964, p. 78, 129.;

5. Schroder H. — Ch. Socialismus and Imperialismus. Bonn, 1975 — S.S. 7,12,13,25.

6. Алферьев В.П. Экономическое регулирование рынка агроресурсов в условиях финансового кризиса / В.П. Алферьев // Техника и оборудование для села. — 2010. — № 1. — С. 13–15.

7. Карев В.М. // Краткая российская энциклопедия. Т 3. М.: ИД «ОНИКС 21 век», 2012.

8. Синяева И.М. Специфика коммерческой системы инновационного маркетинга//М.: Труды Вольного Экономического Общества России,том 179, 2013, с. 210-216

маркетинг и логистика

• новости
• аналитические материалы, статьи
• законодательство, нормативные акты, комментарии
• маркетинговые исследования

www.itkor.ru

3 Алферьев В.П.Экономическое регулирование рынка агроресурсов в условиях финансового кризиса / В.П. Алферьев // Техника и оборудование для села. — 2010. — № 1. — С. 13–15.

И. Шелепина,
к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга, Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина

Формирование стратегии развития регионального дистрибьютора на рынке продуктов питания

Аннотация: в статье рассматриваются направления стратегического развития дистрибьютора с учетом сложившейся конъюнктуры рынка и последних тенденций в сфере потребления на рынке FMCG, основанные на использовании современных логистических и информационных технологий.
Ключевые слова: дистрибьютор, рынок товаров повседневного спроса, стратегия регионального развития, логистические услуги, интернет-продажи, доставка, складирование.
Annotation: the article deals with strategic development of the distributor in consideration of the current market condition and recent trends at the consumption end in the FMCG market based on the use of modern logistics and information technologies.
Keywords: distributor, FMCG market, regional development strategy, logistic services, online sales, delivery, warehousing.

В настоящее время перед многими региональными дистрибьюторами на рынке FMCG встает вопрос их дальнейшего развития. Необходимость поиска новых направлений бизнеса диктуется основными тенденциями рыночной среды.

Во-первых, с осени 2013 года в стране наблюдается беспрецедентный спад потребительской активностина рынке товаров повседневного спроса. По данным исследовательского холдинга Ромир [1] снижение объемов потребления продуктов питания в городских домохозяйствах составило около 10% по сравнению с осенью 2012 года в стоимостном выражении без учета инфляции. Зимой 2014 года сезонное снижение повседневных расходов россиян на покупку продуктов питания и непродовольственных товаров повседневного спроса составило 2% в номинальном и 8% в реальном (с учетом инфляции) выражении. В начале весны 2014 года, несмотря на многочисленные мартовские события на политической сцене и валютном рынке, повседневные расходы в номинальном выражении оказались точно такими же, как и в 2013 году. Однако с учетом инфляции потребительского рынка (6,5% за год по данным Росстата) можно говорить все же о снижении реальных повседневных расходов населения на 5-7%.

Таким образом, снижение потребительской активности в формате месяц к месяцу предыдущего года фиксируется уже шесть месяцев подряд. Можно сказать, что на рынке продолжает развитие среднесрочный негативный тренд, характеризующийся снижением расходов потребителей на покупку товаров повседневного спроса. «И ни олимпийский февраль, ни богатый на «внешние шоки» март не смогли ни прервать, ни усугубить эту неприятную тенденции…К сожалению, — заключают специалисты Ромир, — в годовом выражении перелома к лучшему данной среднесрочной тенденции, сформировавшейся в октябре прошлого года, пока не наблюдается».[1] Есть основания полагать, что данная тенденция мало зависит от внешних обстоятельств, а характеризует достижение рынком определенной стадии своего развития. А именно, после десятилетия мощного номинального (и реального) роста рынки продуктов питания и товаров повседневного спроса в России в целом приблизились к зрелости и насыщению. В этой связи не только прогнозируется, но уже и наблюдается усиление конкурентной борьбы между производителями и розничными сетями за платежеспособного, но весьма экономного и рационального потребителя, с одной стороны, и между производителями и розницей — за сокращающуюся маржу, с другой.

Во-вторых, рынок продуктов питания характеризуется гораздо более высокой консолидацией, чем другие подотрасли розничной торговли в России. На егоразвитие огромное влияние оказывает присутствие федеральных сетей. За последние два года доля крупнейших сетей в розничном товарообороте выросла на 2%[6]. В прошлом году в обороте розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки и табачные изделия, удельный вес оборота торговых сетей составил 26,0%. Кроме того, на тройку лидеров («Магнит», X5 RetailGroup, AuchanGroup) приходится 12,9% от оборота продуктовой розницы[4]. Действительно, федеральные сети показывают впечатляющие темпы роста. Например, в течение 2013 года компания «Магнит» открыла 1209 магазинови увеличила свои торговые площади на 18,13%, оборот вырос на 29,21%, чистая прибыль за год выросла на 41,75%[3].

Такая экспансия тоже обостряет конкуренцию на рынке розничной торговли FMCG-товарами. Местные региональные магазины и сети испытывают мощное давление со стороны федеральных сетей: снижение цен, отток покупателей и уменьшение прибыли. Как следствие, они предъявляют повышенные требования к своим поставщикам, требуя уменьшения цены закупки, предоставления дополнительных бонусов, увеличения отсрочки платежа и пр. Многие региональные магазины

оказываются в затруднительном положении, не соблюдаются сроки платежей. У дистрибьютора в итоге этих процессов снижается наценка, растет дебиторская задолженность, ухудшается «качество» клиентской базы. А именно региональные магазины являются ее основой, так как федеральные сети логистическое обслуживание и снабжение большинством товаров осуществляют централизованно собственными силами, не прибегая к услугам местных дистрибьюторов. Учитывая также вышеуказанный спад покупательской активности на рынке продуктов питания, в результате имеем значительное уменьшение рентабельности бизнеса дистрибьюторов в регионах. В связи с чем возникает необходимость поиска новых направлений его развития с целью обеспечения большей доходности и повышения устойчивости компаний с учетом сложившейся конъюнктуры рынка.

Для того чтобы развиваться в сложившихся условиях, дистрибьютор должен обладать определенными логистическими мощностями — оборудованными складами и транспортными средствами, а также владеть современными логистическими технологиями. Это складские помещения класса «А», планировка и оснащениекоторых позволяет оптимально организовать зоныразгрузки, погрузки, хранения, отбора и комплектации заказов. Это использование информационных технологий организации складского учета товаров, приема и обработки заказов с использованием системы штрихового кодирования итерминалов сбора данных. Весь технологический процесс на складе должен быть организован таким образом, чтобы качественно (без ошибок) и быстро осуществлять сбор и комплектацию заказов, как оптовых, так и штучных. Наличие собственного транспортного парка и использование технологий маршрутизации перевозок с учетом месторасположения потребителя и грузовместимости транспортных средств позволят обеспечить транспортировку заказов в течение 24-х часов[1].

Помимо основного бизнеса для регионального дистрибьютора видится два взаимосвязанных направления его дальнейшего развития в сложившихся условиях. Первое — это предоставление логистических услуг сторонним компаниям (сектор B2B), т.е. выполнение функций логистического оператора. Подобные тенденции отмечают многие специалисты [5]. Имея значительный опыт и используя отработанные технологии, современный дистрибьютор может использовать свою складскую и транспортную инфраструктуру для предоставления складских услуг (ответственное хранение, грузопереработка, кросс-докинг) и услуг по доставке товаров в любые точки региона. В Ивановской области существует множество транспортных компаний, осуществляющих регулярные перевозки в основном между крупными областными городами. В случае поставок в районные города и небольшие населенные пункты области, тарифы на перевозку часто становятся неконкурентоспособными. Дистрибьютор, регулярно обслуживающий районные торговые точки по роду свой основной деятельности, способен выполнять доставки по заказам любых компаний, представляя интересы производителей и дистрибьюторов из других регионов. Объединение товарных потоков (своих и сторонних) плюс комплексное обслуживание (склад и транспортировка) позволят сформировать более выгодные условия для клиентов, нежели предлагают в отдельности транспортные компании и арендаторы складов.

Далее с точки зрения стратегического развития видится второе направление бизнеса для дистрибьютора. Это выход на сегмент рынка B2C, т.е. на конечного потребителя, и развитие каналов прямых или интернет-продаж. Идея заключается в поставке товаров потребителям, минуя торговые точки. Основным конкурентным преимуществом может служить более низкая цена для конечного потребителя по сравнению с розничными магазинами.

К отмеченным в начале статьи тенденциям рынка следует добавить, что в связи с ростом в первом квартале 2014 года курсов валют произошло подорожание ряда товаров повседневного спроса. В связи с этим на рынке стало заметно желание многих потребителей оптимизировать свои траты. В исследованиях, проведенных Ромир [1], отмечается, что экономия и рационализация потребления коснулась в первую очередь и в основном именно продуктов питания. При этом потребители предпочитают посещать большее количество магазинов в поисках выгодной цены, либо ищут более дешевую альтернативу привычным маркам, а так же делают запасы выгодных по цене товаров. Причем, последнее, в отличие от столицы, характерно именно для региональных российских городов. Причина этому кроется в различиях существующей торговой инфраструктуры Москвы и регионов.

Например, интернет-торговля продуктами питания в Ивановской области практически отсутствует, в областном центре имеется три-четыре периодически работающих интернет-магазина. Причем цены в них примерно соответствуют ценам напродукты в реальных магазинах, а условия включают в себя ряд ограничений по объему заказа, времени и стоимости доставки. В виду отсутствия на рынке конкурентоспособных предложений курьерских служб, эти магазины, как

1 Например, компания «Неопродукт», являющаяся ведущим дистрибьютором в Ивановской области. Она поставляет продукты питания в большинство магазинов города Иванова и области. Активная клиентская база – более 1500 торговых точек.[Официальный сайт компании «Неопродукт»[Электронный ресурс].URL: http://npro.ru (дата обращения: 06.05.2014)].

правило, имеет свою службу доставки (два-три автомобиля). В итоге высокие цены на продукты и сложности с доставкойне стимулируют развитие данного канала продаж в регионе. Дистрибьютор, выходя на этот сегмент рынка и предлагая товар своего ассортимента, может установить гораздо более приемлемую цену для потребителя. Кроме того,большие потенциальные возможности для развития бизнеса существуюти в процессе транспортировки товаров.

Организация интернет-продаж, как известно, включает в себя три основные составляющие. Это сайт, склад с соответствующими технологиями и доставка. Первое в настоящее время не потребует особых усилий. Сейчас на рынке имеется множество недорогих предложений по продаже готовых интернет-магазинов (сайтов) с целым набором дополнительных услуг, включая хостинг и продвижение в сети. А оптимизация складирования и транспортировки для дистрибьютора являются основными бизнес-процессами. Хотелось бы подчеркнуть, что речь идет о регионе, обслуживаемом дистрибьютором по роду своей основной деятельности, включая и малые районные населенные пункты, где сейчас вообще нет предложений о продуктах с доставкой для населения. Такой подход не только расширит рынок сбыта для дистрибьютора, но и позволит ему в будущем выступать оператором по организации так называемой «последней мили» для практически любых интернет-магазинов (как местных, так и федеральных).

Доставка продуктов может осуществляться напрямую потребителям (это более затратный вариант) или путем создания сети пунктов выдачи заказов. Последнее видится более перспективным. Например, большая часть заказов OZON.ru получается покупателями именно на пунктах выдачи заказов, сеть насчитывает их более 2000 штук (исключением является только Москва, где чаще выбирают курьерскую доставку, очевидно, ввиду сложной дорожной ситуации). По словам президента Национальной ассоциации дистанционной торговли А.Иванова, в прошлом году Европейская ассоциация дистанционной торговли провела исследование рынка, согласно которому до 80% всех посылок в ЕС доставляется почтальонами и курьерами. Остальные 20% приходятся на пункты выдачи, такие как отделения связи и постоматы. «Интересно, что, по мнению ассоциации, это соотношение уже через пять лет изменится с точностью до наоборот. Клиенту гораздо удобнее спланировать свое посещение центра выдачи или постомата, где оплата доставки и получение своей посылки занимает секунды, чем подстраивать свое расписание под курьера», — уверен А.Иванов. [2]

Для отработки предлагаемого варианта развития бизнеса целесообразно начать с двух-трех населенных пунктов, где нет федеральных сетевых магазинов и супермаркетов. Помимо вышесказанного, необходимо предусмотреть и маркетинговую поддержку данному направлению, поскольку работа с конечным потребителем потребует использование рекламы, средств стимулирования сбыта и технологий прямых продаж, чтонесомненно, несовсем привычно для дистрибьютора и потребует определенных усилий.

Таким образом, затраты на развитие данного направлениямогут оказаться достаточно существенными для компании. Однако сформированные каналы позволят доставлять в будущем не только свои, но любые товары конечным потребителям в регионе, и стать аутсорсером для любого интернет-магазина. Как известно, в настоящее время повсеместно наблюдается рост интернет-торговли, за прошлый год рынок вырос на 30%[4]. Рост рынка требует логистического обслуживания продаж. Поэтомувложения в организацию и отработку предлагаемых технологий могут рассматриваться как покупка так называемого «реального опциона»[7], использование которого при дальнейшем развитии рынка в регионах позволит компании занять лидирующее положение в сфере логистических услуг. РИСК

Библиографический список:

1. Исследования // Исследовательский холдинг Ромир[Электронный ресурс]. URL: http://romir.ru/studies (дата обращения: 06.05.2014).

2. Красников Е. «Почта России» учится работать 24 часа//RBCdaily ежедневная деловая газета.— 14.01.2014 [Электронный ресурс]. URL: http://rbcdaily.ru/media/562949990229224(дата обращения: 18.03.2014).

3.ОАО «Магнит». Пресс-релиз, Краснодар, 27 января 2014 г. [Электронный ресурс]. URL: http://magnit-info.ru/upload/iblock/698/6981920aa993ad2fb10220fef70c68e3.pdf (дата обращения: 18.02.2014).

4. Розничная торговля: драйверы роста 2013 // Национальное рейтинговое агентство [Электронныйресурс]. URL:http://www.ra-national.ru/uploads/rus/files/analytic/file_review/12.pdf (дата обращения: 10.03.2014).

5. Сухомлин О. Будущее — за логистикой? // E-xecutive.ru[Электронный ресурс]. URL:http://www.e-xecutive.ru/community/articles/1523890(дата обращения: 10.03.2014).

6. Эксперт 400 — рейтинг ведущих российских компаний//ЭкспертONLINE[Электронныйресурс]. URL:http://expert.ru/dossier/rating/expert-400 (дата обращения: 18.03.2014).

7. Шелепина, И.Г. Опционный подход как принципиальная основа стратегического управления предприятием / И.Г. Шелепина. // Проблемы экономики, финансов и управления производством / Иван. гос. хим.-тех. ун-т. — Иваново, 2004.

Рационализация управления товаропотоками в международных цепях поставок

Ю. Глушкова,
к.э.н., доцент кафедры прикладной экономики и управления инновациями, Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.,
А. Пахомова,
к.э.н., профессор кафедры менеджмента туристического бизнеса, Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.,
Е. Шеховцева,
к.э.н., доцент, зав. кафедрой математики и информатики, Международный юридический институт

Аннотация: в статье рассмотрены актуальные решения по рационализации управления товаропотоками в международных цепях поставок в условиях глобализации. Обоснованы новые подходы к управлению внешнеторговыми потоками для интенсификации сбытовой деятельности предприятий на основании интегрированного иерархического планирования и последующая разработка практических рекомендаций по интеграции сбытовой и внешнеэкономической деятельности предприятий. Проведено моделирование пофазового процесса интегрального планирования сбытовой деятельности с учетом временного аспекта.

Ключевые слова: управление, логистика, международные цепи поставок, стратегия, иерархическое планирование, сбыт, бюджетирование.

Annotation: revealed new features of the organization total sales and foreign economic activity of enterprises – integration of interaction between functional divisions realizing this activity; developed a new complex approach to integrated planning of trade flows of international supply chains, peculiarities of budgeting sales activity on organization of trade flows. Modelling is a phased process of integrated planning of marketing activities with regard to the temporal aspect. Developed and tested a hierarchical planning of foreign trade indicators obtaining more accurate data on the volume and structure of trade flows for the implementation of the international supply chain.

Keywords: management, logistics, international supply chain, strategy, hierarchical planning, sales, budgeting.

Глобализация экономики предъявляет высокие требования ко всем участникам логистических международных цепей поставок, прежде всего к результативности решений сбытовых и внешнеторговых задач предприятий. Этому способствует одновременное проведение мер по финансовой стабилизации, повышению эффективности регулирования финансового рынка, банковских, финансовых и инвестиционных институтов, стимулированию роста нового технологического уклада и прогрессивных структурных изменений, формировании соответствующих новых институтов как условие выхода из кризиса на новую волну устойчивого экономического роста [1, с. 6].

Поиск новых методов работы и стиля управления взаимодействиями участников цепочек основан на аналитически-концепционной работе в сфере сбыта и внешней торговли: от изучения рынка, разработки предложений, подготовки ярмарок, международных выставок, до подготовки и заключения контрактов. Она зависит также от быстрой и безошибочной обработки экспортной документации, контроля над всесторонним выполнением условий контракта и поступлением валюты, от единства во внесении товаров в протокол, заключения контракта, его реализации и получения валютной выручки, от обслуживания покупателя и обеспечения запчастями, работы с рекламациями, деятельности внешнесбытовых подразделений (или передачи организации внешнеторговых потоков на аутсорсинг), работы на рынках отдельных стран и от эффективности заграничных командировок. При этом важнейшее значение имеет рациональная организация выполнения указанных задач. Существенной предпосылкой этого является разработка четких регламентаций, обеспечивающих постоянную проработку предложений и обработку экспортной документации, а также предупреждение и сокращение числа экспортных рекламаций за счет рационализации работы с ними.

Так, Евразийская экономическая комиссия выступила с инициативой относительно введения с 1 сентября 2015 года обязательного предварительного информирования о товарах, перемещаемых через единую таможенную границу Таможенного союза воздушным транспортом.

Однако сначала надо определить цели и задачи предварительного информирования, выгоду этого мероприятия для авиаперевозчиков с точки зрения упрощения таможенного контроля и оформления [2, С. 10].

На основании проведенного анализа организации товарных потоков предприятий, реализующих экспортно-импортные операции, были выявлены новые особенности организации общей сбытовой и внешнеэкономической деятельности предприятий — интеграции взаимодействия функциональных подразделений, реализующих эту деятельность. Интеграция проявляется во многих аспектах и подтверждается мнением ведущих ученых в области логистики и управления цепями поставок.

Одним из важнейших аспектов является интеграция в мировое транспортное пространство, предполагающая развитие международного сотрудничества в области транспорта, участие в международных транспортных организациях, активное взаимодействие с торговыми партнерами России, расширение участия в системе международных соглашений и конвенций в области транспорта, а также в крупных международных транспортных проектах [3, с. 111].

Транспорт как важнейший фактор социально-экономического роста Российского государства в условиях перехода экономики на инновационный путь развития, вступления России в ВТО способствует обеспечению единства экономического пространства страны, совершенствования межрегиональных и международных транспортно-экономических связей, рационализации размещения производительных сил. Кроме того, современное значение транспорта состоит в повышении эффективности использования природных ресурсов и социально-экономического потенциала регионов страны, расширении международного сотрудничества, развитии экспорта транспортных услуг и реализации транзитного потенциала страны в системе международных транспортных коридоров [4, с. 19].

Необходимо также отметить, что развитие транспорта в условиях глобализации должно соответствовать развитию мега- и макрологистических систем, взаимодействие элементов которой обеспечивается на основе организации и управления потоками. Например, оправдывает себя практика, когда функциональный руководитель подразделения по сбыту координирует потоки, генерируемые деятельностью других функциональных подразделений, которые занимаются вопросами сбыта и внешней торговли (например, ответственные за работу с определенными странами (дивизионально-региональные подразделения), руководители групп по подготовке рынка). Это отражает не только глобализацию рынков сбыта продукции, производства, снабжения материальными ресурсами, рабочей силы, капитала, но и создание и развитие глобальных межгосударственных транспортно-логистических, телекоммуникационных, дистрибутивных систем.

Взаимодействующие предприятия, организации, объединения специалистов, работающие в разных отраслях, образуют сеть элементов-звеньев участников логистического процесса, благодаря чему, как утверждают Альбеков А.У., Лялюев С.Ю., обеспечивается эффективность и надежность функционирования материальных потоков в сфере товародвижения, формируется, по сути, бизнес-единство [5, с. 19].

Уваров С.А., рассматривая процесс интеграции российской экономики в мировую хозяйственную систему, вовлеченность во всемирные процессы глобализации, акцентирует внимание на востребованности создания условий для оптимального встраивания российской макрологистической инфраструктуры в мировую экономику, обеспечения наиболее выгодного позиционирования РФ в мировом рыночном пространстве [6, С.277].

Целью интеграции управления сбытом и внешнеэкономической деятельностью является своевременность выполнения заказа. Для достижения этой цели на предприятиях должна быть разработана и внедрена рациональная организация управления процессами сбыта и внешнеэкономической деятельностью как единым целым: интеграция управления экспортом, а также сбытом продукции на внутреннем рынке, выработкой долгосрочной концепции развития до выполнения плановых заданий. Именно на этой цели интеграции заостряет внимание Бутрин А.Г., отмечая, что в системе интегрированного управления и контроля необходимо управление всеми потоками как единым целым по общим для всей системы критериям, а также четкое взаимодействие и согласованность всех функциональных элементов логистической системы [7, с. 29].

В этом аспекте возрастает значение интегрированного стратегического планирования как важнейшей функции менеджмента. Так, Сергеев В.И. подчеркивает важную роль в стратегическом планировании унификации программного обеспечения и хранения данных, а также внедрения интегрированных информационных систем планирования и управления, охватывающих несколько предприятий. Более того, усилия должны быть направлены на повышение степени интеграции деятельности как между взаимодействующими предприятиями цепей поставок, так и внутри них [8, с. 519].

Основные требования к информационной системе, необходимой для адекватного выполнения функций логистики, сформулированные в [9] сводятся к следующим:

— информационные потоки должны быть совместимыми в информационном отношении;

— внутренние взаимосвязи и взаимозависимости информационных потоков должны носить причинно-следственный характер;

— иерархическая соподчиненность информационных потоков должна быть четкой;

— информационной системе должно быть присуще свойство интегративности [9, С. 317].

На основе контроля за информационными потоками, как отмечает Голубева С.С., можно осуществить горизонтальную и вертикальную интеграцию. [10, С. 114].

Согласно результатам традиционного ежегодного исследования логистики компаний, представленным заместителем председателя Координационного совета по логистике, Ы. Ташбаевым, затраты на логистику выросли у 70% компаний. У большинства из них (83%) рост затрат пропорционален росту товарооборота, «чистый» рост без изменения товарооборота отметили 17 % респондентов.

На вопрос о том, какие тенденции в отечественной логистике они могут выделить, опрошенные компании полагают, что в условиях нарастающей глобализации бизнеса усилится консолидация и специализация логистических компаний. Соответственно, будет и дальше расти уровень конкуренции на рынке логистических услуг… Будет развиваться электронная торговля, и география доставок будет постоянно расширяться с учетом развития регионов России [11, С. 32, 33].

Приведенные точки зрения ученых по поводу интеграции в цепях поставок, а также внутри них послужили основой для формулирования требований, в методологическом аспекте, к системе иерархического планирования предпринимательства. Сформулируем некоторые из требований к плановой интегративности.

1. Решение о различных фазах интегрированного иерархического планирования (стратегического, оперативного и тактического) должно строиться на единой теоретико-методологической основе, в частности, положений интегральной парадигмы логистики, стратегического планирования, предпринимательства, управления цепями поставок.

2. Решения на каждой из фаз планирования должны быть подкреплены соответствующими мероприятиями, воздействующими в долгосрочном и краткосрочном периодах на прирост прибыли.

3. Фазы интегрированного планирования должны быть не просто иерархически упорядочены, подчинены одна другой, как это следует из иерархии в оргструктуре, но не должно допускаться давление вышестоящих фаз над нижестоящими фазами. Т.е., несмотря на то, что действия по планированию распределены «сверху вниз», они интегрированы в едином процессе планирования. Речь идет о доминировании в иерархии именно информационных отношений.

4. Рационализация управления информационными потоками в процессе взаимосвязи фаз планирования состоит в том, что плановая деятельность должна быть упорядочена во времени (поквартально и помесячно, а также в течение года. В качестве примера предлагается модель пофазового процесса интегрального планирования сбытовой деятельности с учетом временного аспекта (см. таблицу). При этом исходим из того, что на стратегическом и оперативном уровне планируется, например, прибыль по предприятию в целом, в то время как на тактическом уровне планируются затраты по подразделениям.

5. Обеспечение плановой интегративности достигается посредством бюджетирования как эффективного инструмента управления процессом интегрированного иерархического планирования предпринимательства и управления нижестоящими инстанциями бюджетирования с соответствующим контролем бюджета. При этом должна соблюдаться единая линия решений, а также распределение единой информации и прогнозов о едином тренде экономического развития.

Например, оценка регулирующего воздействия на снабженческие процессы может быть основана на применении новой модели отношений с поставщиками, основанной на пресорсинге, впервые примененном в мировой компании производителей автомобилей Chrysler. Суть пресорсинга состоит в выборе поставщиков на начальной стадии разработки концепции модели (например, автомобиля) и возложении на них значительной, если не полной ответственности за проектирование тех или иных комплектующих или узлов. Значение пресорсинга состоит в том, что он позволяет работать над многими техническими задачами не последовательно, а одновременно, ускоряя тем сам процесс проектирования новых изделий и минимизируя затраты.

Другим мероприятием, направленным на снижение риска, возникающего в процессе бюджетирования, следует считать использование концепции «бережливое производство», которая, как констатируют Лукинский В.С., Зотов В. В., может быть применена во всех функциональных областях логистики, а принципы «бережливого производства» должны быть распространены на функции и операции всех видов потоков — материальных, информационных, финансовых, кадровых, правовых [12, С. 147].

На необходимости отладки логистики с одновременным использованием инструментов бережливого производства делают акцент Кизим А.А. и Березовский Э.Э., определяя их как условие успешного и эффективного производства, об этом говорит и мировой опыт. Причем для выживания и достижения лидирующих позиций России в условиях ВТО, необходимо как можно скорее перенимать и адаптировать самые эффек-

тивные инструменты и методы [14, С. 239].

Организация новых, более прогрессивных форм логистики и проектов ее стратегического развития относится к управленческим логистическим инновациям, которые, как утверждают Новиков Д.Т., Субботин А.:

— повышают роль и расширяют функции логистики в общественном производстве, в том числе и развитии промышленных корпораций;

— ставят новые задачи перед разработчиками логистического инструментария;

— определяют и создают необходимые условия для адаптации предлагаемых технико-технологических логистических инноваций к специфике российской экономики и их практической реализации в определенной среде [15, С. 116].

Таким образом, формирование иерархических планов на основе бюджетирования, информационного обеспечения позволяет рационализировать управление товаропотоками в международных цепях поставок. РИСК

Библиографический список:

1. К устойчивому росту через справедливый мировой экономический порядок / С.Ю. Глазьев, С.Б. Байзаков, М.В Ершов, Д.А. Митяев, Г.Г. Фетисов // Цивилизация и человек / № 4, 2012, С. 5-16.

2. Окулов, В. Комплексный подход к развитию: мировые практики и российский опыт // Транспортная стратегия — XXI век, № 23 (4), 2013. С.10

3. Корнилов, С.Н. Проблемы организации контейнерных перевозок по международным транспортным коридорам / С.Н. Корнилов, В.М. Самуйлов, О.В. Фридрихсон / Современные проблемы транспортного комплекса России: Вып. 2: Межвуз. сб. науч. тр. / под ред. А.Н. Рахмангулова. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И. Носова, 2012. — 304 с. С. 108-117.

4. Прокофьева, Т., Адамов, Н. А. Предпосылки формирования и развития транспортно-логистического кластера «Каспийский Хаб» / Т. Прокофьева, Н. А. Адамов // Конъюнктура Товарных Рынков № 3, 2013. С. 16-25.

5. Альбеков, А.У., Лялюев, С.Ю. Логистическая оценка форм организации материальных потоков в товародвижении / А.У. Альбеков, С.Ю. Лялюев / Новые подходы к развитию логистики в формате Россия — член ВТО: отвечая на вызовы. Расширяя возможности (VIII Южно-Российский логистический форум 12-13 октября 2012 г.) / Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов н/Д, 2012. — 628 с. С. 18-23.

6. Уваров, С.А. Инновационные аспекты развития логистики и управления цепями поставок / С.А. Уваров / Логистика — евразийский мост: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (17-18 мая 2012 г., г. Красноярск); Краснояр. гос. аграр. ун-т. — Красноярск, 2012. — 397с.

7. Бутрин, А.Г. Методические основы управления цепями издержек интегрированных предприятий: учебное пособие / А.Г. Бутрин. — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011. — 105 с.

8. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / Под общ. и науч. ред. проф. В.И. Сергеева .- 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2013. –XXX, — 634с.

9. Шеховцева, Е.Ю. Построение и функционирование логистических информационных систем / Е.Ю. Шеховцева / Логистика, инновации, менеджмент в современной бизнес-среде. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 18 апреля 2012 года. — Саратов: Издательство «КУБиК», 2012. — 334 с. С. 313-318.

10. Голубева, С.С. Особенности формирования информационных потоков предприятия / С.С. Голубева, С.П. Лалыкин / Логистика, инновации, менеджмент в современной бизнес-среде. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 18 апреля 2012 года. — Саратов: Издательство «КУБиК», 2012. — 334 с. С 114-117.

11. Ташбаев, Ы. Исследование «Развитие логистики в России: современная ситуация прогноз, ключевые задачи и приоритеты компаний», 2013 / Ы. Ташбаев // Логистика. № 2, 2013. С. 32-33.

12. Лукинский, В.С., Зотов, В.В. Повышение эффективности транспортировки на основе концепции «бережливое производство» / В.С. Лукинский, В.В. Зотов / Эффективная логистика: сборник статей участников V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / отв. ред. А.Г. Бутрин. — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011. — 260 с. С. 145-147

13. Данченков В.И. Развитие взаимодействия налоговых и таможенных органов в рамках таможенного союза и вступления России в ВТО // Российский экономический интернет-журнал. 2013. № 3. С. 12.

14. Новиков Д.Т. Новый взгляд на логистику в XXI веке // Российский экономический интернет-журнал. 2013. № 4. С. 39.

Оценка инновационных рисков: как принимать взвешенные решения

Д. Шипицына,
студент,
Институт социально-гуманитарных технологий, кафедра инженерного предпринимательства,
Национальный исследовательский Томский политехнический университет,
Т. Калашникова,
к.т.н., доцент, Институт социально-гуманитарных технологий,
кафедра инженерного предпринимательства,
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Аннотация: новые продукты и услуги создаются для того, чтобы люди могли лучше справляться с задачами или делать то, что им раньше не удавалось. Но инновации несут в себе риски. Насколько рискованным окажется внедрение инноваций, в значительной мере зависит от решений, принятых потребителями инновационной продукции. Если рискованность инноваций зависит от принимаемых нами решений, то, следовательно, обоснованное и осознанное решение значительно снижает уровень риска. В целях минимизации риска и непредвиденных обстоятельств, потребители, компании и политические деятели должны знать, как принять взвешенное решение, когда речь идет о новых продуктах или услугах.

Ключевые слова: риск, модели, оценка рисков, инновации, принятие решений.

Annotation: new products and services are created to enable people to do tasks better than they previously could, or to do things that they couldn't before. But innovations also carry risks. Just how risky an innovation proves to be depends in great measure on the choices people make in using it. If the riskiness of an innovation depends on the choices people make, it follows that the more informed and conscious their choices are, the lower the risk will be. To minimize risk and unintended consequences, users, companies, and policy makers alike need to understand how to make informed choices when it comes to new products and services.

Keywords: risk, models, risk assesment, innovations, decision making.

Новые продукты и услуги создаются для того, чтобы люди могли лучше справляться с задачами или делать то, что им раньше не удавалось. Но инновации несут в себе риски. Насколько рискованным окажется внедрение инноваций в значительной мере зависит от решений принятых потребителями инновационной продукции.

Зададим себе вопрос: Если бы вам предстояло проделать путь из одного города в другой в разгар снежной бури, то вы бы чувствовали себя в безопасности в полноприводном или переднеприводном автомобиле? Скорее всего, вы бы предпочли полноприводный автомобиль. Но ознакомившись со статистикой ДТП, можно убедиться, что внедрение полного привода не повлияло на снижение количества происшествий при снежной погоде. Из этого следует, что применение инноваций не сделало езду по снегу безопаснее.

Конечно, это произошло не потому что инновации не оправдали себя, а потому что люди изменили свои водительские привычки, чувствуя себя в безопасности. Многие люди, отправляясь в дорогу во время снегопада, управляют автомобилем менее аккуратно, по сравнению с тем, как они делали это раньше. Если бы все двигались с прежней скоростью, то полный привод действительно смог бы сделать поездку безопасной. Но если вы и все остальные увеличат скорость движения, то столкнутся с той же степенью риска, что и прежде. По сути, делается выбор (осознанный или неосознанно) между риском и производительностью.

Если рискованность инноваций зависит от принимаемых решений, то, следовательно, обоснованное и осознанное решение значительно снижает уровень риска. Компаниям и политическим деятелям необходимо предусматривать последствия нововведений — как они отразятся на поведении людей и на их способности идти на компромисс –они должны уделять должное внимание ограничению моделей, на основе которых люди принимают решения о применении инноваций. Некоторые модели являются в корне неверными, и должны быть упразднены, в то время как некоторые могут быть усовершенствованы. Часть моделей подходят только для определённого применения; некоторым требуется умудренные опытом пользователи для достижения хороших результатов. И даже если люди используют подходящую модель в принятии решений о применении инноваций, соблюдая баланс между риском и производительностью, опыт показывает, что практически невозможно предсказать как изменения в их поведении окажут влияние на рискованность принимаемых ими решений в зачастую

несвязанных друг с другом сферах деятельности. Это история о непредвиденных обстоятельствах:чем сложнее система ввода инноваций, тем тяжелее будут последствия. Ведь многие из рисков, связанных с инновациями, возникают не из самих инноваций, а из инфраструктуры, в которую они внедряются.

Все нововведения влияют на компромисс между риском и доходностью. В целях минимизации риска и непредвиденных обстоятельств, потребители, компании и политические деятели должны знать, как принять осознанное решение, когда речь идет о новых продуктах или услугах.В частности, они должны соблюдать пять практических правил.

Признание необходимости модели

Когда внедряется новый продукт или услуга, решения основываются нарисков и доходности подборочной модели. В случае управления автомобилем в снежную погоду кажется, что невозможно контролировать все риски, но при этом можно выбрать тип машины, стиль вождения и скорость. Простая подборочная модель для оценки компромисса между риском и производительностью может быть представлена в виде графика, который показывает зависимость надежности автомобиля от его типа и скорости.Конечно эта модель будет являться очень упрощенной. Отношение между безопасностью и скорость зависит от множества факторов: погодные условия и состояния дорожного покрытия, объем траффика, скорость других автомобилей, многие из которых не возможно контролировать. Чтобы принять правильное решение, необходимо понимать взаимосвязь всех факторов и выбранной скорости. Чем больше факторов включить в модель, тем сложнее оценить риски в рамках заданной скорости. Чтобы дать точную оценку, необходимо собирать данные, оценивать параметры для всех факторов, и определять, как эти факторы могут взаимодействовать.

Исторически сложилось, что большинство моделей, которые люди применяли в повседневной жизни, заложены в подсознании. Даже сегодня, управляя автомобилем, мы опираемся на неточные, но надежные ментальные модели, где отношения между факторами основываются на жизненном опыте. Но с появлением компьютерных технологий, все больше и больше видов деятельности, которые традиционно требовали человеческих знаний, оказались восприимчивы к формальному математическому моделированию.

Например, если вы решите пересечь Атлантический океан на коммерческом самолете, то он по большей части будет управляться компьютером, чьи «решения» о скорости, высоте и курсе будут основаны на математических моделях, которые непрерывно анализируют данные о расположении, давлении воздуха, весе воздушного судна, скорости ветра, и множества других факторов. Бортовые компьютеры настолько усовершенствованы, что они в состоянии посадить самолет.

С финансами дела обстоят также. Формула Блэка-Шоулзадля вычисления стоимости опционов и других производных инструментов, устанавливает в какой степени измеряемые или наблюдаемые внешние факторы –в частности, цена базового актива, волатильность этой цены, процентные ставки, срок действия — могут быть связаны с ценой опциона на покупку данного актива. Через использование формулы Блэка-Шоулза инвестор, осуществляющий операции с опционами, может оценить принимаемый на себя риск и потенциальную прибыль. Финансовые компании используют эту формулу в компьютерных программах для проведения сделок.

Представляется разумным предположить, что чем больше факторов включается в себя модель, тем точнее будет оценка рисков, понесенных в процессе принятия решения о внедрении инновации. Это во многом объясняет популярность математического моделирования, особенно в отношении технологических и финансовых инноваций. Общая методика репликации в основе формулы Блэка-Шоулза, например, была обоснована на эмпирических данных: фактические параметры и другие производные величины соответствуют тем, которые демонстрировали даже упрощенные версии модели.

Выявление ограничений моделей

При построении и использовании модели, будь то модель финансового ценообразования или модель автопилота для воздушного судна, очень важно понимать разницу между неправильной и неполной моделью.

Неправильная модель — это модель, чья внутренняя логика или связанные с ней допущения сами по себе неверны. Например, математическая модель для расчета длины окружности, которая использует значение 4,14 пи. Как только будет обнаружено, что в основе модели лежит принципиально ошибочное предположение, необходимо незамедлительно прекратить ее использование.

Неполнота является другой проблемой, свойственной всем моделям. Австрийско-американский математик Курт Гедель доказал, что ни одна модель не является «истинной», то есть не дает полного представления о реальности. В качестве модели для числа «Пи» значение 3,14 не является неправильным, но оно является неполным. Модель 3,14159, напротив, является дополненной. И тут стоит обратить внимание на то, что допол-

ненная модель улучшает базовый вариант, но не изменяет его полностью.

Различие между неправильностью и неполнотой является очень важной проблемой для ученых. В процессе формирования моделей, описывающих окружающий мир или делающих прогнозы, ученые отвергают или прекращают использовать модели, которые они считают неверными исходя из формального анализа их выработок или проверки их допущений. Модели, которые прошли проверку, считаются неполными и, следовательно, улучшаемыми. Рассмотрим снова формулу Блэка-Шоулза. В связи с увеличением количества моделей опционов, выяснилось, что расширение основной методики за пределы базовой формулы, позволяет увеличить количество переменных и сделать более точные допущения для специализированного применения.

В общем, до тех пор, пока некоторые фундаментальные нарушения математической модели будут обнаружены, логичнее всего будет улучшить модель, а не отвергать ее.

Будьте готовы к неожиданностям

Даже применив максимум усилий и изобретательности некоторые факторы, которые должны быть учтены в модели, могут быть упущены. Ни один человек не может предвидеть все последствия от внедрения инноваций, какими бы очевидными они не показались задним числом. Это особенно относится к случаям, когда инновация взаимодействует с другими изменениями в окружающей среде, хотя сами по себе они не связаны. Именно поэтому зачастую они не учитываются в качестве фактора риска.

Финансовый кризис 2007–2009 гг. Является хорошим примером непредвиденных последствий. Инновации на рынке ипотечного кредитования недвижимости значительно снизили операционные издержки, позволив людям не только приобретать невидимость, но и рефинансировать или увеличивать свои ипотечные кредиты. Люди легко могли изменить ставку дохода на собственный капитал, привлекая заемные средства. Полученные деньги они тратили на автомобили, отпуска и другие желаемые товары и услуги. В этом нет ничего плохо, это личный выбор каждого.

Предполагаемым (и хорошим) следствием инноваций на рынке ипотечного кредитования недвижимости было увеличение доступности недорогого выбора. Но было и непреднамеренное последствие: поскольку две, благоприятные по отдельности экономические тенденции — снижение процентных ставок и неуклонно растущие цены на жилье — совпали с изменениями в кредитовании, большое количество домовладельцев были мотивированы рефинансировать свои ипотечные кредиты, в то же время, извлекая капитала из их домов и заменяя его на низкие процентные ставки долгосрочных кредитов и займов. Тенденция была самоусиливающейся— растущие цены на жилье увеличили капитал домовладельцев, которые затем смогли его извлечь и использовать для потребления. Держатели ипотечных кредитов стали повторять этот процесс снова и снова. По мере продолжения тренда, домовладельцы стали рассматривать эти извлечения как обычный источник финансирования текущего потребления, а не как случайную помощь в финансировании определенной покупки или инвестиции. Результатом было то, что с течением времени кредитное плечо домовладельцев всех типов стало расти, вместо того, чтобы снижаться, когда цены на жилье находятся на подъеме.

При отсутствии любого из трех условий (эффективного рынка рефинансирования ипотеки, низких процентных ставок, и, в частности, последовательно растущих цен на жилье), вряд ли произошло бы скоординированное увеличение рычага в структуре капитала. Но при совпадении трех условий, домовладельцы в США рефинансировали в огромных масштабах в течение большей части десятилетия.Такой сбой вызвал значительные проблемы кредитования, и как следствие, нанес ущерб стабильности финансовых рынков (финансовому кризису).

Положение усугублялось асимметрией в способности домовладельцев провоцировать возникновение риска против его снижения. Когда цены на жилье растут, легко занимать деньги с прибылью и подстраховаться этой прибылью от роста стоимости жилья. Но если тенденция меняется и цены на жилье идут на спад, финансовые рычаги домовладельцев и их риски увеличиваются, а их капитал уменьшается с падением стоимости. Если домовладелец признает это и хочет сбалансировать риск до более приемлемого уровня, он обнаруживает асимметрию: нет практического способа постепенного уменьшения количества заемных средств. Домовладельцу необходимо либо продавать дом целиком, либо не предпринимать никаких действий — он не может продать лишь часть. Из-за этой фундаментальной неделимости домовладельцы предпочитали ничего не предпринимать в надежде на возобновление или остановку роста цен. Но поскольку это продолжалось, люди чувствовали себя финансово истощенными и в конечном итоге продают свои дома. Таким образом, на продажу было выставлено большое количество домов, что негативно сказалось на желаемом изменении ценового тренда. В это время ипотечный рынок особенно уязвим перед скромным падением цен на жилье и увеличением процентных ставок. Именно этот сценарий разыгрался во время финансового кризиса 2007–2009 гг.

Понимание «Использования» и «Пользователя»

Если предположить, что создана модель, которая фундаментально верна: то есть, она не бросает вызов законам природы, не содержат явно ошибочные предположения. Предположим также, что она является более полной, чем другие существующие модели. Но даже в этом случае нет гарантии, что она будет хорошо работать для вас. Полезность модели зависит не только от самой модели, но от того, кто использует ее и для какой цели.

Для начала рассмотрим вопрос о применении. Проще говоря, вы не будете использовать спортивный автомобиль для путешествия по бездорожью, а мощный джип для скоростного заезда по гоночному треку. Аналогично и с формулой Блэка-Шоулза, которая не дает достаточно точной оценки стоимости опционов при ультраскоростной торговле, которая требует данных о ценах в режиме реального времени. К тому же модели, используемые для высокоскоростной торговли бесполезны для составления корпоративной отчетности о цене опциона на акции, в соответствии с общепринятыми принципами бухгалтерского учета. В этой связи важно, чтобы результаты, полученные от применения модели,были прозрачными и могли последовательно применяться во всех фирмах, а так же могли быть проверены. Здесь классическая формула Блэка-Шоулза обеспечивает необходимую стандартизацию, потому что она требует ограниченного количества, вводимых переменных, для оценки значений используемых в общественном отчете.

Модель также ненадежна, если лицо, использующее ее, не понимает ее сути или ограничений. Для большинства школьников, разумной моделью для оценки длины окружности является та, которая принимает значение 22/7 для числа пи. Это даст правильный результат на пару знаков после запятой, которых обычно достаточно для работы в средней школы. Предлагая школьникам более сложную модель, велика вероятность, что они не справятся с поставленной задачей, либо потратят больше времени на ее решение.

Когда вы думаете о том, кто использует модели и для чего, то вам необходимо переосмыслить квалификации, которые необходимы для той или иной работы. Например, у людей в головах сложился образ летчика-истребителя. Это бесстрашный молодой человек, с хорошей физической подготовкой и молниеносной реакцией. Но современные самолеты управляются с помощью компьютеров и специальных программ, которые каждую миллисекунду реагируют на изменения окружающей среды. С такой скоростью реакции не может сравниться ни один человек. На сегодняшний день лучший летчик это IT-специалист, который хорошо знаком с программой и сможет быстро обнаружить неполадку и исправить ее.

Проверка инфраструктуры

Поскольку рассматриваются последствия от внедрения инноваций, то следует признать, что преимущества и риски во многом определяются не выбором, который делают люди, а инфраструктурой, в которую они внедряются. Инноваторы и политики должны помнить об этом риске. Предположим, вы хотите запустить высокоскоростной пассажирский поезд по железной дороге. Если железнодорожные пути текущей системы не могут справиться с высокими скоростями, но все-таки решили запустить поезд, то он рухнет в какой-то момент, и пассажирам придется заплатить страшную цену. К тому же, это повредит целую сеть путей сообщения в результате чего люди не смогут добраться до работы, больницы не получат новое оборудование, и так далее.Таким образом, основной задачей лиц, ответственных за железную дорогу является обеспечение безопасности передвижения поезда по железнодорожному полотну. Но как это сделать в ситуации со скоростным поездом? Самое простое решение заключается в установлении ограничения скорости для обеспечения безопасности. Но если это единственное решение, то не может идти речи о прогрессе в сфере железнодорожных перевозок — зачем разрабатывать скоростной поезд, если его нельзяэксплуатировать его в полной мере?

Лучшим решением будет начать модернизацию железнодорожного полотна и установить ограничения скорости до тех пор, пока не будет устранен технологический дисбаланс между инновационным продуктом и инфраструктурой. К сожалению, простых решений подобных этому в реальном мире очень мало, поскольку очень редко встречаются такие крупные инновационные прорывы как скоростной поезд. Темпы инновационного развития в некоторых отраслях очень высоки. Зачастую невозможно подвергать изменениям инфраструктуру для внедрения очередной инновации. Более того, жизненный цикл успешных инноваций может быть намного короче, чем у скоростного поезда, а это значит, что для обеспечения развития необходимо подвергать инфраструктуру постоянным изменениям.

Реальность такова, что изменения в инфраструктуре обычно отстают от развития инновационных продуктов и услуг, и этот дисбаланс может стать основным источником риска. Усложняет риски, связанные с дисбалансом тот факт, что продукты и услуги продолжают развиваться, даже после внедрения и эта эволюция не зависит от инфраструктуры.

50 лет назад паевые инвестиционные фонды стали очень популярными. До этого нововведения, единственный способ создания диверсифицированного рыночного портфеля для частных лиц была покупка выборочных акций на бирже. Это было дорого и неосуществимо для всех, кроме горстки крупных инвесторов — транзакционные издержки были очень высокими, а желаемые акции были не доступны в небольшом количестве для размещения полной диверсификации. Объединение инвесторов в паевые инвестиционные фонды позволило частным лицам расширить диверсификацию портфеля. В последствии, инновации позволили создавать фьючерсные контракты по различным фондовым индексам, как отечественным, так и зарубежным. Эти биржевые контракты позволили сократить расходы и улучшить внутреннюю диверсификацию, создавая условия для расширенной международной диверсификации. Они дали инвестору еще большую гибкость в выборе рычагов и контроля рисков. В частности, фьючерсы на индексы сделали возможным создание биржевых опционов на диверсифицированные портфели.

Таким образом, институциональные средства диверсификации запасов для домашних хозяйств изначально являются рынками для отдельных акций компании. Благодаря инновациям, посредники, такие как паевые инвестиционные фонды, заменили их. Тогда с помощью фондового индекса фьючерсов, инвесторы могут воздействовать на рынки напрямую. Теперь инновации являются посредниками с биржевых фондов (ETF), которые позволяют диверсифицированные портфели, которые будут продаваться на биржах.

Для риска таким видом динамики очень трудно определить, какие именно изменения в инфраструктуре необходимо произвести. Даже если удастся произвести изменения одновременно с внедрением инновационного продукта, можно обнаружить, что в течение очень короткого времени эти изменения перестали иметь значение, потому что продукт в настоящее время продается по разным каналам, для разных потребителей,которые нуждаются в нем для различных целей. Ситуация усложняется еще и тем, что инфраструктурные изменения могут создавать собственные непредвиденные последствия.

Для адекватной оценки рисков, связанных с инновациями требуется тщательное моделирование последствий. Но способность исследователей создавать модели, которые в большей степени учитывают все последствия риска, ограничена. Инновации всегда имеют непредвиденные последствия, и модели, по своей сути, не могу дать полного отражения реальности. Модели также ограниченны уровнем квалификации людей, которые их применяют и могут быть применены неправильно. Наконец, необходимо признать, что большинство инновационных рисков вытекают из инфраструктуры, которая его окружает. Особенно трудно предусмотреть инфраструктурные последствий инноваций в таких сложных и быстро меняющихся отраслях как финансы и IT. В конце концов, любойинновационный продукт или услуга — это скачок в непостижимое. Необходимо учиться управлять рисками для достижения стабильного прогресса. **РИСК**

Библиографический список:

1. Christensen C.M.,Raynor M.The innovator's solution: creating and sustaining successful growth, 2003 Harvard Business Press, Cambridge, MA.;

2. Kumar, A. and Singh, R. (2006), «Risk and Innovation — Case for building a Methodology tool to assist informed decision making for Managers», working paper, available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=919180;

3. Hronszky I.,Varkonyi L.: Managing Radical Innovation, Harvard Business Manager Review, 2006. — №10. p 28-41.;

4. Мосейко В.О.,Дудыкина Е.Н.Оценка и минимизация рисков инновационного процесса // Российское предпринимательство. — 2008. — № 10 Вып. 2 (121). — с. 66-70. — http://www.creativeconomy.ru/articles/12639/;

5. Марамохина Е. В. Инновационный риск: понятие, этапы // Молодой ученый. — 2013. — №5. — С. 348-351;

6. Акулина С.М. Инновационная деятельность в области менеджмента: опыт зарубежных стран // Маркетолог. — 2004. — №3.

7. Black F., Scholes M. The pricing of options and corporate liabilities. // Journal of political economy. 1973, vol. 81, № 3. pp. 637-659.

8. Казеев А.В., Неровня Ю.В. Методы управления финансовыми рисками в электроэнергетических компаниях//Российскийэкономическийинтернет-журнал. 2013. № 4. С. 16.

9. Яковлева И. Оценка рисков как необходимый этап формирования финансовой стратегии корпораций // Финансовая жизнь. 2013. № 1. С. 32-35.

Особенности бюджетирования в инновационных компаниях

В. Малашенко,
студент,
Институт социально-гуманитарных технологий, кафедра инженерного предпринимательства,
Национальный исследовательский Томский политехнический университет,
Т. Калашникова,
к.т.н., доцент,
Институт социально-гуманитарных технологий, кафедра инженерного предпринимательства,
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Аннотация: жесткие конкурентные рынки требуют полного контроля затрат, чтобы поддержать маржинальность компании, в то время как динамичная среда подчеркивает потребность в высоком показателе стратегических изменений, введении новшеств и разработки инноваций. Учитывая все очевидные различия между бюджетами и инновациями, данная задача кажется довольно проблематичной. В статье описаны несколько инструментов, которые помогают инновационным компаниям внедрять и работать с системой бюджетирования.

Ключевые слова: бюджетирование, бюджет, инновации, стратегия, показатели, план, контроль.

Annotation: hard competitive markets demand full control costs to maintain margins of the company, while the dynamic environment underlines the need for a high rate of strategic change, innovation and design innovation. Taking into account all obvious differences between budgets and innovation, this problem seems to be quite problematic. This article describes several tools that help innovative companies to implement and work with the budgeting system.

Keywords: budgeting, budget, innovation, strategy, indicators, plan, control.

На сегодняшний день большинство компаний для поддержания своей конкурентоспособности все чаще прибегают к инновациям в технологической, маркетинговой, организационной и управленческой сферах. Инновации позволяют компаниям быть более гибкими, быстрей адаптироваться к требованиям внешнего окружения, а также добиваться более высокой эффективности производственных и управленческих процессов.

Для повышения эффективности деятельности в последние годы достаточно широко стали применять бюджетирование.

Угроза глобальной экономической нестабильности, которая в последнее десятилетие является доминирующим фактором экономического развития, принуждает сберегать имеющиеся ресурсы, экономя излишки для их возможного использования в будущем в кризисных ситуациях.

У компаний появилась необходимость снижения издержек, и целями внедрения систем бюджетирования обычно становятся:

- ♦ Сокращение расходов;
- ♦ Оптимизация структуры расходов в рамках действующих бизнес-процессов для повышения их эффективности;
- ♦ Оптимизация структуры расходов в рамках трансформируемых бизнес-процессов.

Технология бюджетирования, способна усилить контроль и обеспечить рациональное управление финансовыми ресурсами, повысить финансовую дисциплину, обеспечить прозрачность и прогнозируемость финансовых потоков.

В основе бюджетирования лежит четкое сопоставление финансовых ресурсов, выделяемых отдельным подразделениям, с использованием и реализацией их проектов, то есть результатов деятельности.

Обычно бюджетирование и инновации воспринимаются, как абсолютно противоположные явления. Бюджеты стимулируют сотрудников к взвешенному и продуманному принятию решений, оптимальному и рациональному использованию ресурсов, эффективности, а также в основном к отказу от рискованных проектов и идей. Бюджетирование порождает индивидуализм и стабильность. В то время как инновационная деятельность требует экспериментирования (с возможными неудачами), инициативы и креативности, творческого подхода, возможности идти на риск, а также сотрудничества и принятия изменений.

Количество инновационных компаний в России постепенно увеличивается. Так по сравнению с 2012 годом их число увеличилось на 2,3%.

Вместе с тем все более глобализируемая экономика требует, чтобы компании занимались одновременно бюджетным контролем и развитием инноваций. Жесткие конкурентные рынки требуют полного контроля затрат, чтобы поддержать

Таблица 1.

Количество организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в 2013 году

Федеральные округа РФ	Количество компаний в РФ на 2013 г.	Удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в 2013 г.	Количество организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в 2013 г.
Центральный федеральный округ	1 581 328	10,9	172 364
Северо-Западный федеральный округ	514 475	11	56 592
Южный федеральный округ	231 402	7,4	17 123
Северо-Кавказский федеральный округ	86 719	6,4	5 550
Приволжский федеральный округ	560 792	11,9	66 734
Уральский федеральный округ	336 999	10,6	35 721
Сибирский федеральный округ	421 341	8,5	35 813
Дальневосточный федеральный округ	139 311	10,8	15 045
ИТОГО РФ	3 872 367	10,3	398 854

маржинальность компании, в то время как стремительная и динамичная среда подчеркивает потребность в высоком показателе стратегических изменений, введении новшеств и разработки инноваций.

Учитывая все очевидные различия между бюджетами и инновациями, данная задача, кажется довольно проблематичной.

Для того, чтобы совместить эти два сложных процесса в компании, необходимо проанализировать следующие тезисы:

♦ Каким образом совместить бюджетный контроль и инновации в рамках административного управления.

♦ Как в пределах бюджетных процессов расположить инновационную деятельность, подразумевающую потребность в гибкости, вместе со степенью неэффективности и возможных ошибок, и неудач.

♦ Как сделать так, чтобы бюджеты не смогли заблокировать развитие новых идей и инициатив.

В соответствии с современными требованиями компания должна ежегодно определять и устанавливать финансовые показатели, организационные цели и стратегию, основанную на полном и регулярном анализе тенденций рынка, потребительских требований. Первоначально поставленные цели не изменены во время двенадцатимесячного бюджетного периода.

Топ-менеджмент компании должен транслировать цели и стратегию на организацию, чтобы у всех сотрудников было это понимание и могло быть переведено на более определенные действия, инициативы и конечный результат, который будет являться составляющей организационной цели. В основном каждый сотрудник совместно с менеджером обязан сформировать личный план, который предназначен для того, чтобы определить его собственный вклад в корпоративные цели. Данный план гарантирует, что все организационные участники, в действительности, ответственны за результаты коммерческой деятельности. Таким образом происходит укрепление и выравнивание отдельных, личных целей с организационными.

Данные планы, где объединены личные и организационные цели, являются эффективным инструментом менеджеров для совмещения бюджетного контроля и инноваций в рамках административного управления.

Другими словами, при возникновении проблемной ситуации в сфере инновационной деятельности (например, привлечение в проект дополнительных средств, которые не были запланированы в бюджете), менеджер будет принимать решение основываясь не на узком аспекте краткосрочного и локализованного бюджетного контроля, а в соответствии со стратегическими приоритетами и организационными целями.

Бюджетирование подразумевает контроль и анализ отклонений фактически достигнутых показателей от запланированных. Если возникшие отклонения превышают допустимую норму, то менеджменту необходимо принимать оперативные решения и воздействовать на сложившуюся ситуацию. Однако, для инновационной деятельности, динамические изменения, с некоторой степенью неэффективности и возможных ошибок, и неудач, требующих дополнительных ресурсов для их устранения, считаются нормой. Поэтому, для того чтобы расположить инновационную деятельность в пределах бюджетных процессов, необходимо расширить границы допустимых отклонений.

Для определения границ допустимых отклонений используется метод экспертных оценок.

Метод предполагает использование мнений профессиональных специалистов по различным

аспектам. Это мнение может быть сформулировано одним экспертом (индивидуальная оценка), либо группой экспертов (коллективная оценка).

Метод экспертных оценок является неотъемлемой частью бюджетного планирования. Тем не менее важно понимать, что использование метода экспертных оценок характеризуется высоким уровнем субъективности и качеством окончательных выводов того или иного специалиста.

Формирование состава экспертной комиссии зависит от конкретной ситуации принятия решений. Если при принятии решения важную роль будет играть не объективное отражение ситуации, а лишь личные интересы эксперта — есть шанс, что предложенные им результаты будут являться субъективными, необоснованными. Данная ситуация не приведет к достижению более высокого уровня экономического развития компании.

В связи с этим, в качестве экспертов, зачастую выступают руководители подразделений, либо ответственные за тот или иной операционный бюджет, участники инновационной деятельности и руководство компании. В совместных переговорах вырабатывается норма допустимых отклонений, которая формируется с учетом мнений всех экспертов. Руководство компании не позволит установить слишком большую норму отклонений, а руководители подразделений и участники инновационной деятельности в свою очередь, не допустят чересчур жестких границ.

В итоге, инновации и научный потенциал имеет средства для развития и реализации, и в то же время имеет границы, которые являются максимально оптимальными и комфортными, потому что сформированы с учетом всех точек зрения.

Ключевой положительной характеристикой метода экспертных оценок является оперативность получения и обработки информации для принятия решения и относительно небольшие затраты. К отрицательным чертам следует отнести высокий уровень субъективности и, как следствие, отсутствие уверенности в достоверности полученных оценок, которое может быть преодолено работой экспертной группы.

Многие исследователи призывают компании отказаться от системы бюджетирования, так как она, по их мнению душит все инновации и исследования. Бюджеты назначаются подразделениям, которые должны стабильно выполнять их. Однако централизованный подход формирования бюджета (или «сверху-вниз»), когда он составляется исходя из целевых показателей, поставленных руководством компании, является не единственным.

Наиболее подходящим вариантом для инновационных компаний является использование подхода «снизу-вверх». Бюджет составляется исходя из планов деятельности подразделений и проектов, которые передаются наверх для определения по ним агрегированных результирующих показателей для всей компании. Сформированные таким образом бюджеты не смогут заблокировать развитие новых идей и инициатив.

Итак, многие утверждают, что бюджеты удерживают или ограничивают инновации, которые так необходимы компаниям на современном динамичном рынке, и призывают отказаться от них.

Не смотря на это, большинство компаний продолжают работать с определенной формой бюджетного контроля.

Это ожидаемо, поскольку они чувствуют необходимость контролировать финансовые потоки — основные расходы, доходы, непредвиденные траты, отчисления, инвестиции и т.д., чтобы создать четкий контроль над всей экономической деятельностью организации. Это является необходимым условием для успешной и устойчивой работы.

Многие привыкли воспринимать главным образом традиционную бюджетную модель, которая имеет жесткие рамки и статичную, не восприимчивую к изменениям структуру. Однако существуют различные методы построения бюджетной системы, которые могут адаптировать ее для разнопрофильных, проектных и инновационных организаций.

Если бюджет рассматривается как основной инструмент управления, то появляются конфликтующие роли. Традиционный бюджет (т.е. фиксированная цель) не может быть хорошим средством мотивации персонала, заставляющим повышать эффективность бизнеса. Если бюджет используется для планирования и координации ресурсов, то планы должны постоянно обновляться.

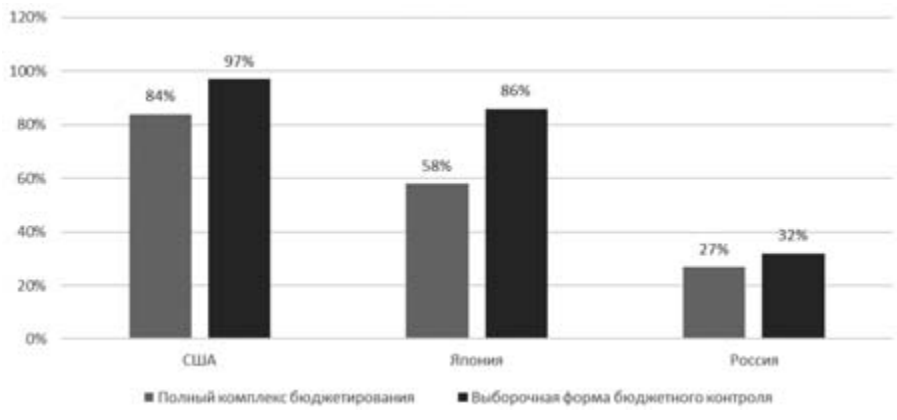

Рис. 1. Использование системы бюджетирования в США, Японии и России.

Этим условиям вполне соответствует внедрение скользящего прогноза (rolling forecast). Этот подход отличается от традиционного фиксированного бюджета и статического прогноза в том, что устраняет ограничения, присущие жестко заданному периоду прогнозирования, который задается определённой и несменяемой финальной датой. Скользящие прогнозы позволяют оставить интервал прогноза неизменным без привязки к отчетным периодам. Когда месяц или квартал завершается, он просто выпадает из прогноза, а в горизонт прогнозирования добавляется новый месяц или квартал. При таком подходе, частота скользящих прогнозов не просто зависит от природы бизнеса, а преследует следующие цели:

Рис. 2. Четыре стратегические зоны BSC.

♦ Сокращение времени подготовки бюджета, что позволяет проводить анализ чрезвычайных ситуаций и планирование ответных мер;

♦ Сведение к минимуму излишнюю детализацию;

♦ Максимизация использования ресурсов в рамках системы.

Для того чтобы достичь этих целей с помощью скользящих прогнозов необходимо использовать планирование на основе учёта внешних факторов.

Замена ежегодного бюджета скользящими прогнозами с применением средств бизнес-аналитики является усовершенствованным подходом. Его сильные стороны заключаются в трех ключевых областях:

♦ Соблюдение принципов управления на основе данных;

♦ Использование нестатических финансовых методов, которые позволяют гораздо динамичнее реагировать на изменения бизнес-среды;

♦ Использование методов бизнес-аналитики.

Подход скользящего прогноза (rolling forecast), подойдет для проектных организаций, которые имеют слабые временные границы, а момент достижения результата не имеет четкой даты (например, химическое производство).

Чтобы точно следовать выбранной стратегии, необходим инструмент управления, способный решить задачи планирования долгосрочных задач и проектов. Эту проблему успешно решает использование Balanced Scorecard.

Сбалансированная система показателей (BSC) — это система стратегического управления компанией на основе измерения и оценки ее эффективности по набору оптимально подобранных показателей, отражающих все аспекты деятельности организации, как финансовые, так и не финансовые.

Система необходима для обеспечения стратегического управления развитием предприятия на основе сбалансированных показателей.

Для разработки системы необходимо:

♦ Разработать структуру системы сбалансированных показателей;

♦ Разработать стратегические задачи и показатели, отражающие их выполнение;

♦ Выполнить организационную привязку стратегических задач и показателей;

♦ Разработать процедуры формирования, учета, контроля и анализа сбалансированных показателей деятельности.

Методический подход к разработке BSC, основывается на методологии Balanced Scorecard, впервые разработанный профессорами Гарвардского университета Робертом Капланом и Дэвидом Нортоном в 1992 г. В рамках методологии используется 4-е базовые проекции или стратегические зоны, отражающие соответствующие перспективы компании: финансы, клиенты, внутренние процессы, обучение и развитие.

Основная цель системы сбалансированных показателей заключается в обеспечении реализации стратегии предприятия посредством формирования четкой взаимосвязи между стратегическими решениями Высшего руководства предприятия и текущей деятельностью его бизнес-единиц и подразделений.

Основными предпосылками разработки и внедрения системы сбалансированных показателей в практику корпоративного управления являются следующие объективные проблемы менеджмента, характерные для функционирования бизнеса в информационной экономике:

♦ Проблема оценки эффективности деятельности подразделений и бизнеса в целом;

♦ Проблема контроля реализации стратегических решений.

Система сбалансированных показателей используется в управлении предприятием для того, чтобы:

♦ Четко сформулировать стратегию и оценить реалистичность ее выполнения;

♦ Довести стратегию до сведения всех сотрудников;

♦ Согласовать цели и задачи деятельности подразделений и всех сотрудников со стратегией;

♦ Согласовать тактические планы и бюджеты со стратегическими задачами;

♦ Согласовать целевые программы (инвестиционные проекты, программы обучения, исследовательские программы и т.п.) со стратегическими задачами;

♦ Получать «обратную связь» о достигнутых результатах в реализации стратегии холдинга и предпринимать корректирующие управленческие воздействия.

Сбалансированная система показателей (BSC) адаптивна для разнопрофильных организаций или холдинговых структур, где вся деятельность подразделений, либо дочерних предприятий должна стремится к достижению стратегических задач и показателей компании.

Еще одна обсуждаемая модель управления — Beyond Budgeting Round Table (Управление исполнением без бюджетов и фиксированных требований).

Разработчики модели Хоуп Д. и Фрейзер Р. представляют ее как особую модель финансового менеджмента, основанную на двух совокупностях принципов: принципах управления с помощью адаптивного процесса и принципах, основанных на передаче полномочий.

Модель Beyond Budgeting дает значительно больше, чем чисто контрольные функции, это более глобальная управленческая концепция. Скользящие прогнозы, гибкие операционные планы, непрерывный мониторинг выполнения — это инструменты контроля, поддерживающие ее. Поэтому Beyond Budgeting представляет радикальный подход, внедрение которого, требует участия и поддержки всей команды управленцев.

Вся модель основывается на двенадцати принципах. Первые шесть принципов Beyond Budgeting служат основой для делегирования ответственности в части оперативного управления, что позволяет быстро учитывать и реагировать на изменяющиеся условия внешней среды и мотивировать лиц, принимающих решения, на лучший результат. Следующие шесть принципов Beyond Budgeting поддерживают более адаптивный набор инструментов управления, которые позволяют быть более отзывчивыми к конкурентной среде и к среде потребителей. Эти принципы представляют целостную модель.

Достоинства BBRT:

♦ Ясные принципы и четкие стратегические границы создают атмосферу доверия среди сотрудников. Самоуправление сотрудников непременно приводит к повышению культуры личной ответственности, росту эффективности работы и уровня обслуживания клиентов. Порядок вознаграждений при BBRT основан на результатах деятельности всей группы, ответственной за определенный участок работы. Как правило, совместное творчество сотрудников достаточно эффективно, так как используется различный опыт и знания. К тому же такая форма работы позволяет проводить обуче-

Таблица 2.

Двенадцать принципов Beyond Budgeting Round Table

Управление и прозрачность	
1. Ценности	Связывание людей с конкретной проблемой, требующей решения, а не генеральным планом.
2. Управление	Управление через общие ценности и здравое суждение; не детализированные правила и нормы.
3. Прозрачность	Открытая и прозрачная информация.
Ответственные команды (лица)	
4. Команды	Организация вокруг себя определённых доверенных команд, обладающих определённой свободой в принятии решений.
5. Доверие	Создание доверенных команд для повышения общей их эффективности и производительности; не контролируете их «по мелочам».
6. Ответственность	Концентрация ответственности за исполнение на целостных критериях и экспертных оценках, а не на иерархических отношениях.
Цели и мотивация	
7. Цели	Поощрение команд устанавливать амбициозные цели, не превращать цели в неподвижные проекты.
8. Мотивация	Основу мотивации должны составлять относительные и качественные характеристики результатов.
Планирование и средства управления.	
9. Планирование	Планирование непрерывного и содержательного процесса; а не сверху спускаемого плана на равные периоды (месяц, квартал, год).
10. Координация	Непрерывное динамическое взаимодействие без привязки к бюджетным периодам.
11. Ресурсы	Сделайте ресурсы доступными и актуальными.
12. Средства управления	Основной контроль посредством быстрой и частой обратной связи.

ние менее опытных и получать свежие идеи сотрудникам с большим стажем.

♦ Большинство компаний, использующих BBRT, имеют более низкие затраты. Взаимодействие на уровне «поставщик-клиент» стимулируют менеджеров для снижения издержек и поиска возможностей для неизменного уменьшения себестоимости. Все конечные результаты при такой модели отношений приходят в точное соответствие с целями работы компании. Принцип «Что добавит ценности клиенту?», позволяет избежать лишних затрат и действий.

♦ Главная установка BBRT — «Хороший клиент — прибыльный клиент» — играет главную роль. Доход, который принесет компании клиент, должен быть гораздо выше вложений в его обслуживание. С другой стороны, под нужды клиента выстраивается особый подход, так как гибкое и быстрое реагирование на его запросы — гарантия эффективного взаимодействия, и, в конечном итоге, прибыли.

Следующие меры будут способствовать внедрению подхода Beyond Budgeting:

♦ Сокращение уровня детализации планирования. Уровень детализации должен зависеть от сферы планирования и ситуации;

♦ Замена годового планирования на скользящее. Стратегическое планирование так же может предусматривать пересмотр планов в течение года, если это требуется;

♦ Включение в операционные планы нефинансовые показатели. Изменения в операционном бизнесе или стратегических целях ведет к корректировкам бюджета в течение года;

♦ Все операционные области принимаются во внимание, как результат альтернативный подход внутри бизнес системы компании при решении таких вопросов как: выбор между краткосрочными целями по прибыли и долгосрочными инновационными целями;

♦ Замена спускания целей сверху вниз на децентрализованное, операционное планирование;

♦ Использование автоматизированной системы управления и планирования.

Модель финансового управления Beyond Budgeting Round Table будет уместна для инновационных компаний, поскольку имеет скользящие прогнозы, гибкие операционные планы и непрерывный мониторинг выполнения. Данные условия дают возможности экспериментирования, инициативы и творческого подхода. **РИСК**

Библиографический список:

1. David Austin, Molly Macauley A Quality-Adjusted Cost Index for Estimating Future Consumer Surplus from Innovation: Resources for the Future, 1998.

2. Jackson C., Starovic D. Better Budgeting: CIMA/ICAEW, 2004.

3. Hope J. and Fraser R. Beyond Budgeting: How Managers Can Break Free from the Annual Performance Trap: Harvard Business School Press, 2003.

4. Ремизова Н.А. Бюджетирование как метод управления инновационной деятельностью проектных организаций. — Международная конференция «Управление экономикой: методы, модели, технологии» — Уфа: УГАТУ, 2011.

5. Alan J. Auerbach Public Finance in Practice and Theory: University of California Berkeley, 2009.

6. Chavan M.: The Balanced Scorecard — a new challenge: Journal of management development, 2009, vol. 28, pp. 393-406.

7. Holley H. Ulbrich. Public Finance in Theory and Practice, 2nd Edition: Routledge Taylor&Francis Group, 2011.

8. Hyman D. N. Public Finance: a Contemporary Application of Theory to Policy, 3rd Edition: The Dryden Press, 1990.

9. Robert Simons Levers of Control How Managers Use Innovative Control Systems to Drive Strategic Renewal: Harvard Business School Press, 1995.

10. Wallin J.: Is the annual budget really dead? The European Accounting Review. 2000, vol. 9, pp. 519-539.

маркетинг и логистика

- новости
- аналитические материалы, статьи
- законодательство, нормативные акты, комментарии
- маркетинговые исследования

www.itkor.ru

Л. Подоплелова,
аспирант кафедры общего менеджмента и управления проектами,
Финансовый университет при Правительстве РФ

Методические аспекты исследования инновационных технологий в сфере банковских услуг

Аннотация: статья посвящена актуальной проблеме – совершенствованию методического аппарата при исследовании и применении инновационных технологий в банковской сфере. В работе раскрыта сущность термина «инновационная технология», рассмотрена классификация данного понятия. Анализируются особенности взглядов исследователей на предмет «инновационных технологий». Представлена классификация инноваций применительно к сфере банковских услуг и предложен авторский подход к пониманию инновационных технологий в банковской сфере.
Ключевые слова: инновация, технология, классификация банковских инноваций, эффективность внедрения банковских инноваций, банковский товар, банковская услуга, технологическая инновация.
Annotation: the article is devoted to the actual problem – improving the methodological apparatus in the study and application of innovative technologies in the banking sector. The article reveals the essence of the term «innovative technology», considered the classification of the concept. The features views of scientists on the subjects of «innovative technologies.» Submitted the classification of innovation in relation to banking services and the author's approach to understanding innovation in the banking sector.
Keywords: innovation, technology, classification of banking innovation, the effectiveness of the implementation of banking innovation, bank product, bank service, technological innovation.

Текущая ситуация в банковской сфере характеризуется внедрением инновационных подходов. Существуют различные направления по изучению инноваций применительно к банковской сфере. В их числе: разработка стратегий банковского менеджмента, разработка новых продуктов и услуг, исследование тенденций в развитии автоматизации банковской деятельности, проблемы внедрения инновации, технологические процессы использования инноваций.

Однако понятие инновационных технологий, которое можно было бы рекомендовать для отражения в нормативных документах, еще не нашло своего полного отражения в научной литературе. В целях придания этому понятию нормативной определенности применительно к сфере банковских услуг необходимо разобраться в содержании терминов «инновации» и «технологии».

Инновация (нововведение) – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности. Инновационная деятельность – процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки.[1]

Вместе с тем взгляды ученых на предмет «инноваций» имеют отличительные особенности, как в смысловой, так и в предметной трактовке.

По мнению Й. Шумпетера инновации – изменения (нововведения) в целях внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности. Такое определение не учитывает целевого характера таких изменений, направленных на достижение максимальной эффективности процесса внедрения инновации, включая сферу предоставления банковской услуги.

Следует согласиться с менее основательными, но более современными суждениями, в том числе с мнением Д.В. Соколова [8] и других авторов монографии «Предпосылки анализа и формирования инновационной политики», которые под инновацией (нововведением) понимают итоговый результат создания и освоения (внедрения) принципиально нового или модифицированного средства (новшества). Бесспорно, что инновации должны удовлетворять конкретным общественным потребностям и давать те или иные положительные эффекты: экономические, научно-технические, социальные, экологические и др. По мнению автора это суждение необходимо дополнить и подчеркнуть, что положительные эффекты должны происходить именно от реализации инноваций на конкурентном рынке.

Другие авторы, в их числе П.Н. Завалин [4], считают, что инновация – это использование в любой сфере общества результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности, направленной на совершенствование процесса деятельности или его результатов. В.Г. Медынский [5] путем практического использования нововведений под инновациями понимает общественный, технический, экономический процесс, приводящий к созданию лучших по свойствам товаров, услуг и технологий.

Такие определения носят общий характер и требуют уточнения в части требования по получению экономической выгоды от реализации инновации на рынке.

По мнению Б. Санто [7] инновация – общественный, технический, экономический процесс, практическое использование идей, изобретений, которые приводят к созданию лучших по свойствам изделий, технологий, ориентировано на экономическую выгоду, прибыль, добавочный доход. Такой подход, очевидно, охватывает весь спектр видов деятельности – от исследований до маркетинга.

Классификация инновационных технологий в сфере банковских услуг и наделение инновации точным классификационным признаком позволяет задействовать соответствующие управленческие и экономические механизмы, соответствующие выбранной стратегии банка. Благодаря заданному классификацией направлению формируется инновационная стратегия банка. Поэтому необходимо уделить особое внимание конкретности и точности базовой классификации.

Довольно полная классификация видов инноваций представлена в книге «Managing innovation» [2], изучение которой позволяет выделить три наиболее распространенных принципа классификаций инноваций:

1. По объекту инновации:

♦ Инновации продукта – изменения в продукте или услуге, которую предоставляет кредитная организация, разработка принципиально новых банковских товаров и услуг;

♦ Инновация процесса – изменения в процессе производства продукта или предоставления услуги. Эта группа носит технологический характер и включает в себя инновационные преобразования управленческой структуры, методов организации производственного процесса, совершенствования банковских технологий.

Такая классификация не учитывает специфики банковского продукта и банковской услуги и не выходит за рамки классификации Й. Шумпетера, который впервые разделил инновации на продуктовые и технологические. По мнению автора, банковская услуга является самостоятельным объектом инновационной деятельности.

2. По степени новшества:

♦ Постепенные инновации – инновации, которые подразумевают незначительное изменение в продукте или процессе, которые при этом создают ценность для потребителя или банка;

♦ Радикальные инновации – инновации, которые предполагают кардинальное изменения процесса или продукта.

3. По причине зарождения:

♦ Стратегические инновации – инновации, направленные на создание конкурентного преимущества в перспективе;

♦ Реактивные инновации – результат оборонительной стратегии банка, реакция на внедрение инновации конкурирующей компанией или на другие неблагоприятные факторы внешней среды банка.

Представленные выше критерии используются многими авторами, но они варьируются. Так, свою классификацию инноваций дают П.Н. Завалин и А.В. Васильев по следующим признакам:

Таблица 1

Классификация инноваций по П.Н. Завалину и А.В. Васильеву [3]

Классификационный признак	Классификационные группировки инноваций
Область применения	Управленческие Организационные Социальные Промышленные и др.
Этапы НТП, результатом которых стала инновация	Научные Технические Технологические Конструкторские Производственные Информационные
Степень интенсивности	«Бум» Равномерная Слабая Массовая
Темпы осуществления инноваций	Быстрые Замедленные Затухающие Нарастающие Равномерные Скачкообразные
Масштабы инноваций	Трансконтинентальные Транснациональные Региональные Крупные Средние Мелкие
Результативность	Высокая Средняя Низкая
Эффективность инноваций	Экономическая Социальная Экологическая Интегралъ ная

Данная классификация довольно обобщенная, она не дает возможности конкретизации и практической реализации произведенной характеристики применительно к банковской инновации.

Классификация А.И. Пригожина и И.П. Хоминича является наиболее конкретной и точной, по мнению автора.

Критический подход к рассмотренным выше классификациям инноваций позволил предложить комплексную систематизированную классификацию инновационных технологий в коммерческом банке, разработанную автором:

Таблица 2

Классификация инновационных технологий по А.И. Пригожину и И.П. Хоминичу [6]

Критерии	А.И. Пригожин	И.П. Хоминич
Причина появления и распространенность	Единичные Диффузные	Реактивные Стратегические
По преемственности и цели	Заменяющие Отменяющие Возвратные Открывающие Ретровведения	Оперативные (текущие, краткосрочные) Перспективные (долгосрочные)
По месту в производственном цикле	Сырьевые Обеспечивающие Продуктовые	Продуктовые (новый продукт, услуга) Процессы (технологии, схемы управления и обслуживания клиентов, модели поведения)
По инновационному потенциалу и степени новизны	Радикальные Комбинаторные Совершенствующие	-
По охвату ожидаемой доли рынка	Локальные Системные	-
Функциональное содержание	Сырьевые Обеспечивающие Продуктовые	Производственные Интеллектуальные Управленческие Финансовые

Источник: составлено автором на основе анализа классификаций А.И. Пригожина и И.П. Хоминича

Таблица 3

Классификация инноваций, применительно к сфере банковских услуг

Классификационный признак	Вид инноваций
Сущность	Продуктовые Технологические
Причины зарождения	Реактивные Стратегические
Степень новизны	Уникальные Совершенствованные
Масштаб воздействия	Точечные Системные
Функциональное содержание	Производственные Интеллектуальные Управленческие Финансовые
Характер новизны	Радикальные Комбинаторные Модифицирующие

Источник: составлено автором

При группировании банковских инновационных технологий по причинам их появления можно выделить реактивные и стратегические. К первой группе относится, например, быстрое внедрение новых технологий, сопровождающееся небольшими затратами и способное существенно повысить привлекательность банковского продукта, стимулировав его покупку. Обычно появление таких инновационных технологий является ответом на действия конкурентов. Во второй группе стратегических технологий относят долгосрочные инновационные разработки банков, рассчитанные на будущий спрос потребителей.

Уникальные инновации обладают абсолютной новизной для области внедрения. Например, применение технологии private banking осуществляется за рубежом давно, а для России такой опят является уникальным. Совершенствованные инновации – инновации, в структуру которых добавлена новая опция, повышающая ее ценность для банка и клиента, например, возможность оплаты пластиковой картой мобильных платежей из личного кабинета через Интернет.

С точки зрения коммерческого банка к точечным технологиям следует отнести, например, изменение в рамках одной услуги, а к системным – изменение деятельности банка в целом. С точки зрения клиента, такие услуги можно классифицировать как массовые и индивидуальные.

Производственные инновации возникают в процессе изменения внедрения производственных инициатив, связанных, например, с разработкой новых продуктов, услуг, внутренних методологических материалов и т.д. Интеллектуальные инновации возникают при приобретении определенного знания, умения, которые еще не стали широко известны и могут быть предметом купли-продажи или использоваться для достижения конкурентного преимущества, к примеру, такие, как ноу-хау. Управленческие инновации выражаются, например, при использовании lean-подхода в инновационном процессе, затрагивающим психологию, профессиональный уровень, мотивацию, кадровую политику, менеджмент банка, отражающимся на конечном результате труда в сторону повышения его эффективности и т.д. Финансовые инновации возникают в результате использования новых финансовых схем.

Радикальные инновации состоят в том, что банком вводится услуга, ранее не присутствующая на рынке. В то же время комбинаторные технологии состоят в том, что банк может комбинировать новые технологии с уже существующими банковскими услугами и продуктами. Примером модифицирующей банковской технологии является, например, добавление возможности овердрафта к платежной пластиковой карте.

Новизна предложенной автором классификации заключается в том, что дана конкретная классификация инноваций применительно к сфере банковских услуг. Коммерческий банк, используя принципы вышеизложенной классификации при разработке инновационной стратегии, получает возможность точнее позиционироваться на рынке, определять формы продвижения и реализации своих инновационных услуг на рынок. Также важно определить сущность классифицируемых инноваций: технологические или продуктовые.

В настоящее время мы сталкиваемся больше с технологическими инновациями, так как продуктовый пакет представлен постоянными продуктами: пластиковыми картами, депозитами, кредитами, переводами и т.д. «Новые продукты», которые предлагают банки, по сути не принципиально новые, а лишь являются модификацией старых продуктов посредством появляющихся инновационных технологий.

Термин «технология» первым ввел в научный оборот немецкий ученый И.Бекман для того, чтобы разложить на составляющие элементы процесс изготовления какой-либо детали в ремесле, обозначить достижение какого-либо результата в домашнем хозяйстве. Иначе говоря, технология понималась как последовательное описание действий, которые необходимо произвести для получения определенного результата. Данного определения придерживались такие ученые, как С.А. Хейнман и Ю.В. Яковец. Однако такое определение не учитывает направленность последовательных действий, предпосылки формирования знания о желаемом результате и эффективности произведенных действий. Перевод «исходного сырья» в «законченный продукт» – определение технологии, которое отражает научно-технический прогресс, эффективность производства и цель. Данное определение не обладает комплексностью, так как учитывает только материальную составляющую, не принимая во внимание идейную. Сторонниками такого определения технологии являются Е.Х. Калугина, А.И. Анчишкин, Б.Райзенберг и др.

Некоторые зарубежные ученые, например, Дж. Гелбрейт, Дж. Хейг давали определение технологии как создание и практическое применение систематизированных знания для решения возникающих задач, подчеркивая тем самым взаимосвязь между знаниями и их практическим применением, направленным на достижение максимальной эффективности.

В ходе глобализации процессы автоматизации и телекоммуникативного ноу-хау были запущены во все сферы жизни общества и стали его составляющей. Таким образом, в большинстве случаев любая технология сопровождается внедрением в стандартный технологический процесс информационно-интеллектуального обеспечения, базирующегося на достижениях научно-технического прогресса. Поэтому технологию, по мнению автора, необходимо рассматривать не в качестве отдельного процесса достижения определенного результата, а комплексно. Технология – это базирующиеся на достижениях научно-технического прогресса способы, приемы и методы, полученные опытным или интеллектуальным путем, направленные на повышение эффективности при удовлетворении потребностей в решении определенных задач.

Автор предлагает комплексный подход к пониманию инновационных технологий в сфере банковских услуг и предлагает разделять инновационные технологии применительно к банковской сфере услуг на телекоммуникативные, программные компьютерные, управленческие, маркетинговые и операционно-бухгалтерские технологии.

Следовательно, объединяя термины «инновации», «технологии» и определив сферу приложения этих понятий, автор рассматривает инновационные технологии в сфере банковских услуг как базирующиеся на достижениях научно-технологического прогресса поэтапные информационные, технические, операционные, маркетинговые и управленческие способы, приемы и методы, полученные опытным или интеллектуальным путем, используемые при удовлетворении потребностей клиента в финансовых продуктах в форме пакета банковских услуг с достижением максимальной эффективности в конкурентной среде.

Комплексное банковское обслуживание связано с проблемой эффективности внедрения банковских технологий. Внедрение инновационных технологий сегодня обуславливает развитие кредитной организации и среднесрочной и долгосрочной перспективах на базе создания услуг, обеспечения конкурентных преимуществ, доходности и экономической безопасности нововведений.

Таким образом, наличие обширной базы теории инноваций связано с различными видами исследований, позволяющих рассматривать инновацию как процесс, как способ, как систему, как изменение либо как результат. Проведенным выше анализом автор постарался доказать необходимость рассмотрения банковских инноваций как результата эффективной интеллектуальной и

творческой деятельности банковского сообщества при создании новых или усовершенствованных существующих услуг, материализующихся в форме пакета основных и дополнительных услуг и обозначаемых на практике банковскими продуктами. Понятие «инновации» применимо ко всем нововведением во всех сферах функционирования банка, обладающих определенным положительным экономическим или стратегическим эффектом. РИСК

Библиографический список:

1. Постановление Правительства РФ от 24.07.1998 № 832 «О концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998-2000 годы»;

2. Tibb J., Managing innovation: integrating technological, market and organizational change // 3rd edition;

3. Завалин П.Н., Васильев А.В. Оценка эффективности инновации, – Спб.: «Бзнес-пресса», 1998 г.;

4. Под ред. Завалина П.Н. и др. Основы инновационного менеджмента: теория и практика. Учебное пособие// М.: издательство «Экономика», 2000г.;

5. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент. М.:Инфра-М, 2008г. ;

6. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики) – М. Полиздат, 1989;

7. Санто Б. Инновация как средство экономического развития Пер. с венгр. – М.: Прогресс. 1990;

8. Соколов Д. В., Титов А. Б., Шабанова М. М. Предпосылки анализа и формирование инновационной политики. – СПб.: ГУЭФ, 1997.

АКАДЕМИЯ МБА
www.a-mba.ru

АНО «Академия менеджмента и бизнес-администрирования»

РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

www.re-j.ru

Всестороннее освещение хода реформы в России, пропаганда современных экономических знаний, содействие подготовке экономистов нового поколения — теоретиков и практиков.

Журнал включен в перечень ВАК.

Подписка

► В редакции: (499) 152-0490; dirpp_m3@ideg.ru

► Через интернет-каталог «Российская периодика»: www.arpk.org

► В любом отделении почтовой связи по Объединенному каталогу «Пресса России»; по каталогу Агентства «Роспечать» — «Газеты. Журналы»

реклама

Е. Дабагян,
аспирантка кафедры гостиничного и туристического бизнеса, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Интеллектуальная собственность в сфере образования

Аннотация: в статье рассматриваются состояние и основные проблемы, связанные с явлением интеллектуальной собственности в образовательной сфере, ее исследованием, содержанием, определением направлений дальнейшего развития.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, образование, инновационная экономика, результаты интеллектуальной деятельности, управление интеллектуальной собственностью.

Annotation: in the article the author considers the condition and the main problems connected with the phenomenon of intellectual property in the educational sphere, its research, content, determination of the directions of further development.

Keywords: intellectual property, education, innovative economy, results of intellectual activities, management of intellectual property.

Для обеспечения прогрессивного развития Российской Федерации в современных условиях необходима реализация высокоэффективных проектов, основанных на творчески-уникальной неповторимости интеллектуальной собственности. В целях обеспечения экономики страны высококвалифицированными кадрами, способными к творчески-уникальной интеллектуальной деятельности важно обеспечить создание надлежащих условий для функционирования современной системы качественного непрерывного образования, подготовки и переподготовки профессиональных кадров, направленной на обеспечение гражданам возможности учиться и повышать свою квалификацию в течение всей жизни [1]. По мнению специалистов, для развития инновационной экономики определяющим условием является общество, в котором не менее 60% граждан имеют высшее образование, носящее продуктивный характер, становятся по завершении вуза творческими специалистами, способными генерировать новое знание. Между тем, в России сегодня эта цифра соответствует лишь 21% населения. При этом к высоко одаренным работникам в различных сферах деятельности, способным создавать и управлять продуктами интеллектуальной собственности, можно отнести только 5,2% населения страны, получивших высшее образование. Сегодня численность обучаемых в российских вузах, даже в таких крупнейших, как МГУ, ВШЭ, СПБГУ, более чем в 2-3 раза уступает вузам среднего уровня в зарубежных странах [2, с.33]. Очевидно, что говорить об эффективном накоплении инновационного потенциала страны, управлении интеллектуальной собственностью в подобных условиях достаточно затруднительно. Обратимся к содержанию самого понятия интеллектуальной собственности.

В отечественной науке термин «интеллектуальная собственность», несмотря на существующие правовые основы (ГК РФ), все еще характеризуется значительной неоднозначностью. В целом он обозначает авторские права на объекты интеллектуальной деятельности – научные открытия и изобретения, которые представляют собой результаты умственной деятельности, в связи с чем подобного рода собственность определяется как интеллектуальная [3]. Интеллектуальная собственность распространяется на все сферы человеческой деятельности, в том числе и на образование. [4, с. 83].

Следует подчеркнуть тот факт, что, к сожалению, в современной науке до сих пор не было проведено комплексного исследования по вопросу конкретизации различных явлений и результатов деятельности как объектов интеллектуальной собственности в сфере образования, хотя отдельные научные исследования по сферам деятельности (интеллектуальная собственность в сфере педагогики – С.В.Матюшенко, интеллектуальная собственность в области научной деятельности в образовательной сфере Н.Ю.Синягина, общие вопросы регулирования интеллектуальной собственности в образовании, подготовка специалистов в области защиты интеллектуальности собственности в системе высшего образования – Е.В.Баяхчян, О.Н.Быкова, А.Ю.Гончарук и др.) в настоящее время ведутся. Тем не менее, необходимо отметить, что проблема интеллектуальной собственности в российском образовании не является новой. Попытки квалифицировать и определить это явление в отечественной науке применительно к образовательной сфере предпринимаются еще с 90-х гг. XX в. Е.В.Беличем в его «Положении об открытиях, изобретениях и рационализаторских предложениях» [5], в котором автор обосновывает идею о возможности наличия авторских прав педагогов и других работников сферы образования на свои достижения. В 1997 г. на международной конференции «Интеллектуальная собственность и формы ее реализации» (г.Нижний Новгород) по проблеме «Интеллектуальная собственность в образовании» были представлены несколько докладов российских исследователей, раскрывающих этот вопрос применительно к сфере образования. В их числе – выступления Д.А.Дороничева, Н.Н.Калинкиной,

Р.С.Лукьяновой, О.И.Фокиной [4, 6, 7, 8], в рамках которых были предприняты попытки уточнения терминологии по исследуемому вопросу и выявления основных проблем в этой области. В конце XX в. разработка проблемы интеллектуальной собственности нашла отражение в работах Е.Г.Воробьева, рассматривающего эту проблему применительно к сфере высшего образования и обосновавшего тот факт, что «творческая деятельность гуманитарных вузов приводит к производству интеллектуальной собственности [9, с.90]. Интеллектуальная собственность, по мнению исследователя, при этом представляет собой учебные и научные произведения. Первые практические разработки в области исследования проблемы интеллектуальной собственности представлены в научной работе З.Ф.Мазур [10], в которой проведен анализ средств обучения как интеллектуальной собственности на основе практического опыта получения патента на полезные модели, используемые в процессе обучения.

Интерес научного сообщества к вопросам интеллектуальной собственности в образовании в последние годы становится все более явным, о чем свидетельствуют работы исследователей М.В.Воронова, П.В.Герасименко, В.Г.Дегтярева, Т.А.Макаровой, С.В. Матюшенко и др. авторов [11], в которых высказывается твердое убеждение о существовании интеллектуальной собственности как явления в отечественном образовании. В публикациях исследователей РАО в 2003 г. отмечается факт аккумуляции отечественной наукой значительных ресурсов в интеллектуальной сфере и подчеркивается важность планомерного внедрения и охраны полученных интеллектуальных результатов [12]. С 2005 г. в изучение данной проблемы включаются и представители правовых наук. Так, А.Бердашкевич отмечает, что «результаты, продукты и средства творческой деятельности в области образования представляют собой объекты интеллектуальной собственности, которые могут быть предметом авторских, смежных или патентных прав» [13, с.11].

Таким образом, можно констатировать, что проблема интеллектуальной собственности в образовании признана отечественным научным сообществом и требует своего осмысления, которое, прежде всего, должно начаться с единого мнения в определении этого явления. Анализ теоретических источников позволяет сделать содержательный вывод о том, что исследовательская интеллектуальная деятельность в области образования направлена на получение нового знания, которое расширило бы представления о развивающейся личности, механизмах этого развития и сопутствующих ему условиях. В этом заключается ее основное предназначение и в этом же состоит и общественный запрос: обучить и воспитать интеллектуально грамотных и полезных членов общества. В широком понимании, все результаты исследовательской научной деятельности, полученные одним или группой исследователей в сфере образования, на наш взгляд, могут быть определены как интеллектуальная собственность в образовании и могут быть закреплены законом исключительного права.

Результаты интеллектуальной деятельности в образовании имеют стоимостные оценки, как и прочие продукты человеческого труда. Они могут быть предметом трудовых контрактов, договоров купли-продажи, передачи прав для использования другими субъектами. Сегодняшнее законодательство определяет права на интеллектуальную собственность, устанавливает монополию авторов на определенные формы использования результатов своей интеллектуальной, творческой деятельности, которые, таким образом, могут использоваться другими лицами лишь с разрешения первых. В одном ряду с авторскими находятся и смежные права, возникающие когда, например, в случае создания коллективного интеллектуального продукта. Однако на практике решение этих вопросов и получение экономической выгоды от созданной интеллектуальной собственности достаточно проблематично для всех объектов и субъектов системы образования, независимо от их вида. Особые трудности для участников интеллектуальной деятельности при этом вызывают вышеотмеченные вопросы соавторства – как для групп исследователей, так и целых образовательных заведений [3]. К сожалению, в области образования, где у результата интеллектуальной деятельности сложно выявить точные параметры и определить его границы, этот вопрос на правовом, экономическом и практическом уровне до конца не решен и представляет достаточно сложную этическую проблему, вызывая сегодня многочисленные нарушения прав интеллектуальной собственности как отдельными образовательными учреждениями, так и лицами, осуществляющими научную, преподавательскую, методическую, управленческую, экономическую деятельность в системе отечественного образования.

Любые инновационные научно-исследовательские достижения, независимо от того, являются ли они фундаментальными разработками, научными концепциями, образовательными моделями, технологиями или конкретными методами, средствами только тогда получают общественное признание, когда их принимают к распространению на практике. При этом существует довольно большая группа объектов интеллектуальной собственности в образовании, которым во всем мире не предоставляется правовая охрана: эти результаты интеллектуальной деятельности не являются чем-то самостоятельным, они отражают процесс развития науки и образования или научного

направления, направления системы образования или научный потенциал в области национальной системы образования в целом. Оценить такие результаты возможно лишь с позиций времени и масштабности.

Судьба объектов интеллектуальной собственности – научных результатов, изложенных в прошедшем защиту или опубликованном научном труде, запатентованных соответствующим органом, за порогом исследовательской лаборатории, методического центра, научно-исследовательского института, деятельности педагогического коллектива отдельного учебного учреждения складывается по-разному. Одни попадают в общий перечень научных знаний в образовательной сфере и используются преимущественно для получения нового знания в теоретической и методической области. Другие – немедленно апробируются различными образовательными учреждениями и педагогами-новаторами, научными организациями и участниками экономических отношений и реализуются в их деятельности. Третьи – не вызывают внимания научного сообщества и специалистов-практиков долгие годы, до определенного момента, когда в связи с теми или иными факторами они открываются заново и дают толчок бурному развитию новых направлений науки или новых видов знания в сфере образования и других отраслях.

Российская система образования за все время своего существования заняла достойное место среди национальных образовательных систем, располагая большим количеством накопленных в течение нескольких веков эффективных организационных и методических разработок, в особенности в сфере школьного и высшего образования, которые можно отнести к объектам интеллектуальной собственности: это, например, концепция элитного высшего образования, развитая в практике деятельности российских учебных учреждений начала XVIII в. – начала XX в. (со времен Славяно-греко-латинской академии и Московского университета М.В.Ломоносова), концепция свободного воспитания Л.Н.Толстого, педагогика работы с «трудными» подростками А.С.Макаренко, методика коллективных творческих дел И.П.Иванова, педагогика сотрудничества К.Д.Ушинского, теория ускоренного интеллектуального развития В.А.Сухомлинского, многоуровневая система эффективного обучения В.Ф.Шаталова, концепция развивающего обучения Д.Б.Эльконина и В.В.Давыдова, гуманно-личностная технология Ш.А.Амонашвили, обогащающая модель обучения Э.Г.Гельфмана и М.А.Холодной, технология укрупнения дидактических единиц П.М.Эрдниева, Б.П.Эрдниева и т.д. В число данных конкретных достижений можно добавить инновационный опыт педагогической деятельности отечественной системы высшего образования, которая сегодня выполняет особую роль в контексте поставленной в настоящей статье проблемы. Являясь аккумулятором научно-методических идей и разработок, высшие учебные заведения России, общее число которых превышает сегодня 3 тысячи организаций во всех регионах страны, в то же время несут нагрузку саморазвития научного потенциала собственных сотрудников, осуществляющих инновационную деятельность, а также подготовки квалифицированных специалистов, обладающих потенциалом создания новых знаний и достижений, профессионалов в области управления, охраны и защиты интеллектуальной собственности как в образовании, так и других отраслях и сферах человеческой жизнедеятельности.

В Основах политики Российской Федерации в области развития науки и технологий на период до 2010 года и дальнейшую перспективу [14] при переходе к инновационному развитию страны в числе ключевых задач подчеркнута важность совершенствования механизмов взаимодействия государственных высших учебных заведений с промышленными предприятиями в целях продвижения новых технологий в производство и повышения квалификации персонала; повышение эффективности использования результатов научной и научно-технической деятельности; сохранение и развитие кадрового потенциала страны; интеграция науки и образования, использования научно-экспериментальной базы в образовательном процессе, в проведении научных исследований в высшей школе как важнейших факторов сохранения и подготовки научных кадров и отраслевых специалистов, обладающих научным потенциалом. Данное обстоятельство предъявляет новые требования к высшим учебным заведениям. Как показывает практика, в своем большинстве в общественном сознании по-прежнему доминирует представление о вузе как учреждении, традиционная роль которого состоит в реализации образовательной деятельности и научных исследований. В то же время в развитых зарубежных странах высшие учебные заведения, наряду со свойственными для них образовательной и научно-исследовательской миссиями, все чаще и активнее выступают в числе полноправных субъектов рыночных отношений и вовлекаются в инновационные экономические процессы. При этом основное содержание таких процессов состоит в генерации новых знаний и введении в обращение путем целенаправленных юридических и фактических действий результатов интеллектуальной деятельности в виде товара (в экономическом значении этой категории) – наукоемкой продукции, технологий, интеллектуальных услуг [15]. В российских вузах даже при наличии многочисленных патентов доход от них, как правило, незначителен или полностью отсут-

ствует. С учетом этого в настоящее время необходимо предпринимать активные меры по определению места и роли высшей школы в формирующейся национальной инновационной экономической системе.

Прежде всего, одним из условий успешного включения отечественной высшей школы и российского образования в начавшийся общественно-государственный процесс отнесения результатов интеллектуальной деятельности к интеллектуальной собственности выступает констатация результатов и достижений исследовательской научной и методической деятельности [16, с. 143]. В силу чрезвычайно высокой значимости интеллектуальной собственности в обеспечении конкурентоспособности граждан, организаций и нашей страны в целом, кроме принятия адекватных мер государственной поддержки деятельности, связанной с созданием, вовлечением в практический оборот и защитой результатов интеллектуальной деятельности и объектов интеллектуальной собственности в образовании, возникает необходимость решения вопросов охраны и коммерциализации интеллектуальной собственности, поддержки процессов подготовки высококвалифицированных специалистов в данной области.

В настоящее время на становление и развитие рынка интеллектуальной собственности в образовании большое влияние оказывает отсутствие разработанных правовых основ, квалифицированных системных специалистов в области защиты, охраны и коммерциализации интеллектуальной собственности, владеющих современными технологиями управления исключительными правами на результаты интеллектуальной деятельности, специалистов нового типа, способных как активно участвовать в научных исследованиях в сфере интеллектуальной собственности, в процессах создания объектов интеллектуальной собственности, так и выявлять, продвигать на мировой рынок (включение в хозяйственный оборот, коммерциализация) новые высоко конкурентные разработки и достижения отечественных ученых и специалистов, работающих в сфере образования, квалифицированно регулировать вопросы правовой охраны и защиты, преподавания в высшей школе проблем интеллектуальной собственности. Таким образом, перед отечественной образовательной системой становится проблема квалифицированной подготовки бакалавров и магистров в области интеллектуальной собственности, способных управлять процессом создания, защиты и вовлечения в хозяйственный оборот объектов интеллектуальной собственности. Однако ее решение существенно затрудняет отсутствие четко разработанных государственных образовательных стандартов в этой сфере.

Очевидно, чтобы выдержать международную конкуренцию, сегодня отечественным вузам необходима кооперация усилий в разработке и управлении интеллектуальной собственностью и подготовки специалистов в данном направлении, что пока не предусмотрено законодательными основами. Важно обратить внимание научного сообщества и государства на разработку и реализацию законодательных актов, научных и методических документов (например, регламентов) в образовательной сфере с целью сохранения и преумножения отечественной научной школы и профильных кадров, создания условий практического регулирования в соответствии с положениями законодательства отношений в сфере интеллектуальной собственности в образовании. Подобные документы по своему содержанию должны поощрять творческую и управленческую деятельность авторов и специалистов по созданию оригинального научного и учебно-методического контента и эффективному управлению им, а также пресекать несанкционированное (контрафактное) использование этих материалов.

Ключевым вопросом также является наличие экономической заинтересованности специалистов и образовательных учреждений в практическом применении своих научных разработок и достижений в реальном секторе экономики. Чтобы сохранился экономический стимул для учреждений науки и образования, крайне важно, какую выгоду они получат от реализации результатов своей интеллектуальной собственности и научно-исследовательской, технической деятельности. Если все заработанные средства будут уходить в бюджет, то невозможно вести речь о заинтересованности научного специалиста, образовательного заведения в подготовке профессионалов в данном направлении, в осуществлении продуктивной интеллектуальной деятельности, способствующей инновационному экономическому развитию страны. Поэтому важно, чтобы полученные в результате своей интеллектуальной деятельности средства использовались научными специалистами и образовательными учреждениями на саморазвитие и сохранение своего интеллектуального потенциала, в частности, на правовую охрану интеллектуальной собственности, на выплату авторских вознаграждений для творчески, инновационно работающих, одаренных специалистов сферы образования и студентов, на финансирование инициативных НИОКР. Подобные шаги станут реальным экономическим стимулом развития эффективно работающих профессионалов, образовательных учреждений и обеспечат вовлечение в хозяйственный оборот, эффективную коммерциализацию и активное использование на практике создаваемых объектов интеллектуальной собственности для целей развития инновационной экономики страны. РИСК

Библиографический список:

1. Предложения в проект резолюции Международного Форума «Интеллектуальная собственность – XXI век» (19 апреля 2011 г., г.Москва, ТПП РФ) от участников секции «Интеллектуальная собственность в сфере образования и творчества» [Электронный ресурс]// Международный Форума «Интеллектуальная собственность – XX1 век». URL: http://www.forum-ip.ru/it1.aspx?s=859&p=36137 (дата обращения: 17.05.2014)

2. Карпенко М.П. Новая роль высшего образования в эпоху развития инновационной экономики, глобализации и депопуляции// Высшее образование для XXI века. 2007. № 4. С.31-39

3. Синягина Н.Ю. Научная деятельность и вопросы интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]// Международный Форум «Интеллектуальная собственность – XXI век». URL: http://www.forum-ip.ru/LoadFile.aspx?file_id=622 (дата обращения: 16.05.2014)

4. Дороничев Д.А. Оценка интеллектуальной собственности преподавателей государственного вуза // Интеллектуальная собственность и формы ее реализации: материалы Международ. науч. конф. / Под общ. ред. И.И. Столярова, Ю.В. Трифонова, Л.В. Новокшоновой (Нижний Новгород, 25-27 декабря 1997 г.). Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 1998. С.82-84

5. Белич В.В. Авторское право педагога-исследователя // Педагогика. 1991. № 1. С. 40-45.

6. Калинкина Н.Н., Калинкина, Е.Г. Механизм реализации интеллектуальной собственности в образовательном процессе: новые педагогические технологии // Интеллектуальная собственность и формы ее реализации: материалы Международ. науч. конф. / Под общ. ред. И.И. Столярова, Ю.В. Трифонова, Л.В. Новокшоновой. Нижний Новгород, 25-27 декабря 1997 г. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 1998. С. 91-96

7. Лукьянова Р.С. Интеллектуальная собственность и ее особенности в образовательной сфере // Интеллектуальная собственность и формы ее реализации: материалы Международ. науч. конф. / Под общ. ред. И.И. Столярова, Ю.В. Трифонова, Л.В. Новокшоновой. Нижний Новгород, 25-27 декабря 1997 г. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 1998. С. 123-126.

8. Фокина О.И. Образовательная услуга как одна из форм интеллектуальной собственности // Интеллектуальная собственность и формы ее реализации: материалы Международ. науч. конф. / Под общ. ред. И.И. Столярова, Ю.В. Трифонова, Л.В. Новокшоновой. Нижний Новгород, 25-27 декабря 1997 г. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 1998. С. 124-128.

9. Воробьев Е.Г. Право интеллектуальной собственности в гуманитарных вузах // Интеллектуальная собственность: современные правовые проблемы. М.: Право, 1998. С. 89-98.

10. Мазур З.Ф. Научно-педагогические основы проектирования средств и технологий интеллектуальной собственности в сфере образования: Автореф.дис. д-ра пед. наук. М., 1998. 54 с.

11. Международное сотрудничество в образовании: материалы III Международ. научно-практ. конф.: Ч.1. СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2002. 124 с.

12. Российской академии образования – 60 лет // Педагогика. 2003. № 7. С. 3-13.

13. Бердашкевич А. Правовой статус объектов интеллектуальной собственности в образовательном процессе // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. 2005. № 9. С. 10-14.

14. Письмо Президента РФ от 30.03.2002 N Пр-576 «Основы политики Российской Федерации в области развития науки и технологий на период до 2010 года и дальнейшую перспективу» [Электронный ресурс]// Информационно-правовая система «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_91403/ (дата обращения: 15.04.2014)

15. Интеллектуальная собственность в сфере образования: Информация Минобрнауки РФ по состоянию на июль 2011 года [Электронный ресурс]// Правовой портал Bestpravo.Ru. URL: http://www.bestpravo.ru/rossijskoje/qk-zakony/c2r.htm (дата обращения: 14.05.2014)

16. Матюшенко С.В. Интеллектуальная собственность как явление: Монография. Омск: Омская академия МВД России, 2009. 182 с.

Ю. Тюрина,
к.э.н., доцент кафедры финансов,
Оренбургский государственный
университет

Роль человеческого потенциала в системе финансовых отношений и современные методы его оценки

Аннотация: в статье рассматриваются подходы к определению человеческого потенциала в ракурсе исторического развития представлений о человеческом потенциале с позиции финансовых отношений; представлены методы оценки человеческого потенциала; особое внимание уделено раскрытию сущности затратного и доходного подходов к измерению человеческого потенциала; предложено использование нового интегрального показателя конкурентоспособности человеческого потенциала.

Ключевые слова: человеческий потенциал, методы оценки человеческого потенциала, индекс человеческого развития, человеческий капитал.

Abstract: the article discusses approaches to the definition of human development from the perspective of the historical development of ideas about human potential from the perspective of financial relations; presented methods for assessing human development; special attention paid to disclosure, cost and income approaches to measuring human development; proposed the use of a new integral index of competitiveness of human potential.

Keywords: human potential, methods for assessing the human – chemical potential, human development index, human capital.

В условиях перехода России к инновационному развитию особую роль играет воспроизводство и продвижение человеческого потенциала. Способности человека, его профессионализм, интеллект, знания, умения создают ценный производственный ресурс, определяющий конкурентные преимущества экономики. Однако осознание данного факта не является достаточным для качественного скачка в развитии человека. Необходимы глубокие преобразования в области здравоохранения, образования, социального обеспечения, которые способствовали бы росту человеческого потенциала в стране.

Важнейшее место в обеспечении социально-экономического прогресса занимает государство. В его руках сосредотачиваются денежные ресурсы населения и хозяйствующих субъектов, которые в последующем в результате распределения и перераспределения прямо или косвенно участвуют в воспроизводстве человеческого капитала. Такое участие проявляется через направление расходов на социальные цели и использование инструментов налоговой политики. Государство, осуществляя социальные расходы, стимулирует развитие семьи, определяет степень доступности получения образования, медицинских услуг, создает мотивацию к трудовой деятельности среди граждан, к наращиванию предпринимательской активности, к развитию инновационного сектора экономики и, в конечном счете, способствует формированию предпосылок для роста налоговых поступлений в будущем. Описанная система организации финансовых отношений позволяет государству использовать возможности экономического роста сейчас, а также определять его темпы в будущем.

В научной сфере не сложилось единого мнения по поводу определения понятия «человеческий потенциал». В общем смысле человеческий потенциал можно рассматривать как совокупность человеческих качеств и свойств, определяющих его предельную продуктивность и развитие общества в целом. Качество человеческого потенциала измеряется в возможности самореализации личности в общественно-значимой деятельности — такой позиции придерживается Т.И. Заславская. Она представляет человеческий потенциал как интегральный показатель жизнеспособности общества, характеризующий его с точки зрения социально-демографического, социально-экономического, социокультурного, деятельностного развития [1].

Не менее интересен подход И.В. Соболевой, которая под человеческим потенциалом понимает накопленный населением запас физического и нравственного здоровья, общекультурной и профессиональной компетентности, творческой, предпринимательской и гражданской активности, реализуемый в различных областях деятельности [2].

Е.В. Еремина придерживается двоякой позиции, рассматривая человеческий потенциал, с одной стороны как совокупность потребностей и способностей населения той или иной территории, с другой — как готовность к их реализации посредством выполнения значимых для общества функций и ролей [3]. В ее работах отчетливо прослеживается мысль о том, что человеческий потенциал, имея разветвленную внутреннюю структуру, и сам выступает частью сложных иерархических систем. К примеру, человеческий потенциал наряду с природным выступает ядром всего мирового потенциала.

В структуре понятия человеческий потенциал можно выделить два уровня: базовый (включающий в себя здоровье населения в полном смысле этого слова) и производный (образовавшийся в ходе человеческой деятельности). Каждый уровень представлен теми или иными компонентами, которые составляют основу человеческого потенциала и неразрывно связаны между собой.

Базовый уровень составляет демографический потенциал, который характеризуется уровнем здоровья и долголетием граждан, а также их готовностью к воспроизводству своего рода, т.е.

степень развития данного потенциала характеризует население с количественной стороны. Качественное состояние человеческого капитала определяется, прежде всего, степенью развития его экономической, научно-технической, трудовой, социальной компонент производного уровня, степенью согласованности и теснотой взаимосвязи между ними. Трудовой потенциал подразумевает способность и готовность трудоспособного населения выполнять на общественно необходимом уровне профессиональные роли. Эффективное выполнение профессиональной роли возможно через систему координации трудовой деятельности в единый целеустремленный и созидательный процесс, в этом заключается роль управленческой деятельности. Значение экономического потенциала кроется в использовании имеющихся в стране природных, финансовых, технических и иных ресурсов в производственно-экономической деятельности в целях получения максимального валового национального продукта, размер которого в конечном счете предопределяет уровень жизни населения в целом. От состояния научно-технического потенциала зависит степень интеллектуализации труда, развитие инноваций, техники и технологий.

Неотъемлемой частью производного уровня является социальный потенциал, который состоит из общественных, политических, религиозных и иных институтов, которые аккумулируют творческую энергию коллективов и реализуют общественную функцию населения и государства. Кроме того, социальный потенциал включает в себя такой регулятор общественного поведения граждан как культурно-нравственный институт. Предполагается, что ценности, культура, мораль, правовое сознание, образ жизни, национальный характер показывают, насколько осознанным и направленным является стремление граждан к саморазвитию, либо такое стремление вовсе отсутствует.

Итак, человеческий потенциал отражает способность и готовность общества к саморазвитию путем адекватного, своевременного реагирования вызовам внешней среды. Его основу составляют образованность, здоровье, культура, нравственность, система ценностей населения, которые в будущем смогут определить степень развития науки, техники, качество, образ жизни граждан и положение страны в мировом сообществе — в целом.

По мере развития представлений о человеческом потенциале в научном обороте появлялись смежные понятия, к числу которых относятся:

— «трудовой потенциал» — совокупность образовательных, профессиональных, квалификационных и других способностей трудоспособного населения, которые возможно применить в общественно полезной деятельности;

— «человеческие ресурсы» — совокупность различных качеств людей, определяющих их способность к производству материальных и духовных благ;

— «социальный потенциал» — совокупность общественных, политических, религиозных и иных связей между людьми, составляющих основу коллективных отношений, от состояния которых зависит социальная и политическая стабильность в стране, что и определяет эффективность экономического развития;

— «качество населения» — свойства множества людей, определяющих уровень социального, экономического и иного развития жизнедеятельности;

— «человеческий капитал» — знания, навыки, умения и способности, воплощенные в людях, которые позволяют им создавать личное, социальное и экономическое благосостояние.

Следует отметить, несмотря на то, что понятие «качество населения» появилось в научном обороте достаточно давно, в настоящее время до сих пор не существует обоснованного подхода к его рассмотрению с социально-экономической точки зрения. В числе взвешенных и объективных подходов к анализируемому понятию можно выделить позицию Я.И. Рубина, который отмечает, что сущность понятия «качество населения» состоит из таких компонент как: здоровье, уровень образовательной, профессиональной подготовки, общей культуры, национальный характер, режим воспроизводства населения, условия жизни и т.д. [4]. Исходя из такой позиции, согласимся, что «человеческий потенциал» и «качество населения» — равнозначные понятия.

Кроме всего перечисленного наряду с понятием человеческого потенциала часто используется понятие человеческого капитала. В научном мире бытуют большие разногласия по поводу соотношения данных терминов. Одни авторы отождествляют данные понятия, другие, напротив, категорически отказываются ставить знак равенства между ними.

Группа ученых, к числу которых относятся Н.Н. Каданкова и И.А. Крутий, Е.Е. Румянцева, А.Б. Борисов, В.Н. Костюк и др., в своих работах не разграничивают понятия человеческий потенциал и человеческий капитал, описывая их как запас производственных сил человека. Однако следует признать, что такой подход не раскрывает специфику рассматриваемых понятий и характеризует их лишь в узком смысле.

Ученые С.Д. Бешелев, Ф.Г. Гурвич, Г.М. Добров, напротив, говорят о человеческом потенциале, как об интегральном понятии, объединяющем концепции, характеризующие его с одной стороны, как потребляемого (концепция человеческого ресурса, концепция человеческого капитала), с другой — как потребителя (концепция уровня

жизни, концепция качества жизни). С точки зрения данной группы ученых, человеческий капитал является важным, но не единственным проявлением человеческого потенциала. Для того, чтобы человеческий потенциал превратился в человеческий капитал важно иметь не только достаточный объем знаний и способностей, но и умения ими пользоваться. Как следствие, промежуточным звеном между рассматриваемыми понятиями является стремление граждан к наилучшему использованию своего потенциала.

Таким образом, несмотря на определенные сходства, человеческий капитал и человеческий потенциал не тождественны друг другу. Понятие человеческого капитала можно представить как инвестиции в развитие важнейших качеств индивида, а человеческий потенциал — как возможности человека в его самореализации и максимальной продуктивности. Иными словами понятие человеческого потенциала шире и более многогранно [5].

За время развития теории человеческого капитала возникли различные подходы к его измерению, которые можно укрупнено классифицировать следующим образом:

- подходы, ориентированные на создание либо использование человеческого капитала — доходный и затратный подходы;
- подходы, ориентированные на единицы измерения результатов оценки — стоимостные, натуральные или индексные.

Применение затратного подхода основано на денежной оценке вложений в процесс формирования человеческого капитала. При этом затратами могут признаваться как совокупность основных инвестиций, осуществляемых в процессе жизнедеятельности человека, так и затраты только на получение образования и производственных компетенций.

В целом затратный подход так же имеет существенные недостатки, ограничивающие его применение. Во-первых, инвестиции, произведенные в процессе жизнедеятельности человека, не в полном объеме трансформируются непосредственно в человеческий капитал, ведь часть из них могут составлять потребительские расходы. Во-вторых, один и тот же объём вложений могут дать различный уровень накопленного человеческого капитала у различных людей, в силу их физических, умственных и иных особенностей. В-третьих, при затратном подходе учесть собственный труд человека по формированию человеческого капитала удается только через подсчет потерянных во время обучения возможных заработков, что само по себе неточно. Таким образом, можно сделать вывод, что затратный подход не оценивает эффективность человеческого капитала, а дает информацию об объеме вложений на развитие различных качеств индивидов [6].

Абсолютно противоположным ранее рассмотренному подходу является доходный подход. Как следует из названия, он ориентирован на оценку отдачи от вложенных инвестиций в развитие человеческого капитала. Речь идет о денежных выгодах от реализации человеческого капитала, под которыми подразумеваются доходы занятого населения, как выражение отдачи от средств, вложенных в его профессиональную подготовку. В рамках данного подхода доходы капитализируются, отражая накопление человеческого капитала. Измерение по доходам нацелено на определение накопленного человеческого капитала, через уже полученные и будущие выгоды от его использования. Оно содержит ряд трудностей, приводящих к существенным искажениям результатов оценки. К числу таких трудностей относятся:

— отдача от реализации равноценного человеческого капитала, может различаться в зависимости от ситуации на рынке труда, дифференциации доходов по отраслям и регионам, уровня безработицы;

— вероятность достоверного прогноза конъюнктуры рынка труда и риска безработицы крайне низка;

— не существует механизма разграничения доходов на человеческий капитал и другие факторы производства;

— не учитываются неденежные выгоды от использования человеческого капитала, которые тем значимее, чем выше его накопленный уровень.

Сравнительно новым является подход Всемирного банка к измерению человеческого капитала. Эксперты Всемирного банка попытались решить задачу оценки масштабов и доли общественного богатства, непосредственно воплощенного в населении государств. Произведенный капитал оценивается по величине инвестиций, природный — по запасам полезных ископаемых и их будущей ренте. Нематериальное богатство (человеческий и социальный капиталы) непосредственно не рассчитывается, а рассматривается как разность между величиной национального богатства и суммой произведенного и природного капитала. Применение данного подхода также столкнулось с трудностями соизмерения разноразмерных величин.

В настоящее время эксперты ООН при оценке уровня человеческого капитала используют индекс человеческого развития (ИЧР). ИЧР измеряет достижения страны с точки зрения состояния здоровья, получения образования и фактического дохода ее граждан по трем основным направлениям, для которых оцениваются свои индексы:

— индекс ожидаемой продолжительности жизни;

— индекс уровня образования;

— индекс реального среднедушевого дохода ВВП.

Итоговый ИЧР рассчитывается как среднеарифметическая сумма значений трех компонентов.

У рассматриваемого показателя существуют определенные недостатки, например, при его расчете не делается дифференциация по гендерному признаку, а также не учитывается неравенство территорий. Для корректировки существующих недостатков с 2010 г. индекс человеческого развития стали дополнять тремя новыми индексами:

— индекс человеческого развития, скорректированный с учетом социально-экономического неравенства, учитывающий различия в распределении социальных и экономических благ в обществе;

— индекс гендерного неравенства;

— индекс многомерной бедности.

Проанализировав существующие подходы к измерению человеческого капитала, их возможности и ограничения, в рамках исследования предпочтение для измерения человеческого капитала регионов России было отдано индексу человеческого развития, поскольку он позволяет получить наиболее объективную оценку человеческого капитала, свободную от большого количества условий и трудно принимаемых на практике предпосылок.

Для оценки человеческого потенциала в системе финансовых отношений нами предлагается использовать новый интегральный показатель конкурентоспособности человеческого потенциала, в основе расчета которого лежит балльная оценка каждого показателя, характеризующего то или иное направление развития человеческого потенциала. В общей сложности таких показателей насчитывается более десяти, они дают оценку шести составляющим человеческого потенциала. Предложенная методика позволит более полно и качественно оценить степень развития человеческого потенциала, проанализировать региональные особенности человеческого развития и выявить основные проблемы в этой сфере.

Таким образом, создание оптимальной модели человеческого развития, отвечающей вызовам современности, даст огромное преимущество стране ее создавшей. В тоже время следует отметить, что одну и ту же модель нельзя считать эффективной для всех стран, она может применяться только с учетом особенностей развития той или иной территории в условиях сложившихся экономических, в т.ч. финансовых отношений. РИСК

Библиографический список:

1. Заславская, Т.И. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе // Общественные науки и современность. 2005. № 3. С. 5-16

2. Соболева, И.В. Человеческий потенциал российской экономики: проблемы сохранения и развития. Москва, 2007. 202 с.

3. Еремина, Е.В. Значение человеческого потенциала в развитии региона // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. № 5 (13).

4. Рубин, Я.И. Качество населения. О сущности и структуре понятия // Режим доступа http://ecsocman.hse.ru/data/442/691/1217/017.RUBIN.pdf, 1998

5. Василенко, Т.А. Современные проблемы развития человеческого потенциала в России // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. История и политология. 2011. № 3. С. 81-87.

6. Соболева, И.В. Парадоксы измерения человеческого капитала. Научный доклад. — М.: Институт экономики РАН, 2009. — 50 с.

маркетинг и логистика

- новости
- аналитические материалы, статьи
- законодательство, нормативные акты, комментарии
- маркетинговые исследования

www.itkor.ru

Н. Сухов,
аспирант кафедры моделирования экономических и информационных систем, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Моделирование стратегии организационного развития инновационного предприятия

Аннотация: уровень конкуренции на глобальных рынках вынуждает все отечественные и зарубежные компании вырабатывать собственную стратегию организационного развития, которая позволит нарастить конкурентное преимущество не только с целью выхода на траекторию устойчивого роста, но и с целью дифференцироваться от конкурентов.

Накопленные фундаментальные и прикладные подходы в менеджменте предоставляют широкий выбор инструментов, которые при правильном внедрении способны повысить эффективность деятельности компании. Однако на выбор и приоритезацию по времени внедрения указанных мероприятий влияют ресурсы, которыми располагает организация в каждый момент времени. Модели, разработанные в данной статье, предоставляют практический инструмент для формирования стратегии организационного развития инновационной организации.

Ключевые слова: организационное развитие, стратегия инновационного предприятия, моделирование стратегии развития, инновационное предприятия, сегментация рынка, стимулирование спроса, задачи линейного программирования.

Annotation: the importance of an innovative development leads all the economic agents to implement innovation in the value added chain. To diverse from competitors company should develop and implement organizational development strategy. The article describes the author's approach for organizational strategy development based on a normative investing matrix and mathematical tools for choosing right approaches for organizational development for maximizing its performance and achieves sustainable development.

Keywords: innovation; innovative company; strategy; organizational development; segmentation; innovation management; adaptive strategy; sustainable development, strategy modeling.

Стратегия организационного развития предполагает формирование концептуального формализованного подхода к оценке текущего положения компании, сегментации ее продуктов, выделение областей для распределения инвестиций, а также выявление характеристик, на основе которых строится прогноз развития компании.

Организационное развитие — понятие многогранное, т.к. затрагивает не только стратегию компании, но и структуру управления, бизнес-процессы не только отдельных подразделений, но и компании в целом. Стратегия организационного развития базируется на перечне выявленных мероприятий, которые повлияют на способы взаимодействия с внешней средой, а также затронут способы организации бизнес-процессов внутри и между всех элементов организации. Дополнительной сложностью при формулировке подхода к разработке стратегии организационного развития является ее связь с теорией поведения личности, включая концепции лидерства, групповой динамики и дизайна рабочих позиций. Человеческий фактор привносит дополнительную неопределенность в результаты реализации выбранной стратегии. Еще одним важным фактором, который необходимо учитывать при выработке стратегии организационного развития — ее связь сосновной стратегией развития компании, которая задает приоритеты в развитии компании как организации, а также ее продуктов. Таким образом, стратегия организационного развития представляет собой комплексный инструмент, на который накладывается множество выявленных ограничений. Являясь одновременно качественной и количественной оценкой желаемого устойчивого состояния организации в будущих периодах, стратегия организационного развития должна учитывать весь комплекс элементов внешней и внутренней среды и всю многогранность их взаимосвязей.

Для формирования стратегии организационного развития компания должна сегментировать все свои продукты, выбрав ключевые характеристики ($Ф_1, Ф_2, \ldots, Ф_n$), которые являются важными для потребителя на целевом рынке. Следующим шагом является выбор потенциально интересных мероприятий организационного развития, которые по мнению менеджмента инновационного предприятия способны повысить как эффективность деятельности компании, так и сформировать сбалансированный продуктовый портфель с четко обозначенной стратегией развития каждого сегмента. Важно отметить, что стратегия развития каждого сегмента должна быть четко увязана с покупательскими характеристиками в данном сегменте, среди которых можно выделить основные: цена, качество и комбинация выявленных технологических факторов ($Ф_1, Ф_2, \ldots, Ф_n$).

Выбрав продуктовую стратегию, компания должна определить приоритеты в распределении инвестиций для приведения в соответствие внутренних бизнес процессов, как-то: производственные мощности, издержки, внутренние факторы стимулирующие спрос и другие.

Создание матрицы нормативных инвестиций на основе выявленных мероприятий, внутренних и внешних ключевых характеристик является

сложным и трудоемким процессом. Основным источником данных должны стать бизнес-процессы, анализируя которые снизу вверх можно получить расчетный эффект от инвестирования в конкретное мероприятие на выявленные внешние и внутренние характеристики. Важно отметить, что матрицы нормативных инвестиций должны создаваться на срок стратегии организационного развития и отражать эффект убывающей предельной полезности от вложений.

Рис. 1.1. Модель планирования продаж и оптимизации внутренней структуры.

Полученная модель прогнозирования продаж и развития внутренних факторов проиллюстрирована на рисунке 1.1., где факторами являются — мощность, надежность, издержки и комбинация технологических факторов Ф1 и Ф2, а рыночными характеристиками являются такие факторы как цена, надежность и комбинация тех же технологических факторов. Также на рисунке выделены следующие сегменты рынка: сегмент с приоритетом фактора 1, сегмент с приоритетом фактора 2, сегмент традиционных технологий, сегмент высоких технологий и сегмент «отстающих технологий».

Подготовленные на прошлых шагах к моделированию данные используем для построения стратегии инвестирования в организационное развитие инновационного предприятия. Задача формирования стратегии организационного развития разбивается на несколько последовательных задач, которые решаются с использованием различных математических методов:

1) Моделирование распределения инвестиций между мероприятиями путем решения многокритериальной оптимизационной задачи при заданных нормативных инвестициях и расчётных эффектов от них, полученных на основе данных, приведенных ранее.

2) Моделирование распределения вектора накопленных инвестиций между всеми продуктовыми группами, исходя из таких факторов, как прирост выручки, валовая маржинальность и прогноз изменения спроса на продукты от внешних (рыночных) факторов.

Введем переменные, которые будут участвовать в формировании модели:

1) Вектор-столбец инвестиций $X_i = (X_1, X_2, \ldots, X_n)$, где $i = (1,n)$, $n = 36$. Данный вектор отражает направления инвестирования, которые были определены компанией как наиболее перспективные.

2) Вектор-строка эффектов получаемых от инвестиций в различные мероприятия по организационному развитию $Y_j = (Y_1, Y_2, \ldots, Y_m)$, где $j = (1,m)$, $m = 10$ для компании А. Данный вектор показывает накопленный эффект от инвестиций по всем мероприятиям в которые осуществляются инвестиции.

3) Матрица влияния инвестиций на целевые области эффекта от них:

$$\begin{pmatrix} x_{1.1} & \cdots & x_{1.10} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{36.1} & \cdots & x_{36.10} \end{pmatrix},$$

где каждый элемент матрицы отражает эффект от i-ого мероприятия на эффект прироста в j-ой целевой области улучшений деятельности предприятия. Так элемент $x_{4.6}$ — показывает влияние инвестирования нормативной суммы на снижение оплаты труда производственного персонала и, как следствие, снижение себестоимости выпускаемой продукции.

4) Вектор-столбец нормативных инвестиций $K_{x_i} = (K_{x_1}, K_{x_2}, \ldots, K_{x_i})$, где $i = (1,n)$, $n = 36$. Данный вектор необходим для моделирования конечных сумм инвестиций с учетом выявленного показателя нормативных инвестиций в каждое мероприятие, т.к. в некоторых мероприятиях (тех, что затрагивают вложения в информационную инфраструктуру инновационного предприятия) требуется точная (или же кратная) сумма вложений для покупки существующего решения на рынке и его внедрения согласно утвержденным между Заказчиком и исполнителем графиком в течении нескольких лет.

Для получения конечного вектора распределения строится вектор-строка $X_1^* = (X_1^*, X_2^*, \ldots, X_n^*)$, где $i = (1,n)$, $n = 36$ для компании А. Каждый элемент данного вектора рассчитывается по следующей формуле:

$$X_i^* = x_i \cdot k_{x_i} \qquad (1.1)$$

Учет зависимых инвестиций, речь о которых шла ранее, также корректирует вектор X_i на величину зависимых инвестиций для каждого опреде-

ленного в стратегии мероприятия. На основе данных о стоимости всех выявленных мероприятий, а также с данных, полученных из Компании А по типовым суммам зависимых инвестиций, а также с использованием данных внешнего рынка (при внедрении оптимизационных программ, таких как тотальный контроль качества) составим вектор-столбец $Z_{X_i} = (z_{X_1}, z_{X_2}, ..., z_{X_n})$, где $i = (1,n)$, $n = 36$ для компании А, который отражает суммы зависимых инвестиций. Для примера: при осуществлении «задельной» научной деятельности кроме текущих затрат требуются вложения в материалы, лабораторное оборудование, макеты и другие объекты основных средств.

Финальный вектор распределения инвестиций с учетом вышеизложенных предположений примет вид $X_i^{**} = (X_1^{**}, X_2^{**}, \ldots, X_n^{**})$ где $i = (1,n)$, $n = 36$ для компании А. Каждый элемент вектора-столбца рассчитывается по следующей формуле:

$$X_i^{**} = x_i^* \cdot z_{x_i} \quad (1.2)$$

Полученный финальный вектор-столбец X_i^{**} и необходимо вычислить с использованием математического аппарата для оптимального распределения имеющихся инвестиций.

Для его нахождения сформулируем финальную модель, которая связывает вектор-столбец инвестиций в мероприятия и эффект в целевых областях через матрицу нормативных инвестиций:

$$X_i^{**} \cdot \begin{pmatrix} x_{1.1} & \cdots & x_{1.10} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{36.1} & \cdots & x_{36.10} \end{pmatrix} = Y_j \quad (1.3)$$

Полученная задача относится к классу многокритериальных оптимизационно-распределительных задач. При решении многокритериальных задач оптимизации необходимо формирование целевых функций, системы линейных уравнений, связывающую переменные и целевые функции, а также ограничений.

Целевыми функциями в данном случае являются элементы вектора-строки накопленных эффектов от инвестирования в целевые области:

$Y_{1t_1} \geq Y_{1t_2}^*$, где Y_{1t_1} — функция от эффекта при инвестирования в Фактор 1 (дальность действия РЛС), которая должна соответствовать спрогнозированным на следующий период трендам рынка. Функция $Y_{1t_2}^*$ измеряется, как и Фактор 1, в километрах и показывает спрогнозированный прирост данного фактора в следующем t_2 периоде, исходя из трендов развития технологий в данной отрасли. Стоит отметить, что разработка модели прогнозирования тенденций развития рынка на комбинацию факторов определяется экспертами в данной отрасли и не является точной оценкой, которую можно получить с использования математического аппарата, хотя методы анализа числовых рядов (тренды, скользящие средние) могут быть применены на рынках, где тенденции явно прослеживаются (например, при разработке и производстве микропроцессорных чипов).

$Y_{2t_2} \geq Y_{2t_2}^*$, где Y_{2t_2} — функция от эффекта при инвестирования в Фактор 2 (количество объектов, способной «вести» РЛС в заданном продуктовом сегменте), которая должна соответствовать спрогнозированным на следующий период трендам рынка. Функция $Y_{2t_2}^*$ измеряется, как и Фактор 2, в количестве объектов и показывает спрогнозированный прирост данного фактора в следующем t_2 периоде, исходя из трендов развития технологий в данной отрасли. Спрогнозированный показатель, как и в случае с фактором 1, находится путем опроса внутренних или внешних экспертов.

$Y_{3t_2} \geq Y_{3t_2}^*$, где Y_{3t_2} — функция от эффекта при инвестирования в Надежность (количество лет до необходимости ремонта/модернизации и/или выхода из строя (ресурс)), которая должна соответствовать спрогнозированным на следующий период трендам рынка. Функция $Y_{3t_2}^*$ измеряется, как и Надежность, в количестве лет и показывает спрогнозированный прирост надежности в следующем t_2 периоде, исходя из трендов развития технологий в данной отрасли. Спрогнозированный показатель, как и в случае с факторами 1 и 2, находится путем опроса внутренних или внешних экспертов.

Выделенные целевые функции и их ограничения являются важнейшими при распределении инвестиций, т.к. если продукция инновационного предприятия будет обладать технологическими свойствами отстающими или опережающими рынок в каждом сегменте, то продажи в этих сегментах сильно упадут, что даже высокой валовой маржинальности в расчете на каждый продукт приведет к убыткам, вследствие затоваривания запасов на складах и недозагрузке производственных мощностей.

$Y_{4t_2} \geq \sum_{c=1}^{5} Y_{10\,Ct_2}$. Данная целевая функция отличается от рассмотренных ранее, т.к. описывает прогнозирование необходимых мощностей, исходя из производственного плана (планируемой выручки) на следующий период. Производственные мощности на следующий период t_2 должны быть рассчитаны для каждого сегмента (с) в отдельности, затем должны быть посчитаны суммарные необходимые мощности, которые необходимо купить или продать.

По каждому продукту приводятся необходимые данные по доступным производственным мощностям на текущий момент Y_{4t_2}, расчетные из модели данные по потенциальной выручке на следующий период, возникающих при распределении инвестиций на $Y_{10\,Ct_2}$. Далее для каждого продукта вычисляются необходимые к покупке производственные мощности по формуле:

$$Y_{4t_2} = Y_{4t_1} - Y_{10t_2} \quad (1.4)$$

При нехватке мощностей на следующий период по некоторым продуктам, получившаяся отрицательная сумма добавляется сумме мощностей, которые необходимо докупить. При избытке мощностей, к общей сумме продажи мощностей добавляется положительная сумма мощностей по каждому продукту. Итоговая сумма необходимых на следующий период производственных мощностей $Y_{4t_2} = Y_{4t_2}$(покупка) Y_{4t_2}(продажа) и разносится по соответствующим инвестициям в продажу и покупку мощностей на следующий период. Следует отметить, что при расчете необходимых мощностей данный показатель в модели находится путем решения обратной задачи для мероприятий по покупке и продаже, а не прямая, как в случае с остальными мероприятиями. Замена прямой задачи на обратную необходима из-за зависимости расчета мощностей и прогнозируемых продаж в одном периоде в рамках одной модели.

Y_{5t_2} (расходы на материалы и комплектующие), Y_{6t_2} (расходы на заработную плату производственного персонала), Y_{7t_2}(расходы на проведение целевых исследований), Y_{8t_2}(расходы на заключение договоров с субподрядными организациями-контрагентами), Y_{9t_2}(коммерческие и административно-управленческие расходы) → max

Эффекты от инвестиций, направленные на оптимизацию себестоимости и КиАУР, являются залогом успеха продуктов компании в каждом сегменте рынка не только для обеспечения заданной валовой маржинальности, но и для сохранения и улучшения конкурентного положения компании, а также для ответа на негативные тенденции во внешнем спросе на продукты компании. Распределение инвестиций на данные направления крайне необходимо, но менее значимо, чем необходимость улучшения технологических параметров продуктов.

$Y_{5t_2} \geq Y^*_{5t_2}$ — функция прироста выручки за счет инвестиций во внутренние факторы, повышающие спрос (реклама, маркетинг, продуманная продуктовая стратегия, улучшенная корпоративная культура и/или развитие системы обучения персонала). $Y^*_{5t_2}$ — суммарная оценка динамики рынка по каждой продуктовой группе. Для прогнозирования внешнего спроса предлагается использовать методы оценки числовых рядов по собственным продуктам или, при наличии данных, в целом по отрасли. Оценка динамики факторов внешнего спроса зачастую в практической деятельности носит абстрактный характер, а в высокотехнологичных и инновационных отраслях прогнозные данные зачастую получаются далеки от реальности. Особо стоит отметить невозможность собрать все значимые внешние факторы, влияющие на спрос, в отраслях, где рынок близок к рыночной конкуренции и спрос распределен между множеством конкурентов, которые не являются публичными компаниями. Предлагаемая модель влияния инвестиций во внутренние факторы, повышающие спрос, будет особенно полезна для таких отраслей, т.к. в отраслях, где формат конкуренции близок к олигополии или совершенной конкуренции с большим количеством публичных компаний, подойдут и существующие модели прогнозирования продаж.

Таким образом, сформирована модель распределения инвестиций в форме задачи многокритериальной оптимизации с заданными целевыми функциями, системой уравнений, связывающей вектора X_i и Y_j. Ограничениями в данном случае выступают сами ограничения на целевые функции, а также ограничение на сумму инвестиций, полученной из отчета о прибылях и убытков в прошлом периоде в графе «Сумма к распределению», которая равно сумме полученной чистой прибыли за минусом суммы дивидендов акционерам инновационного предприятия.

Для решения задачи многокритериальной оптимизации необходимо ввести вектор $U_j = (u_1, u_2, \ldots, u_m)$, где $\sum_{j=1}^{m} u_j = 1$ (m=10 для компании А), который представляет собой присвоенные каждому Y_j коэффициенты важности для реализации решения задачи методом линейной свертки. Таким образом, задача многокритериальной оптимизации с 10 целевыми функциями сводится к задаче с одной целевой функцией с применением метода линейной свертки, которая формируется следующим образом:

$$\begin{cases} \Phi(Y_j) = \sum_{j=1}^{m} y_j(x) \cdot u_j \to \max \\ X \cdot X_i^{**} \leq Y_j \\ X_i^{**} \geq 0 \end{cases} \quad (1.5)$$

Приведя задачу к одной целевой функции решим ее, исходя из ограничений и коэффициентов, выявленных при анализе деятельности компании А ранее. Т.к. основным средством обработки данных в целях принятия решений (с использованием выгрузок данных из уже внедренных автоматизированных систем управления компанией) служит MSExcel, приведем решение данной задачи в данном программном продукте. Выберем целевую функцию и с использованием функции «Поиск решения» зададим все необходимые условия. Полученное решение должно удовлетворять всем условиям и ограничением первоначальной задачи.

На основе данных о распределении инвестиций по направлениям получен вектор Y_j, каждый элемент которого соответствует накопленному эффекту от распределенных инвестиций в прошлом периоде.

Основой распределения инвестиций становятся такие методы как: модифицированная матрица BCG и управление валовой маржинальностью. Для поддержания жизненного цикла продукта необходимо применять различные управленческие воздействия на него.

Разработанный перечь управленческих мероприятий, направленных на продукт в соответствии с уже выдвинутыми ранее концепциями:

1) Технологическое улучшение продукта с целью его позиционирования в соответствии с потребительскими ожиданиями.

2) Снижение себестоимости производства продукта для повышения валовой маржинальности.

3) Повышение выручки за счет инвестирования во внутренние факторы повышения спроса (маркетинговые и рекламные мероприятия, повышение качества сервиса и др.)

Распределение накопленного результата от инвестирования в целевые области целесообразно производить в два этапа:

1) Распределение факторов согласно положению продуктовой группы в матрице BCG. Выделяем 4 области отнесения продукта на основе данных о выручке в абсолютном выражении и прироста выручки в процентном выражении. Продукты при данной классификации разделяются на «Дойные коровы» (продукты с высокой выручкой, но относительно стабильно низким темпом роста), «Звезды» (продукты сочетающий высокую выручку и высокий темп роста), «Знаки вопроса» (новые продукты, темп роста выручки в которых больше заданного уровня (в работе используется средний прирост по всем продуктам в качестве граничной линии), «Собаки» (продукты, которые сочетают низкую выручку и низкий прирост выручки по сравнению с прошлым периодам» — данные продукты необходимо либо кардинально улучшать, либо выводить из продуктового портфеля).

2) Вторичное распределение эффектов на основе валовой маржинальности. Определив положение продукта в матрице BCG, следующим шагом необходимо ранжировать продукты по показателю валовой маржинальности в предыдущем периоде.

Полученная двухступенчатая распределительная модель нуждается в определении коэффициентов распределения и формул с введением необходимых переменных на обоих шагах.

Накопленные эффекты по всем целевым областям уже определены на предыдущем шаге, запишем их в виде: $\Delta Y_j = (\Delta Y_1, \Delta Y_2, \ldots, \Delta Y_m)$, где $j = (1,m)$, $m = 10$ для компании А. Используя временную шкалу запишем формулу определения конечного показателя для каждого продукта:

$$Y_{j\text{П}1t_2} = Y_{j\text{П}1t_1} + \Delta Y_{jt_2} \cdot U_{j\text{П}1} \qquad (1.6)$$

где $Y_{j\text{П}1t_2}$ — конечный целевой показатель j по Продукту 1 на следующий период, $Y_{j\text{П}1t_1}$ — целевой показатель j в текущем периоде, ΔY_{jt_2} — возможный суммарный прирост по всем продуктам, полученный от инвестирования в текущем периоде для распределения на продукты в следующем периоде, $U_{j\text{П}1}$ — коэффициент распределения на каждый продукт полученный.

Поместив каждый продукт в ячейку матрицы BCG, необходимо сгруппировать продукты, а затем внутри каждой группы ранжировать по убыванию валовой маржинальности. Вектор коэффициентов для второго шага распределения определен как $H_{\text{П}1rj}$, где $r = (3, 3B, K, C), j = (1,2,3,10,11)$. На данном шаге компания также может выбрать различные стратегии применения управленческих усилий к каждому продукту в зависимости от его места в ранжировании. Например, компания может продолжить повышать маржинальность самого успешного продукта и постепенно ухудшать положение самых низкомаржинальных продуктов для последующего их вывода из продуктового портфеля. С другой стороны компания может распределить накопленные результаты от инвестирования в мероприятия организационного развития на самые низкомаржинальные продукты, тем самым модернизировав их для дальнейшего сохранения в продуктовом портфеле.

Определив все коэффициенты для каждого продукта сформулируем формулу для расчета $U_{j\text{П}1}$:

$$U_{j\text{П}1} = s_{rj} \cdot h_{\text{П}1rj} \qquad (1.7)$$

Далее используя формулу 1.6. получаем новые значения для каждого продукта на текущий период с учетом реализации инвестиционной программы в рамках стратегии организационного развития компании.

Полученные модели распределения инвестиций и распределения результатов инвестирования на продукты с целью управления балансом продуктового портфеля представляют собой комплексную практическую методику, которая может быть использована широким кругом инновационных предприятий для разработки максимально эффективной стратегии развития продуктов. РИСК

Библиографический список:

1. Индикаторы инновационной деятельности: 2013: статистический сборник. — Москва: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2013. — 427 с.

2. Андреев Г.И., Витчинка В.В., Латышев Н.В., Остапенко С.Н. Управление развитием сложных систем специального назначения на основе концепции ProgramManagement // Экономика и математические методы. — 1999. — № 3. — С. 80-89.

3. Глизнуцин В.Е. Математические возможности практического менеджмента // Управление большими системами: сборник трудов. — 2003. — №3. — С.11-19.
4. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент: Учебное пособие. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. — 267 с.
5. Мильнер Б.З. Горизонтальные связи в организации и управление инновациями // Проблемы теории и практики управления. — 2011. -№10. — С.19-30.
6. Форрестер Д. Мировая динамика. — М.: АСТ, 2006. — 384 с.
7. Cooper R. G., Edgett S. J. Overcoming the Crunch in Resources for new Product Development// RTM. — 2003. — № 3.
8. LyneM. B. AligningR&DwithBusinessStrategy // RTM. — 2003. — № 6.
9. McCarthyR.C. LinkingTechnologicalChangetoBusinessNeeds // RTM. — 2003. — № 2.

Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

Аспирантура ИТКОР
Многолетние традиции в подготовке кадров высшей квалификации

Институт «ИТКОР» проводит круглогодичный набор в очную или заочную аспирантуру и осуществляет подготовку аспирантов и соискателей в соответствии с действующей лицензией по специальностям:

- **Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: логистика, менеджмент, экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами сферы услуг)**
- **Финансы, денежное обращение и кредит**

Контакты: (499)152-42-94; asp@itkor.ru

И. Кубарь,
аспирант кафедры менеджмента инвестиций и инноваций,
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

Оценка затрат, связанных с внедрением инновационной системы подготовки производства

Аннотация: в статье исследуется вопрос оценки затрат, связанных с внедрением систем подготовки на производстве, используемых для повышения уровня автоматизации производства и повышения его эффективности. Ввиду отсутствия четкой и проработанной методики, автор уточняет и дает соответствующие рекомендации.

Ключевые слова: экономический эффект, подготовка производства.

Annotation: the paper investigates the question of estimating the costs associated with the introduction of training in production, used to increase the level of automation of production and increase its efficiency. Given the lack of clear and elaborated methodology, the author clarifies and makes appropriate recommendations.

Keywords: economic effects, pre-production.

Совершенствование процесса подготовки производства требует определенных затрат на его реализацию, административных усилий и должно обеспечить получение конкретных экономических выгод.

Руководители промышленных предприятий, часто довольно поверхностно относятся к вопросам, связанным с улучшением различных процессов. Принятие решений в большинстве случаев происходит без исследования экономической эффективности планируемых мероприятий.

Наиболее перспективных способов улучшения процесса подготовки производства является повышение уровня автоматизации на основе использования современных программных продуктов.

При исследовании вариантов осуществления проектов необходимо выбрать критерий, в соответствии с которым будет приниматься управленческое решение.

В качестве критерия я предлагаю выбрать разность между годовым эффектом от использования данных продуктов и годовыми приведенными затратами, связанными с их эксплуатацией.

Исследование затрат, связанных с внедрением инновационных систем подготовки производства, необходимо начать с определения числа вновь создаваемых или модернизируемых рабочих мест, связанных с функционированием данных систем.

Обозначим число дополнительно создаваемых рабочих мест в конструкторском отделе — $N_К$, число дополнительно создаваемых рабочих мест в технологическом отделе — $N_Т$. Для определения численности конструкторов и технологов (сотрудников занятых в подготовке производства) воспользуемся следующей формулой:

$$\text{ДЧ}^{1}_{\text{констр}} = \text{ОКРБОЛ}\,(\boldsymbol{k}^{\text{я}-\text{сп}}_{\text{констр}} * \boldsymbol{N_K}),$$

где ОКРБОЛ () — функция округления дробного числа до большего целого;

$k^{\text{я}-\text{сп}}_{\text{констр}} * N_K$ — коэффициент перевода явочной численности в списочную для конструкторов, долей единицы.

Появление новых по функциональному содержанию рабочих мест с новым программным обеспечением может вызвать новые требования к оснащению каждого рабочего места. Соответствующие затраты на покупку офисной техники и мебели будут определяться по формуле:

$$З_{\text{ОФТМ}}=З^{\text{оф.тех.чел.}}_{\text{спец}} * \text{ОКРБОЛ}(k^{\text{я}-\text{сп}}_{\text{спец}} * N_{К/Т})+ + З^{\text{оф.меб.чел.}}_{\text{спец}} * \text{ОКРБОЛ}(k^{\text{я}-\text{сп}}_{\text{спец}} * N_{К/Т}),$$

где $З^{\text{оф.тех./меб.чел.}}_{\text{спец}}$ — затраты на покупку офисной техники/мебели для одного рабочего места специалиста, руб.

Общий объем капитальных вложений составит:

$$З_{\text{КАП}} = З_{\text{ПО}} + З_{\text{ОФТМ}} + З_{\text{ЛС}},$$

где $З_{\text{ПО}}$ и $З_{\text{ЛС}}$ затраты связанные с покупкой программного обеспечения и локальной сетью.

Капитальные вложения планируется приводить к годовому периоду при помощи альтернативных издержек (упущенной выгоды). Если бы предприниматель не вкладывал капитал в размере в покупку программных продуктов, позволяющих осуществлять более качественное планирование подготовки производства, то он ежегодно получал бы в виде % на данные средства.

Таким образом, издержки упущенной выгоды, связанные с осуществлением предпринимателем капитальных вложений в программные продукты, позволяющие осуществлять более эффективное планирование подготовки производства, составят:

$$З_{\text{КАП}} = \frac{(З_{\text{ПО}}+З_{\text{ОФТМ}}+З_{\text{ЛС}})*r\%}{100\%}.$$

Далее рассмотрим затраты, связанные с внедрением инновационных систем подготовки производства. Сумма амортизационных отчислений с приобретенных в рамках совершенствования подготовки производства основных средств ($З_А$) при равномерном методе начисления амортизации будет определяться по формуле [2]:

$$З_А = \sum_i \frac{W_{ПО_i}}{T_{ПО_i}} + \sum_j \frac{W_{ОФТ_j}}{T_{ОФТ_j}} + \sum_k \frac{W_{ОФМ_k}}{T_{ОФМ_k}} + \sum_m \frac{W_{ЛС_m}}{T_{ЛС_m}},$$

где i — количество наименований приобретаемого программного обеспечения, ед.;

j — количество наименований приобретаемой офисной техники, ед.;

k — количество наименований приобретаемой офисной мебели, ед.;

m — количество элементов имущества, приобретаемых в рамках модернизации локальной сети, ед.;

$W_{ПО_i}$ — стоимость программного обеспечения i-го вида, руб.;

$T_{ПО_i}$ — амортизационный период программного обеспечения i -го вида, лет;

$W_{ОФТ_j}$ — первоначальная стоимость j-го вида офисной техники, относимой к основным фондам, руб.;

$T_{ОФТ_j}$ — амортизационный периоду j-го вида офисной техники, лет;

$W_{ОФМ_k}$ — первоначальная стоимость k-то вида офисной мебели, относимой к основным фондам, руб.;

$T_{ОФМ_k}$ — амортизационный период k-то вида офисной мебели, лет;

$W_{ЛС_m}$ — первоначальная стоимость m-то элемента локальной сети, относимой к основным фондам, руб.;

$T_{ЛС_m}$ — амортизационный период m-то элемента локальной сети, лет.

В пояснение к данной формуле следует отметить то, что согласно законодательству Российской Федерации в качестве основных средств признаются лишь средства производства стоимостью более 40 тыс. руб. Вложения в основные фонды стоимостью менее 40 тыс. руб. списываются непосредственно на затраты предприятия. В связи с этим, в текущих расходах первого года появляется статья затраты на приобретение основных фондов, стоимостью менее 40 тыс. руб. ($З_{ОПФтек}$) [1].

Рост эксплуатационных издержек (электроэнергия, расходные материалы, затраты на ремонт и т.п.), связанных с функционированием приобретенных в рамках совершенствования подготовки производства основных средств ($З_{ЭИ}$) должен определяться исходя из фактических затрат, по содержанию аналогичных рабочих мест на предприятии. К примеру, если конкретное рабочее место конструктора или технолога имеет оснащение сходное с определенным рабочим местом, например, в планово- экономическом отделе, то последнее можно взять за базу исследования затрат.

Для целей расчета налога на имущество налогоплательщиками определяется среднегодовая стоимость имущества. При этом имущество учитывается по остаточной стоимости.

Увеличение затрат по налогу на имущество, связанное с приобретением в рамках совершенствования подготовки производства основных средств, составит:

$$Н_И = \sum_i \frac{\frac{\sum(W_{oc_j} - A_{oc_j})}{k+1} * Н_{СТ}}{100\%},$$

где W_{oc_j} — первоначальная (остаточная) стоимость группы дополнительно приобретенных основных средств на 1-е число каждого месяца налогового периода и на 1-е число следующего за налоговым периодом месяца, руб.;

A_{oc_j} — начисленная амортизация на 1-е число каждого месяца налогового периода, руб.;

k — количество месяцев в налоговом периоде, мес.;

$Н_{СТ}$ — налоговая ставка по налогу на имущество предприятия, %.

Расчет затрат на подготовку и переподготовку персонала ($З_{ПС}$) рассчитывается в соответствии со стоимостью программ обучения.

Таким образом, годовые текущие затраты, связанные с внедрением инновационных систем подготовки производства, позволяющих осуществлять более качественное планирование подготовки производства, составят:

$$З_{тек} = З_А + З_{ОПФтек} + З_{ЭИ} + Н_И + З_{ПС}$$

Величина приведенных затрат будет определяться по формуле:

$$З_{прив} = З_А + З_{ОПФтек} + З_{ЭИ} + Н_И + З_{ПС} + \frac{(З_{ПО} + З_{ОФТ} + З_{ОФМ} + З_{ЛС} + З_{ОБК}) * r\%}{100\%}.$$

РИСК

Библиографический список:

1. Налоговый кодекс

2. Варфоломеев В.П. Управление высокотехнологичным производством; И.: Экономика, 2009

3. Вершинский Е.А. Службы научной организации производства; Л.: Лениздат, 2013

4. Грузинов В.П. Экономика предприятия: Учебник + практикум — М.: Финансы и статистика, 2009.

Ю. Клюева,
к.э.н., руководитель направления «Торговое дело», доцент кафедры экономики,
Дзержинский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Критерии выбора поставщика материальных ресурсов для розничной торговой сети

Аннотация: в статье дается описание метода выбора поставщика материальных ресурсов. Исследована система критериев выбора для розничной торговой сети.

Ключевые слова: система критериев выбора поставщика материальных ресурсов.

Annotation: the article describes the method of choice of supplier of material resources. Re-searched system of selection criteria for retail trade network.

Keywords: the system of criteria of a choice of the supplier of material resources.

Процесс активного развития розничных сетей оказазывает существенное влияние на отношения между ритейлерами и поставщиками: сейчас крупные торговые компании определяют «правила игры» с производителям и оптовым посредникам. Проблема выбора поставщика материальных ресурсов по-прежнему является одной из наиболее актуальных логистических задач для торговых сетей.

Розничная торговая сеть — это основанная на логистических принципах торговая организация, объединяющая в единую структуру специализированные магазины в виде отдельных строений, магазинов на территории крупных торговых центров или арендуемых отделов универмагов [2;32]. В России сетевая торговля в 2011 году контролировала около 20% розничного товарооборота, а в торговле пищевыми продуктами — в среднем 22,5% [3; 44].

По данным исследований, во многих компаниях мира примерно половина проблем, связанных с качеством товара, возникает по вине поставщиков [1; 241]. Поэтому более эффективного решения этой проблемы можно добиться при использовании специальной методики выбора поставщика.

Первый этап выбора поставщика — это сбор информации обо всех потенциальных поставщиках. Источники информации можно разделить на следующие группы:

Выбор источника информации зависит от специфики деятельности компании, от доступности источников. Из всех представленных источников информации особое внимание в последнее время уделяется Интернету.

После обработки собранной информации следует этап выбора одного или нескольких поставщиков. Одним из наиболее привлекательных методов является метод рейтинговых оценок. Основой этого метода являются различные критерии выбора, значимость которых устанавливают эксперты. Далее по выбранным критериям производится оценка каждого потенциального поставщика. Итоговое значение рейтинга поставщика определяется суммированием произведений значимости критерия на его балльную оценку. Рассчитав рейтинги поставщиков, и сравнив полученные значения, выбирают поставщика с наиболее высоким результатом.

Основными критериями выбора являются цена, качество и надежность поставки. Для предприятия могут быть также важны такие критерии, как производственные мощности поставщика, его местоположение, финансовое положение, послепродажный сервис, имидж, упаковка и другие факторы. Каждое предприятие формирует

Таблица 1.

Классификация источников информации о поставщиках

№ п/п	Источники информации	
	Группы	Виды
1.	Печатные издания	Прайс-листы, деловые журналы, фирменные каталоги, справочники («Желтые страницы», «Оптовик», «Товары и цены»), печатные СМИ
2.	Телекоммуникации	Интернет, телевидение, радио
3.	Посещение специализированных мероприятий	Выставки и ярмарки, торги и аукционы
4.	Различные предприятия и учреждения	Банки и финансовые институты, торговые ассоциации, информационные агентства, налоговые инспекции, лицензионные службы, торговые представительства, другие юридические лица
5.	Собственные мероприятия и расследования	Объявления о конкурсах (тендерах), неформальные личные контакты с коллегами, конкурентами, возможными поставщиками.

Таблица 2.

Расчет рейтинга поставщиков

Критерии выбора поставщика	Удельный вес критерия	Поставщик П1		Поставщик П2	
		Оценка работы поставщика	Рейтинг	Оценка работы поставщика	Рейтинг
1. Надежность					
2.Цена					
3.Качество					
… и т.д.					
ИТОГО					

свою систему критериев, кроме того, эта система является динамичной, то есть может меняться даже в течение года.

Следует отметить систему критериев, разработанную Майклом Р. Линдерсом и Харольдом Е. Фироном [1; 244] (критерии расположены в порядке значимости):

- качество продукции,
- своевременность доставки,
- цена,
- обслуживание,
- повторные предложения по разработке продукции и улучшению стоимости,
- техническая,
- инженерная и производственная мощь,
- оценка дистрибьюторских возможностей,
- детальная оценка финансов и управления.

Приведенная шкала критериев используется большинством зарубежных фирм.

Представляет интерес система критериев, используемая российскими предприятиями. В рамках данной работы было проведено исследование системы критериев для крупной розничной торговой сети.

Для определения значимости критериев была проведена независимая экспертиза среди работ-

Таблица 3.

Определение весомости критериев при выборе поставщика

Критерии	Оценки критериев экспертами				
	Директор	Начальник отдела закупок	Бухгалтер	Менеджер по закупкам	Итого
Стоимость продукции	0,2	0,2	0,3	0,3	1
Качество обслуживания	0	0	0	0,1	0,1
Надёжность поставок	0,1	0,1	0,2	0,2	0,6
Качество продукции	0,4	0,3	0,2	0,3	1,2
Условия платежей	0	0,1	0,1	0	0,2
Удалённость поставщика (в т.ч. числе сроки выполнения поставок)	0,3	0,3	0,2	0,1	0,9
Итого:	1	1	1	1	4

Таблица 4.

Оценка эффективности потенциальных поставщиков

Поставщики	Общая оценка эксперта				
	Директор	Начальник отдела продаж	Бухгалтер	Менеджер по продажам	Итого
Поставщик №1	4,97	4,6	4,67	4,78	19,02
Поставщик №2	3,64	4,1	4,42	4,18	16,34
Поставщик №3	4,19	4,54	4,25	4,45	17,43
Поставщик №4	3,73	3,55	3,81	4,11	15,2
Поставщик №5	4,95	4,35	4,78	4,53	18,61
Поставщик №6	3,92	4,05	3,55	4,18	15,7
Поставщик №7	4,8	4,63	4,79	4,33	18,55
Поставщик №8	4,15	4,41	3,98	4,41	16,95
Поставщик №9	4,05	3,83	3,66	3,96	15,5
Поставщик №10	4,08	3,8	3,9	4,16	15,94

ников предприятия, выступающих в качестве экспертов: директор, начальник отдела закупок, бухгалтер, менеджер по закупкам. Экспертам было предложено «взвесить» критерии таким образом, чтобы определить степень важности критерия для предприятия при выборе наиболее приемлемого поставщика. Результаты проведенного опроса экспертов сведены вместе и представлены в таблице 3.

По мнению экспертов, наиболее значимыми критериями являются: качество продукции, стоимость продукции, удаленность поставщика (в том числе сроки выполнения поставок), надежность поставки. Три самых главных критерия (качество, цена, сроки), отобранных экспертами, соответствуют критериям Майкла Р. Линдерса и Харольда Е. Фирона (качество продукции, своевременность доставки, цена).

Таким образом, следует отметить, что мнения российских и зарубежных специалистов в вопросе определения весомости критериев совпадают.

Следующим этапом было проведение анализа степени соответствия потенциальных поставщиков выбранным критериям. Каждый работник предприятия ознакомился с краткой характеристикой поставщиков, а также посетил интернет — сайты для анализа условий осуществления их деятельности. Экспертам предлагалось оценить степень удовлетворения каждого поставщика выделенным критериям по пятибалльной шкале путем заполнения таблицы 2. На основе ответов была составлена сводная таблица оценки эффективности потенциальных поставщиков.

Наибольшее число баллов (19,02) набрал поставщик №1. В свою очередь, именно эта фирма и является постоянным партнёром рассматриваемого предприятия. Данный результат был ожидаемым, во-первых, рассматриваемое предприятие давно работает с выбранным поставщиком и соответственно с высокой степенью доверяет ему, во-вторых, степень осведомлённости о деятельности данной компании выше по сравнению с остальными рассматриваемыми компаниями.

Тем не менее, исследуемую компанию удовлетворяет данный поставщик (что и доказала оценка экспертным методом), а требовалось найти достойную замену для ситуаций, когда основной поставщик не имеет возможности обеспечить фирму необходимым товаром. Поэтому рассмотрим поставщика №5, набравшего 18,61 баллов и занявшего второе место. С данной компанией также осуществлялись сделки, но доля их поставок была очень мала по причине слабой осведомлённости о деятельности компании. Необходимо более детально рассмотреть условия поставщика №5, в большей степень доверять ему, налаживать поставки необходимых материальных ресурсов.

Следует отметить, что у поставщика №7, занявшего третье место, очень небольшой отрыв — всего 0,06 балла (компания набрала 18,55 баллов). Поэтому стоит рассмотреть его как потенциального партнёра. Ранее данная компания не рассматривалась вообще в качестве поставщика, но сумела занять высокую позицию. Необходимо изучить информацию на сайте компании более подробно, оценить уровень цен и широту ассортимента, найти товары, которые ранее не закупались.

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о том, что методика расчета рейтинга является реально действующим инструментом решения проблемы выбора поставщика для розничной торговой сети, может применяться предприятиями при закупках материальных ресурсов. При использовании данной методики необходимо учитывать, что выбранная система критериев не является статичной, а может меняться в зависимости от потребностей компании. РИСК

Библиографический список:

1. Дыбская, В.В. Логистика: учебник / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А.Н. Стерлигова; под ред В.И. Сергеева. — М.: Эксмо, 2011. — 944 с.

2. Ковалев, К. Ю. Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть / К.Ю. Ковалев, С.А. Уваров, П.Е. Щеглов. — 1-е изд. — СПб.: Питер, 2007. — 262 с.

3. Чкалова, О.В. Торговое дело. Организация, технология и проекти-рование торговых предприятий: учебник / О.В. Чкалова. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013. — 384 с.

Рынок цемента: производство, потребление, проблемы

О. Романченко,
к.т.н., доцент, декан факультета экономики и финансов, Московский университет им. С.Ю. Витте

Аннотация: в статье проведен анализ мирового и национального производства и потребления цемента, выявлены причины, сдерживающие дальнейший рост, и предложены решения насущных задач.

Ключевые слова: производство цемента, потребление цемента, экспорт, импорт, проблемы транспортировки, совершенствование логистики.

Annotation: in the article the analysis of the global and national production and consumption of cement, the reasons hindering further growth, and suggested solutions to pressing problems.

Keywords: production of cement, cement consumption, export, import, transportation problems, improve logistics.

Цементная промышленность имеет высокий приоритет, поскольку долгосрочный прогноз в отношении спроса на цемент представляется благоприятным. Необходимость строительства объектов и замены устаревших мощностей способствует значительным капиталовложениям в строительство новых предприятий во многих странах мира.Мировое производство цемента растет из года в год и обусловлена данная тенденция, прежде всего ростом спроса по всему миру. Каждая страна стремиться достичь такого уровня производства, при котором бы могла полностью обеспечить национальное потребление. Дефицит внутри стран компенсируется импортным цементом, избыток — поставками на внешние рынки.

Мировое потребление цемента продолжает расти, несмотря на последствия недавнего экономического кризиса, который затронул большую часть рынков. Китайское хозяйство, например, стоит на первом месте по потреблению цемента в мире, а избыток цемента собственного производства отправляет на внешние рынки. Производство цемента в США отмечено на уровне 64млн. тонн, и это немного ниже, чем уровень потребления — около 70 млн. тонн. Здесь с дефицитом справляется импорт в объеме, однако это меньше, чем зарегистрировано в самый пик процветания мирового рынка цемента 2006 г.В некоторых странах, например, в Турции, производство цемента и клинкера значительно выше, чем национальное потребление, с расчетом на высокие объемы экспорта [1].

В конце 2010г. глобальная цементная промышленность насчитывала около 2360 интегрированных цементных заводах. Это означает, что около 140 новых цементных заводов были построены в мире (не считая Китая) за последние 2 года. В это же время Китай построил или расширил 200 заводов за тот же период.

Торговля цементом между странами мира составляет не более 5% мирового объема производства, что объясняется высоким уровнем национального потребления всеми странами мира. Крупнейшим импортером цемента является США — более 6 млн. тонн, что составляет порядка 8-10% объема мировой торговли цементом [2]. Нигерия удерживает второе место последние четыре года, с объемом импорта порядка 5,4 млн.т., однако эта западно-африканская страна может практически полностью обеспечивать себя цементом самостоятельно.Сингапур уверенно держится на третьем месте по объемам импорта — 4,7 млн. тонн. Утомленный войной Ирак нуждается в больших объемах импортного цемента — 5 млн. тонн и выше, поскольку «национальное производство не справляется с объемами, необходимыми для воплощения программы по восстановлению городов, разрушенных в ходе войны» [1].

Можно предположить, что в течение ближайших двух-трех лет страны Персидского залива превратятся из импортеров цемента в экспортеров. Это означает, что в новых условиях производители цемента смогут конкурировать на международных рынках. Но им непременно потребуется модернизация транспортной инфраструктуры, в частности, портов Панамского канала. Портовым властям потребуется построить большие склады, чтобы обеспечить объем экспорта.

В 2009- 2010 годах резко возрос экспорт цемента из Турции, что вывело страну на лидирующие позиции по поставкам цемента на мировой рынок. Другие крупные экспортеры цемента — Китай, Пакистан, Таиланд и Япония. В Европе основными экспортерами цемента являются Германия и Греция. Весь экспорт Германии — 4,2 млн. т идет, прежде всего, в соседние государства — Нидерланды, Польшу, Бельгию и остальные страны северной Европы. Страны Азии обеспечивают цементом Таиланд, Япония, Пакистан. Иран успешно развивает свои экспортные операции в соседние Афганистан и Ирак (общий объем– более 4млн.т).Весь экспорт Канады приходится на США,тогда как Италия вывозит примерно 1.5 млн. тонн в Россию и страны Средиземноморья.

Самая низкая стоимость экспортируемого цемента составляет около 30 долларов за тонну для Японии и 39 долларов за тонну для Китая. Стоимость экспортируемого цемента в Европейских странах в 2-2,5 раза выше, чем в ази-

атских.Очень явно прослеживается тенденция увеличения цен по всем странам мира в период с 2007 по 2008 год, но самый резкий скачок в уровне цен наблюдается в России. Главной причиной столь резкого повышения стал дефицит национального цемента и повышенный спрос на цемент и клинкер за рубежом. В остальных странах мира наблюдается повышение цен на фоне повышения среднерыночной.

В 2008 г. объемы поставок цемента в Россию уступали лишь США и достигли около 7 млн. тонн. Экспортная цена за 1 тонну цемента в России была выше практически в два раза средней по миру. На экономику России кризис отложил серьезный отпечаток в виде отсутствия финансирования, массовой безработицы и остановки многих производственных и строительных предприятий. В дальнейшем на снижение цены на российском рынке в некоторой степени повлияла заморозка множества строительных объектов. Профицит цемента заставил производителей снизить цены, для того, чтобы быть более привлекательным для импортеров[2].

С ростом деловой активности в строительном комплексе, начиная с 2000 по 2007 год, рост спроса на цемент составлял в среднем от 8 до 14% в год, в 2008 — 2009 гг.наблюдался значительный спад, но в настоящее время на рынке прослеживается тенденция к увеличению потребления цемента в России.

Рост производства цемента в России обусловлен увеличением покупательского спроса на него на внутреннем рынке в большинстве экономических районов страны. Наибольший рост потребления цемента наблюдается в Центральном экономическом районе и, прежде всего, в Москве и Московской области.Росту производства цемента в стране также способствует увеличения инвестиций в экономику страны.

Повышается среднегодовая производственная мощность по выпуску цемента.Однако, в цементной промышленности пока наблюдается низкий уровень обновления основных производственных фондов. Так,износ основных фондов по основному виду деятельности цементных предприятий, по данным Росстата, в среднем составил 65%.

В производстве цемента сохраняются высокие удельные расходы топлива и электроэнергии [3]. Они продолжают оставаться на уровне, почти в 2 раза превышающем показатели удельного расхода энергоресурсов в европейских и других странах с развитой цементной промышленностью. Кроме того, во всех странах ЕС еще в 1998 году 12% потребности в технологическом топливе для производства цемента замещалось вторичными видами топлива. В 1999 году такое замещение составило во Франции 27%, в Австрии — 29%, в Бельгии — 30%,в Германии — 30 %, в Швейцарии — 34%, в Нидерландах -72%.

Цементная промышленность в России состоит из старых неэффективных предприятий, где подавляющее большинство предприятий работает по мокрому способу производства. Она объединяет в своем составе 52 предприятия. Наблюдается неравномерное распределение производителей цемента по всей территории России. Основная часть заводов находится на центральную часть России. В Центральном, Северо-Западном, Приволжском и Южном ФО производится около 70% всего российского цемента.

До кризиса 2008 года страна полностью обеспечивала себя необходимыми объемами цемента, а оставшуюся часть экспортировала. В 2008 г., когда экономика России достигла самого пика своего развития, в стране образовался дефицит, и пришлось обращаться за рубеж для закупки и ввоза импортного цемента (около 7,3 млн. т) [4]. По своим качественным характеристикам импортный цемент в основном отвечал требованиям, предъявляемым к этому материалу, хотя в некоторых случаях имели место нарекания потребителей на качество цемента (из-за нарушения условий транспортировки и хранения и некоторых норм). Товарная структура импорта цемента представлена тремя основными продуктами: строительным цементом, поставляемым в основном в Центральный регион России, цементным клинкером и высококачественным белым цементом, который в России практически не производится.

Главный прирост объемов экспорта цемента из России обеспечили рынки Китая, Испании, Украины и Казахстана, который традиционно является главнымипотребителями российского цемента.

Главная задача при производстве качественного цемента — получение сырьевой смеси постоянного состава. Перерабатываемое цементной промышленностью сырье отличается не только составом, но и физико-техническими свойствами (влажностью, прочностью и т. д.). Для каждого вида сырья должен быть выбран такой способ подготовки, который обеспечивал бы тонкое измельчение и равномерное перемешивание компонентов шихты с минимальными энергетическими затратами. Сегодня в цементной промышленности есть три основных способа производства, отличающиеся технологическими приемами подготовки сырьевых смесей: мокрый, сухой и комбинированный.

Перспективным для цементных предприятий является «сухой» способ производства. Он эффективнее традиционного «мокрого» на 25-30% и обеспечивает 50% экономии топлива. Эффективность в цементном производстве достигается благодаря рациональному использованию исходных компонентов. Однако для перехода на «сухой» способ производства в целом нужны инвестиции в объеме 50-55 млн. евро. Но при

этом рост производства цемента уже в ближайшее время может составить более 15 млн. т.

Специфика рынка цемента заключается в его преимущественно региональном характере, так как на цену товара большое влияние оказывает транспортная составляющая.Основная часть заводов по производству цемента находится в центральной части России. В Центральном, Южном, Сибирском и Приволжском федеральных округах выпускается около 78% всего российского объема производства. В центральном федеральном округе рынок цемента практически монополизирован ОАО «Евроцемент групп», международным промышленным холдингом по производству строительных материалов, как следствие, и цены в этом регионе выше на 15-20%, чем в среднем по стране.

В настоящее время на рынке цемента имеют место трудности следующего характера: недостаточное освоение запасов цементного сырья, высокая изношенность производственного оборудования, неразвитая транспортная инфраструктура и другие.

Основной и самой ощутимой проблемой в отрасли до начала мирового финансового кризиса являлся рост цен. Данная тенденция повышала рентабельность цементных заводов, а также инвестиционную привлекательность отрасли. В цементной промышленности появилось огромное количество инвестиционных проектов по увеличению производственных мощностей.

Однако развитие цементной промышленности носит циклический характер и зависит от степени активности строительства в стране. Российские и зарубежные бизнес — структуры начинают рассматривать вложения в цементную промышленность как высокодоходное мероприятие — повышаются котировкиакций цементных заводов, начинается инвестирование, направленное на модернизацию имеющихся мощностей, а также на покупку новых. Кроме того, во многих регионах было объявлено о строительстве новых предприятий, порядка 40 проектов новых заводов. Их реализация к 2015- 2020 гг. может дать дополнительно 60-80 млн. т цемента.

Достаточно высокая рентабельность российских предприятий, по сравнению со среднеевропейскими показателями, привлекла на российский цементный рынок транснациональных производителей цемента: французскую компаниюLafarge, немецкий концерн Dyckerhoff, HeidelbergGroup и швейцарский Holcim. Иностранные и российские предприниматели могли бы вкладывать деньги в развитие отечественной цементной промышленности и развитие логистической инфраструктуры в случае реализации комплекса мер, направленных на создание новых и модернизацию уже имеющихся мощностей.

Рассмотрим показатели крупнейших производителей цемента на товарном рынке России.

В России крупнейшим цементным холдингомявляется ОАО «Евроцемент Групп», в состав которого входят шестнадцать цементных заводов (в том числе 13 заводов в России, два на Украине и один в Узбекистане).Объем реализации цемента на 13 заводах, входящих в группу лиц ЗАО «ЕВРОЦЕМЕНТ групп», составляетболее15 млн тонн. ДоляЗАО «ЕВРОЦЕМЕНТ групп» на рынке цемента в границах 7 федеральных округов составляет34 — 35%.

ОАО «Новоросцемент» является одним из старейших цементных предприятий и крупнейшим экспортером цемента в России. В состав предприятия входит четыре цементных завода. Объем реализации цемента на ОАО «Новоросцемент» составляет более 3,5 млн тонн, а доля на рынке цемента в границах 7 федеральных округов составляет более 8%.

ОАО «Мордовцемент» одно из крупнейших предприятий по производству цемента в Российской федерации состоит из четырех предприятий — Алексеевское карьероуправление, Староалексеевский и Алексеевский цементные заводы и предприятие промышленно-железнодорожного транспорта. Объем реализации цемента на ОАО «Мордовцемент» составляет более 3,3 млн тонн. Его доля на рынке цемента в границах 7 федеральных округов составляет 7,6%.

Холдинговая компания «Сибирский цемент» является крупнейшим производителем цемента в России, в состав которой входит четыре цементных завода. В результате привлечения значительных средств в развитие производственных мощностей в 2009 г. заводы холдинга к 2010 г. увеличили выпуск цемента до 3123 тыс. т. Совокупная доля группы ОАО «ХК Сибирский цемент» составляет более 7%.

Объем реализации цемента на ОАО «Себряковцемент» составляет более 3 млн тонн, а доля на рынке — 7,0%.

Французская компания «Лафарж цемент» является мировым лидером по производству цемента. Объем реализации цемента на 2 заводах — «Воскресенск цемент» г. Воскресенск (Московская область) и «Уралцемент» г. Коркино (Челябинская область), входящих в группу ОАО «Лафарж Цемент» в России, составляет 2,5 млн тонн. Доля ОАО «Лафарж Цемент» на рынке цемента в границах 7 федеральных округов составляет около 6%.

Holcim–международный концерн, основанный в Швейцарии, в России представлен двумя заводами — ОАО «Щуровский цемент» г. Коломна (Московская область) и ОАО «Вольскцемент» г. Вольск (Саратовская область).Объем реализации цемента указанных заводов составляет 2 млн тонн.

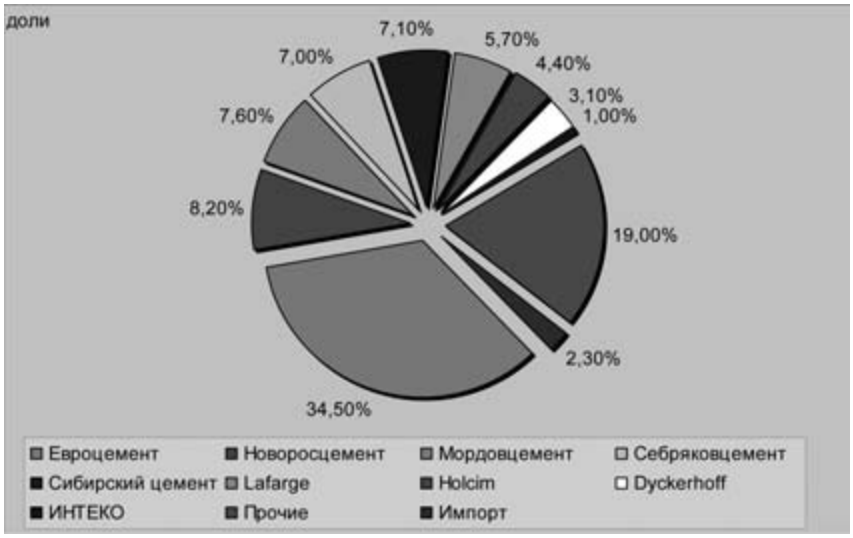

Рис. 1. Доли крупнейших производителей цемента на российском рынке.

Доля компаниина рынке цемента в границах 7 федеральных округовпока составляет более 4%.

Доли хозяйствующих субъектов, действующих в границах 7 федеральных округов, показаны на рисунке 1.

Одним из наиболее важных факторов определяющих стоимость цемента в той или иной стране, в том или ином регионе, является стоимость его перевозки: стоимость фрахта, железнодорожного тарифа либо автоперевозок. Наиболее дешевым и распространенным способом перевозки цемента является железнодорожный транспортвагонами, собственности ОАО «РЖД» класса хоппер-цементовоз. Железнодорожный тариф, приводит к удорожанию продукции на 10-12% за каждые 1000 км. Максимальная скидка, которую можно получить при маршрутной перевозке, составляет 10%. С ростом активности рынка цемента увеличивался средний радиус перевозок, который достигает в среднем по всем видам транспорта 650-700 км, а железнодорожным — 950-1000 км.

Однако ухудшение диспетчеризации на рынке железнодорожных перевозок и дефицит подвижного состава, привели к тому, что основные производители цемента стали ориентироваться на перевозки автомобильным транспортом. Если в докризисный период производители цемента покупали железнодорожные хопперы-цементовозы и полувагоны, то сегодня для них, очевидно, что даже собственный парк не дает гарантий стабильной транспортировки.Перевозки автомобильным транспортом позволяют производителям доставить цемент непосредственно на строительную площадку, в результате посреднические структуры могут быть в среднесрочной перспективе вытеснены с рынка [5].

При невысоком уровне таможенных пошлин единственным барьером для дальнейшего наращивания объемов импорта цемента является слабость логистической инфраструктуры. Российские порты не могут принимать цемент навалом (то есть засыпать его с судов в железнодорожные вагоны) — отсутствуют специальные терминалы. По этой причине морские поставки осуществляются в специальных мешках — биг-бэгах емкостью полторы-две тонны. Биг-бэг — это большая сумка из полипропилена, внутри полиэтиленовый вкладыш, и в нем полторы тонны очень текучей массы. В полувагоне умещается 60-70 таких мешков. Поскольку вагоны металлические, то существует риск разрыва биг-бэгов из-за задиров или торчащих шурупов. Комплексные потери при транспортировке и разгрузке цемента в биг-бэгах доходят до 5-10%.

Проблема низкой пропускной способности каналов поставок импортного цемента усугубляется тем, что сегодня припортовые железнодорожные станции перегружены, подвижной состав в дефиците. Для обеспечения существующих потребностей перевозки цемента у РЖД и всех остальных операторов подвижного состава не хватаетхопров-цементовозов. Между тем срыв сроков поставок чреват ухудшением качества цемента. Принято считать, что если цемент пролежал на хранении месяц, то он снижает марку,например, купив в Китае марку 500ДО, московские потребители, до которых цемент идет в лучшем случае месяц, рискуют получить марку 400ДО.

Страны-экспортеры способны производить для России не менее 10-12 млн. тонн цемента в год. Флот в состоянии принять такие объемы, однако порты могут выгружать на причалы не менее 5-6 млн. тонн цемента в год. А вот дальше — ещё большие проблемы, поскольку железнодорожная инфраструктура обеспечения портов перегружена и работает на пределе возможностей. Нехватка специализированного подвижного состава для перевозки цемента просто катастрофическая. Например, (по разным оценкам) в 2010 году из-за отсутствия вагонов не было вывезено с российских цементных заводов 5-10 миллионов тонн фактически произведенного цемента.

Поставлять цемент в Россию способны только две страны — Турция и Китай. Но доставка из Китая через Дальний Восток, а из Турции через Азовское море существенно увеличивает его стоимость. В европейской части России практически полностью отсутствуют специализированные терминалы по перегрузке насыпного цемента. Российские порты в европейской части мелковод-

ные, тогда как цемент выгодно возить лишь судами вместимостью свыше 60 тыс. тонн. По большей части такие суда принять не представляется возможным.

Следует отметить, что экономически оправданный радиус перевозок цемента не должен превышать 500 км, так как при больших расстояниях резко увеличиваются затраты на транспорт. Самый удобный способ доставки китайского цемента в западную часть России — через западные порты: Санкт-Петербург и Новороссийск. Но контейнерные линии наотрез отказываются давать баржи-цементовозы, мотивируя это тем, что суда неделями стоят в портах, ожидая разгрузки.

Таким образом, логистические барьеры являются серьезным препятствием для наращивания объемов потребления цемента. Устранение имеющихся проблем целесообразно осуществить в следующих направлениях.

Привлечение инвестицийв отрасль для сокращения выбытия мощностей и строительство новых заводов при условии обеспечения прозрачности их реализации. Иностранные и российские предприниматели готовы вкладывать капиталы в развитие отечественной цементной промышленности. Намечен ввод производственных мощностей объемом более 20 млн тонн. Для российских компаний наиболее актуально развитие собственных структур и ресурсов для транспортировки цемента как внутри страны, так и для осуществления импортно-экспортных операций.

Для устранения транспортных проблем проводится поиск новых каналов поставок. Одним из альтернативных маршрутов может быть реэкспорт китайского цемента из Белоруссии. Рассматривается возможность перевалки цемента навалом через угольные терминалы, а также схемы, связанные с использованием для перевозки цемента судами, доставляющими металлолом в Турцию (обратно в Россию такие суда, как правило, идут порожними). Целесообразно инвестировать в строительство сооружений по перевалке насыпного цемента. Поскольку современное оборудование для перевалки насыпного цемента является реверсивным, построенные порты и причалы, предназначенные для приема импортных грузов, в случае изменения внутренней конъюнктуры вполне могли бы отгружать излишки цемента на экспорт. Надо бы построить на черноморском побережье и на Дальнем Востоке хотя бы по одному специализированному порту или причалу для приемки импортного насыпного цемента и клинкера с развитой железнодорожной инфраструктурой.

Существенно увеличить (на 15-20 тысяч единиц) парк вагонов-хопров для перевозки цемента.

Вблизи мест концентрации спроса на цемент создать территориальные цементные распределительные центры (железнодорожные перегрузочные терминалы). Из портов до этих терминалов цемент должен поступать прямыми маршрутными поездами для ускорения оборота вагонов и снижения стоимости железнодорожной перевозки, а уже из этих распределительных центров цемент в вагонах и автомобилях может развозиться конечным потребителям.

Необходимо также организовать прямую продажу цемента непосредственно от производителей через торговые сети с установлением минимальных торговых наценок, в основном, зарабатывать за счет оказания услуг по доставке, тем самым расширяя область деятельности и рынок.

Конечно, для реализации этих проектов потребуются весьма немалые капиталовложения. Но так как эти проекты являются инфраструктурными, самое непосредственное участие в их реализации могло бы принять государство, которое также заинтересовано в обеспечении выполнения своих грандиозных планов строительства, а наряду с ним примет участие и частный капитал. РИСК

Библиографический список:

1. TheGlobal Cement Report//World overview, Brooklin.2010.- 98 с.

2. The Global Cement Report, Seventh Edition//By Tradeship Publications Ltd UK. — 79 с.

3. Шарунов О. Рынок цемента 2000-2008 гг.: стуктура, тенденции, перспективы//Снабженец. 2008. № 16. С. 25.

4. Россиявцифрах. 2005, …, 2012.- Крат. стат. сб.// -М.: Росстат, 2006, …, 2013.

5. Roland Berger.Will transport logistics in Russia pose a challenge for FMCG sector development?// M.: Marketstudy. — 2010. — 46 с.

А. Рахматуллина,
аспирант,
Самарский государственный
экономический университет

Влияние качества услуг общественного транспорта на проблемы городских агломераций

Аннотация: рассмотрены факторы, влияющие на качество услуг общественного транспорта. Обосновано влияние уровня обслуживания на спрос пассажиров на услуги общественного транспорта и социально-экономические проблемы городов.

Ключевые слова: услуги, общественный транспорт, город, проблемы, уровень обслуживания, факторы, эластичность спроса.

Annotation: examine factors that affect the quality of public transport services. Justified level of service impact on passengers' demand for public transport services and socio-economic problems of cities.

Keywords: services, public transport, city, problems, service level factors, the elasticity of demand.

Эффективность различных уровней обслуживания на транспорте зависит во многом от ценовой прямой и перекрестной эластичности между разными видами городского общественного транспорта. Широкий спектр факторов влияет на эластичность, например текущий уровень обслуживания, уровень доходов, демографические факторы и т.д. Однако вопрос измерения и оценки ценовой эластичности перевозок пассажиров на городском общественном транспорте в условиях регулируемого ценообразования является чисто теоретическим. Как правило, муниципальные власти устанавливают одинаковые цены на проезд для разных видов городского транспорта. В этом случае следует определять не ценовую эластичность спроса на поездки, а сервисную эластичность, методология и формула определения которых введены автором и будут рассмотрены позднее.

В отношении общественного транспорта, качество перевозок является функцией комфорта, надежности, безопасности и экологичности. Поэтому уровень обслуживания также рассматривается как фактор, определяющий качество услуг общественного транспорта. Считается, что качество услуг общественного транспорта следует оценивать в более широком аспекте по частоте перевозок, времени работы на маршруте, графику перевозок, транспортным расходам, а также предпочтительном использовании альтернативных средств передвижения (личный автомобиль или ходьба).

Когда мы рассматриваем городской общественный транспорт, за исключением отдельных специализированных и первоклассных услуг, пассажиры, как правило, не имеют возможность купить дополнительный элемент качества. Практика оказания услуг на общественном транспорте показывает, что органы муниципального управления и транспортные организации склонны не замечать, а, следовательно, и планировать повышение качества обслуживания пассажиров. В частности, факторы качества услуг не анализируются при рассмотрении транспортных расходов, даже если некоторые из них были оценены в денежном выражении с использованием экономико-математических методов.

Повышение качества услуг городского общественного транспорта касается двух групп пассажиров — имеющих личный автомобиль и не имеющих. Указанные группы пассажиров следует рассматривать взаимосвязано. Так, пассажиры, не имеющие личный автомобиль в данный момент, не обязательно будут пользоваться услугами общественного транспорта всегда, поэтому муниципальные власти и операторы услуг общественного транспорта должны учитывать это обстоятельство при планировании объемов и качества услуг перевозки. Другими словами, регулируемый рынок услуг общественного транспорта является динамичным, что обусловлено изменениями социально-экономических условий жизнедеятельности населения. Опыт показывает, что население, не имеющее личный автомобиль, может найти в будущем альтернативу общественному транспорту, поэтому данная группа населения, с точки зрения маркетинга некоммерческих организаций, не должна рассматриваться в качестве лояльных клиентов.

Городской общественный транспорт должен быть конкурентоспособным по отношению к личным автомобилям по степени удовлетворения потребностей клиентов. Так, владельцы автомобилей имеют возможность и часто готовы платить значительные суммы средств на различные дополнительные сервисные опции, такие как спутниковые навигационные системы, кожаный интерьер в машине, дорогую аудио- и видеотехнику. В то время как основные потребности владельца автомобиля связаны, прежде всего, с повышением территориальной доступности и ростом мобильности. Следовательно, выбор варианта использования общественного транспорта для владельцев автомобилей связан с предложением пакета услуг общественного транспорта с более высоким уровнем обслуживания.

Изменение уровня обслуживания, как правило, осуществляется по следующим основным причинам. Для улучшения качества обслуживания существующих клиентов за счет увеличения частоты движения транспорта, что позволяет сократить время ожидания транспортного средства, время

задержки, время перевозки. Это позволяет снизить общие расходы, связанные с поездкой и помогают сохранить существующую клиентскую базу. Увеличение общего периода времени движения общественного транспорта на маршруте снижает вероятность сокращения трафика и повышает возможность получения доступа к услугам перевозки, что также рассматривается как улучшение качества услуг для существующих пассажиров и генерирует их дальнейшие поездки.

Многие транспортные операторы предлагают различные уровни обслуживания в течение недели, чтобы минимизировать свои операционные расходы. Обычно уровень обслуживания ниже в будние дни с пиковыми периодами, вечером и в выходные дни. Важную роль в повышении качества обслуживания играют дополнительные услуги для удовлетворения социальных критериев благосостояния. Они помогают достичь каких-либо социальных целей, таких как преодоление социального отчуждения, повышение уровня доступности и мобильности. Кроме того, модальный переход к общественному транспорту от использования личных автомобилей уменьшает число аварий и воздействий на окружающую среду.

Изменение уровня обслуживания влияет на величину спроса на услуги общественного транспорта. В общем случае, при прочих равных условиях, повышение уровня обслуживания будет увеличивать пассажирский трафик, а снижение — сокращать. Размер и направление изменения спроса в результате изменения уровня обслуживания может быть выражено через понятия абсолютной и относительной эластичности. Например, если относительная эластичность спроса на автобусные перевозки при изменении их частоты составляет 0,4, то это означает, что при увеличении частоты перевозок на 10% спрос повысится на 4%. Следовательно, эластичность является мерой чувствительности пассажиров к изменению уровня обслуживания. Абсолютная эластичность дает информацию о чувствительности спроса к изменению влияющих факторов, а знак сообщает информацию о направлении изменения. Относительная эластичность спроса от изменения уровня обслуживания является низкой при значении менее 1,0 и высокой — при значении более 1,0.

Можно перечислить несколько факторов, влияющих на эластичность спроса от изменения уровня обслуживания пассажиров на городских маршрутах общественного транспорта:

— изменение уровня обслуживания. Чем ниже текущий уровень обслуживания пассажиров, тем более чувствителен спрос к его изменению;

— размер изменения уровня обслуживания. Чем больше изменение в уровне обслуживания, тем более чувствительны пассажиры к его изменению;

— изменение доходов. Пассажиры с низким уровнем доходов менее чувствительны к изменению уровня обслуживания и более чувствительны к изменению тарифов;

— конкуренция со стороны других видов городского транспорта. Сильная конкуренция со стороны других операторов общественного транспорта делает пассажиров более чувствительными к изменению уровня обслуживания на данном виде транспорта;

— влияние демографических факторов. Пожилые люди, студенты, школьники более чувствительны к изменению уровня обслуживания, чем другие группы городского населения;

— влияние цели поездок. Пассажиры, едущие на работу, как правило, менее чувствительны к изменению уровня обслуживания, чем прочие клиенты;

— влияние агломерации. Пассажиры в небольших городах и поселках городского типа более чувствительны к изменению уровня облуживания, чем пассажиры в крупных городах.

Степень модального переключения с одного вида городского общественного транспорта на другой зависит от перекрестной эластичности спроса пассажиров. Перекрестная эластичность спроса, например, между спросом на перевозки трамваями и автобусами, показывает, как изменяется спрос пассажиров трамваев на перевозки этим видом транспорта при изменении уровня обслуживания на городских автобусах при неизменных значениях прочих факторов.

Повышение уровня обслуживания на городском общественном транспорте позволяет решить многочисленные социально-экономические проблемы муниципального образования, однако степень влияния уровня обслуживания далеко не однозначна и совокупное влияние на них оценить достаточно сложно [2]. Проблемы социально-экономической деятельности города, влияние уровня обслуживания на их решение, а также степень влияния представлены в таблице.

Изменение уровня обслуживания пассажиров городского общественного транспорта имеет прямое влияние на постоянные, условно-переменные и переменные затраты транспортных операторов:

— постоянные затраты — это расходы, которые не изменяются при увеличении уровня обслуживания, то есть, они не могут быть изменены в краткосрочной перспективе и включают в себя расходы на содержание основных средств и управления;

— условно-переменные затраты — это те расходы, которые изменяются только частично с изменением уровня обслуживания. Например, повышение затрат на техническое обслуживание автотранспортных средств лишь частично связано с увеличением уровня обслуживания (повышением частоты перевозок пассажиров);

— переменные затраты — это расходы, которые изменяются прямо и непосредственно с изменением уровня обслуживания. Например, расходы

Таблица

Влияние уровня обслуживания пассажиров общественного транспорта на социально-экономические проблемы города

Проблема	Возможное решение	Степень влияния
Заторы, связанные с задержками транспорта на маршрутах	Низкая перекрестная эластичность между изменением уровня обслуживания и модальным переключением может ограничить заторы на дорогах с увеличением уровня обслуживания	Умеренная степень позитивного влияния
Заторы, связанные с ненадежностью графика движения	Увеличение частоты перевозок и переключение модальных режимов будут способствовать повышению надежности перевозок	Умеренная степень позитивного влияния
Не полная загруженность транспорта в выходные дни	Возможное сокращение объема перевозок	Слабая степень позитивного влияния
Ослабление визуального восприятия дорожно-транспортной ситуации	Возможное сокращение объема перевозок	Слабая степень позитивного влияния
Отсутствие комфорта в салоне транспортного средства	Возможное сокращение объема перевозок	Слабая степень позитивного влияния
Выбросы выхлопных газов	Увеличение уровня обслуживания пассажиров повысит степень модального переключения на общественный транспорт	Слабая степень позитивного влияния
Локальное загрязнение воздуха (кроме выхлопных газов)	Увеличение уровня обслуживания пассажиров повысит степень модального переключения на общественный транспорт	Слабая степень позитивного влияния
Шумовое воздействие	Возможное сокращение объема перевозок	Слабая степень позитивного влияния
Сокращение зеленых насаждений	Снижение трафика может уменьшить давление на прилегающую территорию	Слабая степень позитивного влияния
Негативное воздействие на экологию	Снижение трафика может уменьшить давление на прилегающую территорию	Слабая степень позитивного влияния
Низкая доступность для людей без автомобилей и с нарушениями опорно-двигательного аппарата	Увеличение уровня обслуживания улучшит доступность товаров, услуг и занятости для людей без автомобилей и с нарушениями опорно-двигательного аппарата	Умеренная степень позитивного влияния
Низкая доступность для людей без автомобилей, социально-отчужденных и проживающих в отдаленных городских районах	Увеличение уровня обслуживания улучшит доступность товаров, услуг и занятости для людей без автомобилей, социально-отчужденных и проживающих в отдаленных городских районах	Умеренная степень позитивного влияния
Число, тяжесть и риск несчастных случаев	Возможное сокращение объема перевозок	Слабая степень позитивного влияния
Низкий потенциал городской социально-экономической деятельности	Совокупная стоимость проезда на общественном транспорте снижается с повышением уровня обслуживания. Переключение режимов уменьшает заторы на дорогах, время в пути, что увеличивает производительность и эффективность трудовой деятельности. С другой стороны, для увеличения субсидий необходимо повышение местных налогов	Неопределенная степень влияния
Психо-физиологические перегрузки	Увеличение уровня обслуживания повышает модальное переключение на общественный транспорт, что снижает психические нагрузки людей с личным автомобилем и имеет физио-терапевтический эффект	Сильная степень позитивного влияния

на топливо прямо зависят от интенсивности использования транспортных средств на маршруте, что обусловлено увеличением частоты движения и числа остановок на маршрутах.

Финансирование повышения уровня обслуживания на городском общественном транспорте имеет следующие источники: доходы, получаемые от продажи билетов, и субсидии местных органов власти. Использование указанных источников финансирования во многом решается в зависимости от того, кто принимает решение о повышении уровня обслуживания и его обосновывает. Если решение принимается транспортным оператором на коммерческих основаниях, то оператор, следовательно, ожидает, что выручка и получаемая прибыль от продажи билетов достаточны для финансирования роста качества обслуживания [1]. Если решение принимается местными органами власти, исходя из социальных целей, то затраты на предоставление этих услуг будут финансироваться на основе сочетания доходов от продажи билетов и операционных субсидий местных органов власти. РИСК

Библиографический список:

1. Жуков, И.А. Конкуренция операторов городского пассажирского транспорта в условиях регулирования уличного движения / И.А. Жуков, Е.Б. Зварыч, М.Е. Корягин // Вопр. современной науки и практики. Ун-т им. В.И. Вернадского. — 2009. — №1. — С. 69-77.

2. Шеянов Д.С. Становление рынка услуг в трасформационной отечественной экономике / Д.С. Шеянов // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. — Самара, 2013. — №7 (105). — С. 122-128.

Н. Лилёв,
аспирант,
Московский институт экономики, политики и права

Конкуренция на современном рынке термотехники в России

Аннотация: в статье описана текущая конкурентная среда на рынке отопления и водоснабжения и даны краткие характеристики данного рынка. Исходя из данной статьи очевидно замедление темпов роста рынка термотехники, перенасыщение компаниями-конкурентами, в следствии чего участникам рынка необходимо более интенсивно продвигать свой продукт и искать новые сегменты на рынке, поскольку еще есть малоразвитые сегменты, которые до сих пор не открыты в России.

Ключевые слова: конкуренция, термотехника, отопление, монтажники.

Annotation: the article describes the current competitive environment in the market heating and water and given a brief description of this market. On the basis of this article is obvious slowdown in the market Thermotechnology supersaturation by competitors, in consequence of that market participants need to be more vigorously promote their product and look for new segments of the market because there is still underdeveloped segments that have not yet been discovered in Russia.

Keywords: competition, thermotechnik, heating, installers.

Российский рынок термотехники очень насыщен представителями как российских так и европейских производителей. Термотехника — это продукция, предназначенная для отопления и горячего водоснабжения. Рынок состоит из следующих сегментов:

1. Напольные котлы
♦ Чугунные
♦ Стальные
♦ Конденсационные
2. Настенные котлы
♦ Конденсационные
♦ Конвекционные
3. Электрокотлы
4. Водонагреватели
♦ Электрические
— Проточные
— Накопительные
♦ Газовые
— Проточные
— Накопительные
♦ Косвенного нагрева
5. Промышленное оборудование
6. Оборудование на возобновляемых источниках энергии
7. Принадлежности и комплектующие

На рисунке ниже показана динамика развития рынка термотехники в России по ключевым сегментам оборудования.

Эти сегменты в свою очередь делятся на более узкие сегменты. Общее количество участников более 100 компаний по основному оборудованию и еще больше по комплектующим. На данный момент на рынке действует тенденция увеличения спроса на продукцию зарубежных производителей и уменьшения на продукцию отечественного производителя. Это обусловлено качеством продукции и степенью поддержки, оказываемой компаниями-поставщиками оборудования как конечным пользователям, так и промежуточным звеньям в цепочке дистрибуции. Данный продукт относится к группе товаров, перед покупкой которых клиент проводит подготовительные работы, изучает информацию, читает отзывы и т.д.. Это объясняется следующими причинами — длительный срок эксплуатации, составляющий в среднем 10 лет, а иногда и превышающий его. Продукция рынка термотехники удовлетворяет потребностью в отоплении и обеспечении горячей водой для других бытовых целей. Продукция, используемая для отопления, проектируется и планируется на самых ранних стадиях постройки. Все перечисленные причины стимулируют конечных пользователей данного оборудования серьезно подходить к выбору индивидуальной котельной. Это в свою очередь влияет на стоимость самого оборудования.

На рисунке ниже показана структура российского рынка термотехники по странам-производителям оборудования, продаваемого на территории России.

При среднем темпе роста всего рынка термотехники в 20%, динамика развития отдельных сегментов рынка значительно отличается. Наиболее динамично развивающимися рынками на данный момент являются рынок газовых настенных котлов, электрических накопительных водонагревателей, оборудования на возобновляемых источниках энергии, рынок конденсационной техники (как настенные, так и напольные котлы). Увеличение веса одних сегментов происходит за счет сокращения других. И каждая тенденция имеет свое логичное объяснение. К примеру, сейчас явно выражена тенденция перераспределения долей от напольных котлов в сторону настенных. Это объясняется более высокой технологичностью продукта и меньшей ценой. Рынок напольных котлов стагнирует и даже сокращается. Вслед за данной стагнацией сокращаются другие рынки, продукты которых продаются только совместно с напольными котлами.

Также имеют место следующие тенденции:

♦ Динамичный рост рынка оборудования на возобновляемых источниках энергии

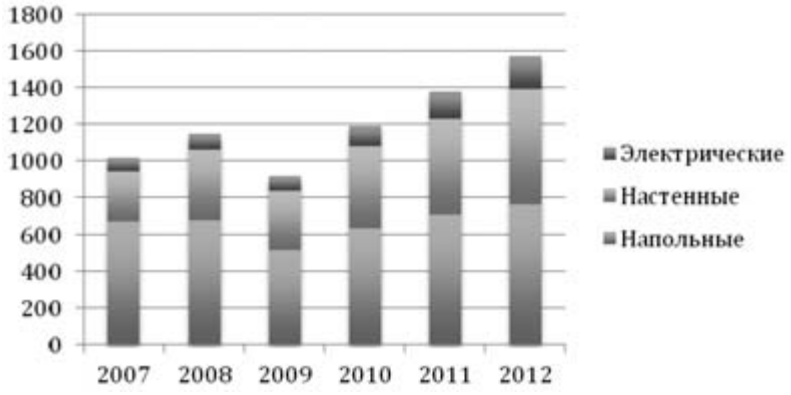

Рис. 1. Динамикакотельного рынка поквартально, тыс.шт.*

* Маркетинговое исследование рынка термотехники в России, подготовленное компанией ИП Литвинчук (2012 год).

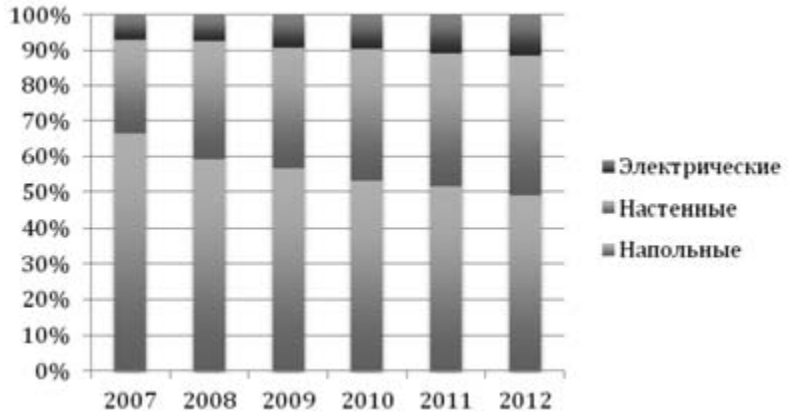

Рис. 2. Динамика развития сегментов оборудования*.

* Маркетинговое исследование рынка термотехники в России, подготовленное компанией ИП Литвинчук (2012 год).

♦ Развитие отечественного производства настенных котлов, электрических накопительных водонагревателей, газовых проточных водонагревателей

♦ Снижение доли электрических проточных водонагревателей

Основными зарубежными участниками рынка термотехники являются компании из Европы, а именно Германия, Италия, Чехия и другие.

Каждый участник рынка, который уже имеет довольно большую долю рынка, занимает свое определенное место на рынке. Компания из Италии Baxi — производитель и поставщик настенных котлов, немецкая компания Bosch –газовых проточных водонагревателей, чешская компания Drazice — производитель самых популярных в России баков-водонагревателей, немецкие противоборствующие компании Buderus и Viessmann — комплексные поставщики отопительного оборудования. Последние постоянно конкурируют между собой во многих сегментах рынка. Борьба этих компаний — это наглядный пример оборонительной и наступательной стратегий, попеременно у одного или другого участника рынка.

Методики работы и способы конкуренции участников рынка отопления отличаются. Например компании Bosch, Buderus, Viessmann — полноценные коммерческие представительства своих материнских компаний, которые закупают оборудование за рубежом у своих материнских компаний и затем поставляют своим клиентам на российском рынке. Такие компании имеют довольно большой штат сотрудников и сложную организационную структуру, как правило заключающуюся в матричной системе подчинения. В отличии от них, компания Baxi — это некоммерческое представительство своей итальянской материнской

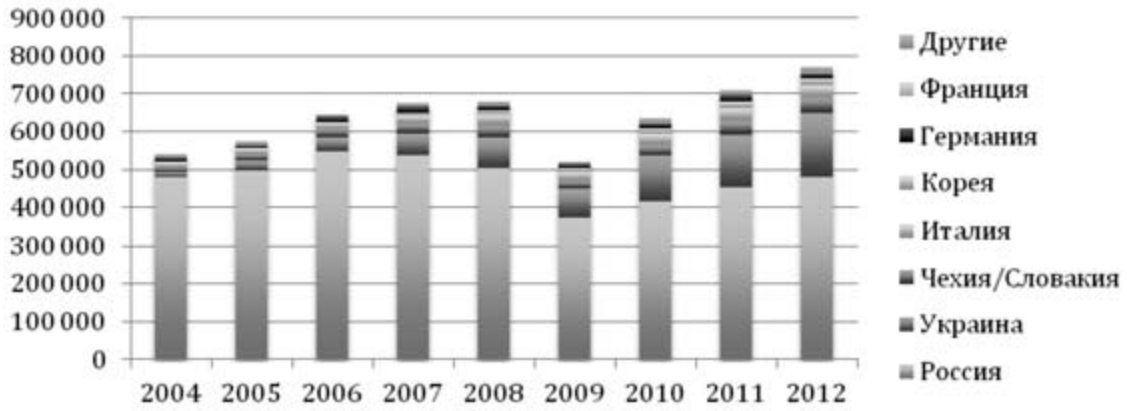

Рис. 3. Рынок напольных котлов по странам-изготовителям, шт.*

* Маркетинговое исследование рынка термотехники в России, подготовленное компанией ИП Литвинчук (2012 год).

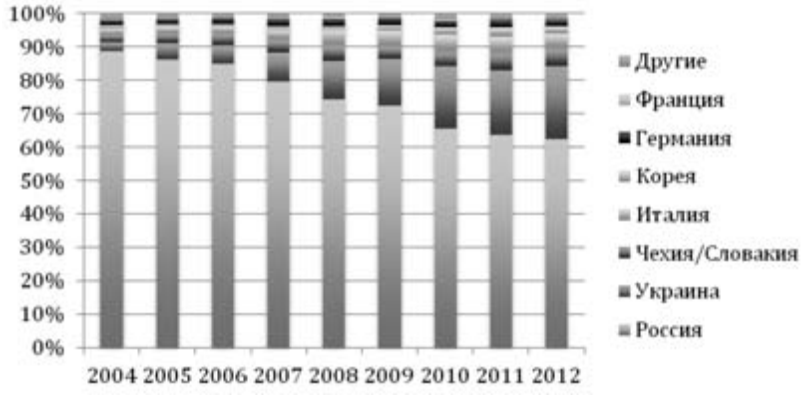

Рис. 4. Рынок напольных котлов по странам-изготовителям, %*.

* Маркетинговое исследование рынка термотехники в России, подготовленное компанией ИП Литвинчук (2012 год).

компании. Главная цель этой компании — продвижение торговой марки, оказание технической и маркетинговой поддержки в России, а торговую функцию за собой сохраняет материнская компания, которая находится в Италии. Таким образом, клиенты самостоятельно импортируют оборудование, далее распределяя его на российском рынке. Чешская компания Drazicene имеет никакого представительства в России. Продвижение и поставка оборудования осуществляется только российскими компаниями, которые и делают весь оборот чешскому производителю баков-водонагревателей на территории РФ.

Зарубежные компании обеспечивают жесткую конкуренцию на рынке отопления отечественным производителям, основное конкурентное преимущество которых заключается в цене. При такой конъюнктуре рынка участники рынка с совершенно разными ресурсами, продуктами, механизмами работы стремятся занять свою нишу и продвигать свое оборудование и торговую марку.

Продукцию для отопления и горячего водоснабжения (далее ГВС) в конечном счете покупает обычный потребитель, у которого в этом есть потребность — отсутствует централизованное отопление или централизованное ГВС. Но поскольку данный рынок имеет довольно весомую техническую составляющую, то возникает потребностью в квалифицированных силах, которые оказывают услуги монтажа, пуско-наладки и обслуживания оборудования. Для удовлетворения данной рыночной потребности существуют монтажные организации. Монтажники — это целевая аудитория производителей отопительного оборудования, поскольку именно они оказывает определяющее воздействие на принятие решения конечным пользователем о покупке. Поэтому большая часть стимулирующих программ, акций нацелена на эту группу участников рынка. Конкуренция происходит за лояльность монтажных организаций. Обучение — один из основных инструментов воздействия на монтажников. Обучение способствует увеличению узнаваемости торговой марки, повышению квалификации монтажных организаций в работе с тем или иным поставщиком оборудования.

Специфика деятельности монтажных организаций заключается в посредничестве между конечными пользователями и поставщиками самого оборудования. В продуктовом портфеле таких компаний большое количество продуктов различных поставщиков. Это объясняется необходимостью предоставления широкого ассортимента конечному пользователю. Сами монтажные организации отдают предпочтение той продукции, на которой у них есть возможность получить наибольший заработок. Помимо доходности существенными факторами являются имидж торговой марки, который может способствовать увеличению компании-посредника или наоборот тормозить развитие в виду отрицательного имиджа. Такие составляющие бизнеса как логистика, рекламная и техническая поддержка, а также простота установки и эксплуатации оборудования оказывают огромное положительное влияние на принятие решения монтажной организацией, каким оборудованием торговать и какое оборудование предлагать своим клиентам.

Такие компании как Buderus, Viessmann, Vaillant являются комплексными поставщиками оборудования на российском рынке термотехники, что делает их более привлекательными для своих клиентов. Поэтому помимо основной продукции — котлы, водонагреватели, они предлагают ассортимент комплектующих различных производителей, таких как насосное оборудование, газовая и водяная арматура, трубы и фитинги, горелочные устройства, системы управления котельной.

Монтажным организациям выгодно закупать комплектующие и принадлежности для котельных у компаний, описанных выше, поскольку в виду маленьких объемов заказа, они не могут получить выгодные коммерческие условия. А комплексные поставщики оборудования закупают комплектующие в больших объемах, что дает им возможность получить выгодные условия и обеспечить дальнейшее распределение такой продукции.

Компании-монтажники в свою очередь конкурируют между собой за спрос со стороны конечных пользователей. Для данной конкурентной борьбы они располагают такими инструментами как квалификация сотрудников, широта ассортимента предлагаемой продукции, качество технической поддержки, выгодные розничные цены.

Рис. 5. 3-х ступенчатая схема дистрибуции.

Наличие выгодных коммерческих условий у монтажной организации также определяется ее оборотами и размерами сети дистрибуции.

В то время, как монтажные организации выбирают себе партнера среди поставщиков оборудования, поставщики оборудования заинтересованы в развитии своей сети дистрибуции и обеспечение покрытия территории России своими представителями. Поскольку монтажные организации в подавляющем большинстве локальны и могут обеспечить удовлетворение спроса лишь в отдельных регионах, поставщики оборудования также работают с федеральными сетями, специализирующимися на оптовой и розничной торговле.

За счет широты охвата рынка такими клиентами, оптовики и представители розничной торговли получают более выгодные коммерческие условия. Это дает им возможность продолжать распределения товаров на других уровнях дистрибуции. Зачастую в малоразвитых регионах, где отсутствуют крупные монтажные организации, торговая деятельность осуществляется благодаря оптовикам и представителям розничной торговли.

В результате на рынке формируется четкая 3-х ступенчатая система дистрибуции, приведенная на рисунке ниже.

Такая дифференциация в предоставлении коммерческих условий часто приводит к демпингу цен на рынке. Более крупные участники рынка, как правило, имеют возможность продавать продукцию с помощью интернет магазинов. Поэтому одной из важных функций крупных поставщиков оборудования является контроль за розничных цен.

Как и на других рынках на рынке термотехники существуют разные устоявшиеся схемы дистрибуции в зависимости от продаваемого товара. Для рынка электрических накопительных водонагревателей характерна другая схема дистрибуции, представленная на рисунке ниже.

Вышеперечисленное различие в способе распределения продукции стимулирует поставщиков оборудования иметь широкий спектр партнеров, для обеспечения покрытия всей территории страны с максимальным продуктовым портфелем.

Деятельность компаний по продвижению не заканчивается только на монтажниках. Такие компании как например Bosch довольно известны среди конечных пользователей. Такая торговая марка имеет довольно хороший успех на рынке именно благодаря известности своего бренда, и поэтому продвижение, ориентированное на конечных пользователей оборудования, также имеет место и способствует увеличению доли рынка.

Рынок имеет высокую степень насыщенности, но также имеет своих лидеров по основным сег-

Рис. 6. Схема дистрибуции для электрических накопительных водонагревателей.

ментам рынка. Для достижения успеха, компании используют большое количество маркетинговых инструментов, например:

- ♦ Техническое совершенствование продуктов
- ♦ Рекламные компании
- ♦ Участие в выставках
- ♦ Программы лояльности
- ♦ Обучение сотрудников компаний из целевой аудитории
- ♦ Расширение ассортимента поставляемой продукции и выход на новые рынки
- ♦ Предложение выгодных коммерческих условий
- ♦ Развитие сети дистрибуции на рынке

В интенсивной конкурентной борьбе участники рынка сталкиваются с такими сложностями как рост курса евро (имеет значение в основном для поставщиков импортного оборудования), демпинг розничных цен на рынке, давление со стороны отечественных и китайских производителей более дешевой и простой продукции (особенно актуально на рынке солнечных систем, газовых проточных водонагревателей), развитие квалифицированной сети авторизованных сервисных центров.

Рынок термотехники относится к развивающимся рынкам. При высоком объеме рынка в абсолютном выражении, его структура постоянно изменяется под воздействием внешних факторов. Высокий уровень конкуренции со стороны отечественных и импортных производителей стимулирует участников рынка выстраивать свою собственную стратегию завоевания доли рынка, учитывая свои сильные и слабые стороны, а также открывающиеся возможности и потенциальные угрозы. От правильности стратегических решений будет зависеть их дальнейший успех на рынке. **РИСК**

Библиографический список:

1. Маркетинговое исследование рынка термотехники, подготовленное компанией ИП Литвинчук (2012 год).

Институт исследования товародвижения
и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

ИТКОР

Журналы для профессионалов

«Конъюнктура товарных рынков»

Обзор состояния и развития товарных рынков и актуальных вопросов товародвижения, маркетинга и логистики.

«РИСК:
Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция»

Теоретическое и научно–практическое аналитическое издание, публикующее результаты исследований по широкому кругу проблем экономики, связанных с логистикой, рыночной конъюнктурой, финансами
и информационным обеспечением управления.

Журнал включен в перечень ВАК.

ПОДПИСКА

В редакции: (499) 152-86-94
sales@itkor.ru

Через интернет-каталог «Российская периодика»: www.arpk.org

В любом отделении почтовой связи:
■ по объединенному каталогу «Пресса России»;
■ по каталогу Агентства «Роспечать» – «Газеты. Журналы».

Н. Хусаинова,
экономический факультет,
кафедра менеджмента
и маркетинга,
Балтийский федеральный
университет им. Канта

Обоснование применения дискриминантного анализа для оптимизации производства норковых шкурок с учетом потребительских предпочтений покупателей на международном пушном аукционе

Аннотация: в статье рассматривается применение метода многомерного статистического анализа (дискриминантного) с определением значения коэффициента, который позволит выявить возможные направления развития и улучшения качественных характеристик норковых шкурок в сложившейся ситуации на международных аукционах норкового сырья. Определение коэффициента позволяет регулировать качественные характеристики норковых шкурок на звероводстве, реализация которых в будущем позволит получить цены на отечественные норковые шкурки, сопоставимые с зарубежными – финскими и канадскими.

Ключевые слова: ценовой спрос, норковые шкурки, дискриминантный анализ, пушные аукционы.

Annotation: the article considers the application of the method of multivariate statistical analysis (discriminant) with the definition of the coefficient, which will identify possible areas of development and improvement of the quality characteristics of mink skins at international auctions of mink's feed. Determination of the coefficient allows to adjust the qualitative characteristics of mink skins for fur farming, and the future implementation of which skins will provide the prices for national mink skins comparable with foreign – Finnish and Danish.

Keywords: price demand, mink skins, discriminant analysis, fur auctions.

Для совершенствования механизма управления производством и реализацией калининградской норки на финской аукционной торговле предлагается адаптировать применение дискриминантного метода многомерного статистического анализа, который даст возможность определить приоритетные направления развития производства пушного звероводства Калининградской области.

В опубликованной ранее статье [5] была выявлена закономерность динамики цен норковых шкурок на международных аукционах и их соотношение с ценами российских и калининградских норковых шкурок. Основной вывод полученного соотношения следующий: на финском пушном аукционе ежесезонно цена на единицу отечественной шкурки норки в среднем ниже на 10-15 €, чем на норку финского происхождения. Кроме того, основными тенденциями на мировом рынке является то, что покупатели на аукционе стремятся покупать однородные партии норковых шкурок в крупных размерах. При этом, себестоимость отечественной норки существенно повышается из-за доставки и транспортировки, уплаты пошлин при вывозе продукции через границу, а также за счет комиссионного сбора для участия на аукционе. Тем самым, если не будет обеспечен ценовой спрос на отечественную норку в аукционной торговле, соответствующий канадским и финским ценам, то калининградские производители будут производить нерентабельную продукцию, что приведет к регрессии производства местной норки.

Поэтому в данных исследованиях была поставлена цель адаптировать метод дискриминантного анализа [1] как механизма отбора норковых шкурок по соответствующим качественным характеристикам востребованных на финском пушном аукционе. В связи с этим были проведены маркетинговые исследования методом экспертных оценок и определены матрицы дискриминантного анализа по потребительским свойствам норковых шкурок с максимальной и минимальной ценой на финской аукционной торговле.

Для этого проведено обоснование объема репрезентативной выборки и отбор экспертов, которые будут осуществлять экспертную оценку потребительских свойств шкурок норок, востребованных на финском аукционе [3]. В результате расчетного обоснования (формула 1) [3] было привлечено 8 экспертов: товароведы магазина — ателье «Меховой вернисаж» и заведующая цехом пошива и реализации меховых изделий ЗАО «Береговой» (Калининградская область).

$$N = \frac{\sqrt{14,4^2 + 48 * 0,35 * 1 * 336} - 14,4}{24 * 0,35} = 8 \quad (1)$$

Опрос экспертов проводился с помощью письменного анкетирования оценки норковых шкур по четырем параметрам по восьмибалльной шкале: высота остевого волоса (ворса), густота подпуши, основной тон шкурки, цветовой тип норки. После проведения табулирования получены следующие результаты (таблица 1).

Полученная информация подготовлена для проведения дискриминантного анализа, которая состоит в разбиении всего выборочного пространства (множества реализации всех рассматриваемых многомерных случайных величин) на некоторое число областей. Подготовленная информация была проверена по степени согласованности экспертов и оценена по величине коэффициента конкордации, то есть мнения экспертов согласованы, близки по смыслу, значит оценка явления объективна. По расчетам коэффициент конкордации экспертных оценок составляет 0,71. Таким образом, можно считать, что мнения экспертов в наибольшей мере согласованы, поскольку чем ближе значение коэффициента конкордации к 1, тем наблюдается большее единогласие экспертов. [4]

Таблица 1

Результаты экспертных оценок по качественным характеристикам шкурок норки

Тип норки	№ эксперта	Оценки экспертов, баллы			
		Наименование показателя			
		Высота остевого волоса (ворса)	Густота подпуши	Основной тон шкурки норки	Цветовой тип норки
Финская	1	8	7	6	5
	2	8	7	5	3
	3	7	8	5	6
	4	7	8	3	5
	5	8	7	5	6
	6	7	8	6	5
	7	8	7	6	3
	8	8	7	4	3
Русская	1	2	1	3	4
	2	6	4	1	2
	3	1	3	4	2
	4	4	6	2	1
	5	3	2	4	1
	6	1	2	3	4
	7	5	2	1	4
	8	5	6	1	2

Применение метода дискриминантного анализа выявило параметры, улучшение которых даст результаты успешности продажи на финском аукционе калининградских норковых шкурок, или наоборот.

Для этого были определены матрицы, где использовались данные, полученные при экспертном опросе — таблица 1: группа «финская» — матрица X, группа «русская» — матрица У.[2]

Матрица X			
8	7	6	5
8	7	5	3
7	8	5	6
7	8	3	5
8	7	5	6
7	8	6	5
8	7	6	3
8	7	4	3

Матрица Y			
2	1	3	4
6	4	1	2
1	3	4	2
4	6	2	1
3	2	4	1
1	2	3	4
5	2	1	4
5	6	1	2

Средние значения для каждого столбца обеих матриц следующие:

X Среднее
7,625
7,375
5
4,5

Y Среднее
3,375
3,25
2,375
2,5

В результате получены два вектор-столбца и проведен расчет ковариационных матриц с применением компьютерной программы Excel (отдельно для передовой (X) и отсталой (Y) групп).

Ковариационная матрица для группы X:

Ковариационная матрица S(x)			
0,234375			
-0,234375	0,234375		
0,125	-0,125	1	
-0,3125	0,3125	0	1,5

Ковариационная матрица для группы Y:

Ковариационная Матрица S(y)			
3,234375	0	0	0
1,65625	3,1875	0	0
-1,890625	-1,09375	1,484375	0
-0,5625	-1,375	-0,1875	1,5

Объединенная ковариационная матрица:

Ковариационная матрица Sx+Sy			
3,46875	0,0	0,0	0,0
1,421875	3,42188	0,0	0,0
-1,765625	-1,21875	2,484375	0,0
-0,875	-1,0625	-0,1875	3,0

Обратная матрица:

Обратная матрица S^-1			
0,28828828829	0,0	0	0
-0,1197910239	0,29223744292	0,0	0
0,14611872146	0,14336176445	0,40251572327	0
0,05079051654	0,11246087131	0,0251572327	0,333333333

Для расчёта дискриминантных множителей определены разности между вектор-столбцами Xср и Yср:

Вектор Xср -Уср
4,25
4,13
2,63
2,00

Затем рассчитаны вектор-столбец дискриминантных множителей с учётом всех элементов обучающих подмножеств (имеются в виду данные по группам X и Y) по формуле (2). [2]

$$A = S^{-1}(X_{ср} - У_{ср}) \quad (2)$$

По представленным расчётам получен результат:

Коэффициент Дискриминантной Функции A
1,21622992856
1,80672582637
1,10691823899
0,66666666667

Далее определены значения дискриминантных функций:

Значения дискриминантной функции для мат. X (U^(x)
32,3518
29,9115
32,5020
29,6215
31,9115
Значения дискриминантной функции для мат. X (U^(x)
32,9423
31,0184
28,8046
Значения дискриминантной функции для матрицы У (U^(y)
10,2266
16,9645
12,3974
18,5858
12,3565
10,8171
13,4682
19,3618

Среднее значение для вектор-столбца U^(x) и вектор-столбца U^(y):

Среднее U^(x)	Среднее U^(y)
31,1329	14,2722

И общее среднее (константа дискриминации) для дискриминантных функций (формула 3). [2]

$$C^{\wedge} = 0{,}5(Cp.U^{\wedge}(x) + Cp.U^{\wedge}(y)) \quad (3)$$

Расчет константы С по полученным данным:

Константа C^
22,70259

При U^(x)>C^ и U^(y)<C^ у оцениваемой выборки получается такое неравенство U^(z)>C^, следовательно, рассматриваемая выборка попадает в группу X — передовая [2].

Таким образом, если задать определенные параметры норковых шкурок на стадии их производства (выращивания), то можно определить успешным будет результат либо неуспешным. В связи с этим, если оставить объем производства норковых шкурок на том же уровне, который сейчас достигнут в калининградских пушных звероводствах, но при этом улучшить качество их параметров, то их значения должны приблизиться или даже превысить значения константы С = 22.70259, что в свою очередь позволит конкурировать калининградской норке по равным ценам с норковыми шкурками на международных пушных аукционах. **РИСК**

Библиографический список:

1. Многомерные статистические методы: Учебник. М.. Финансы и статистика, 2003. — стр. 255-262.

2. Многомерный статистический анализ в экономике: Учеб. Пособие для вузов / Под ред. проф. В.Н. Тамашевича- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. стр. 507-522.

3. Николаева М. А. Товарная экспертиза. Учебник для вузов. — М.: Издательский дом «Деловая литература», 1998. — стр. 97-133.

4. Теория статистики: Учебник/Под ред. проф. Г.Л. Громыко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2005.— (Классический университетский учебник), стр. 237-241.

5. Хусаинова Н., Левина Р. Исследование качества норки с целью повышения прибыли зверохозяйств, стр. 62-64 // Международный сельскохозяйственный журнал, М. 3 -2013.

Б. Хаиров,
к.э.н., заместитель директора по научной работе, доцент кафедры финансы и кредит,
Омский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Ценообразование в российских отраслевых логистических сетях в условиях частно-государственного сотрудничества

Аннотация: в статье рассматривается необходимость объединения отечественных производителей в условиях глобализации в логистические сети на условиях частно-государственного сотрудничества. Условием объединения производителей должна стать единая стоимость продукции в рамках общей сети, что позволит выявить необходимый объем государственной поддержки при государственно-частном партнерстве.
Ключевые слова: частно-государственное сотрудничество, логистическая сеть, ценообразование.
Annotation: the article discusses the need for unification of domestic producers in a globalized logistics network under a public-private collaboration. The condition of Producers should be uniform product within the overall network, which will identify the required amount of state support for public-private partnership.
Keywords: public-private collaboration, logistics network, pricing.

Экономическая политика России ориентирована на увеличение числа инновационных предприятий и повышение социального уровня жизни населения в стране. При анализе качества развития отечественной экономики используем концепцию теории стадий роста. Данная концепция делит экономическое развитие на три стадии: доиндустриальная, индустриальная и постиндустриальная. Характерными чертами постиндустриального общества становятся: относительное снижение производства продукции и увеличение объема предоставляемых услуг, повышение научной составляющей производства, рост квалификации персонала, глобализация.

В настоящее время в России происходят противоположные процессы: рост доли сектора услуг и деиндустриализация. Сокращение удельного веса перерабатывающих отраслей, с одновременным укреплением добывающих является вынужденным и негативно сказывается на развитии отечественной экономики. Данный тренд смещает российскую экономику с индустриального этапа на доиндустриальный. Однако, параллельно в отечественной экономике растет удельный вес услуг финансовой и торговой сферы, что свойственно для постиндустриального этапа развития экономики.

Развитие российских ресурсодобывающих и перерабатывающих отраслей играет важную роль в проведении государственной промышленной политики. Таким образом, появляется необходимость в усилении сотрудничества предпринимательских структур с государством в соответствующих формах. С этой целью необходимо выбирать логистические сети или системы в соответствии с существующей формой сотрудничества власти и бизнеса.

Исследования по данной теме либо носят общесистемный характер, либо затрагивают отдельные аспекты прикладного значения, что не позволяет объединить теоретические и методологические положения с актуальными проблемами реального построения и развития соответствующих форм сотрудничества предпринимательских и властных структур в качестве логистических систем или сетей в России [6].

Необходимость налаживания эффективного сотрудничества этих субъектов хозяйствования вызвана особенностями современного этапа развития мировой и отечественной экономики: глобализацией хозяйственных систем, возрастающей открытостью рынков, ограниченностью ресурсов, применением информационных технологий. Становление отношений сотрудничества способствует активизации потенциала бизнеса, его встраиванию в конкурентную среду, как путем реализации стратегий интеграции, так и путем формирования логистических сетей. Государство и предпринимательство как партнеры понимают, что экономика в данный момент не может обойтись без них в решении совместных вопросов, которые возникают из текущей практики экономической и общественной жизни.

От эффективного сотрудничества предпринимательской системы с различными государственными структурами, а также внешней средой зависит развитие предпринимательских структур и общества [7]. Наблюдается тенденция преобразования системы деловых связей производителей, поставщиков и потребителей во взаимосвязанную систему гибких альянсов или сетей. Альянсы способствуют снижению затрат на взаимодействие компании между собой и с конечным потребителем. Современные технологии на основе Интернет приведут к глобальной реструктуризации логистических сетей. По мере развития новейших информационных технологий, средств телекоммуникаций сетевые структуры могут постепенно трансформироваться в новый вид — виртуальные структуры [8].

В отличие от существующей парадигмы рыночной экономики — минимальное участие государства, ведущие державы и конкурентные корпоративные структуры определяют свою деятельность в соответствии с политикой проводимой государством или той территории, где они находятся. Стратегией развития отечественной промышленности являются инновации, и как следствие повсеместное развитие промышленных отраслевых кластеров, которые в мировой практике являются локомотивами перехода от индустриального уклада к постиндустриальному экономическому развитию.

В прошлом столетии точками роста российской экономики стали территориально-производственные комплексы, в основе которых было планирование и кооперация между отраслями промышленности.

С переходом к рынку в России был обусловлен процесс ускоренной трансформации экономики к условиям глобализации свободной конкуренции и необходимостью достижения постиндустриального уровня страны. Создается единое экономическое пространство, а новые коммуникационные технологии способствуют формированию предпосылок частно-государственного сотрудничества.

Так, на наш взгляд, в России получила развитие сфера услуг и имеется достаточный наукоемкий потенциал, но не индустриализация промышленности, которая необходима для перехода к постиндустриальной экономике. Стратегическая проблема развития российских интегрированных предпринимательских структур в форме кластеров — несоответствие принципам функционирования конкурентной среды. Устоявшимися факторами такой динамики являются низкая эффективность взаимодействия предприятий внутри технологических цепей, высокий процент износа активной части основных фондов, неритмичность производства, низкая гибкость в отношении удовлетворения спроса на продукцию [1].

Прослеживается несогласованность в российской экономике принципов партнерства и конкуренции, в том числе с мировыми тенденциями сотрудничества предпринимательства с государством и эффективной формой постиндустриальных стран — кластерами.

На наш взгляд, в России возможно применение формы государственно-частного партнерства с использованием территориально-производственных кластеров.

В настоящее время возникает необходимость создания территориально-производственных кластеров для достижения индустриализации на принципах государственно-частного партнерства, что является, по мнению автора, необходимым условием для формирования территориально-инновационных кластеров в рамках реализации Концепции долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 года.

Таким образом, создание многостороннего партнерства, ориентированного на инновации, становится возможным при создании гибрида в форме территориально-инновационного кластера, учитывающего принципы паритетности и конкуренции. Данная форма может быть реализована в условиях перехода общества к цивилизованному этапу развития и становлении инновационной постиндустриальной экономики.

Автором выявлена взаимосвязь эволюции форм экономической интеграции и сотрудничества власти и бизнеса (табл. 1). На основе этого можно утверждать, что для реализации многостороннего партнерства необходимо создать структуру с соответствующей организационно-правовой формой организации представляющей общие интересы и определяющей взаимодействие с внешней средой.

Как видно из таблицы 1, при частно-государственном взаимодействии могут быть любые взаимовыгодные формы взаимодействия государства и бизнеса, что объясняется обособленностью каждой из сторон.

Интегрированная логистика (логистика интеграции) в постиндустриальный период развития экономики позволит получить синергетический эффект от сотрудничества, который в значительной степени будет выше отдельно взятых положительных эффектов от деятельности каждого участника макрологистической системы. На этапе постиндустриализма логистизация сотрудничества с применением инноваций должна проходить на принципе паритетности с созданием территориально-инновационных кластеров. Становится возможным создание новой организации с участием государства и бизнеса в форме общества или унитарного предприятия (на праве оперативного управления), где участники сотрудничества передают вновь созданной структуре право определения экономической политики и соответствующих договорных отношений.

Однако, в период индустриального этапа, неравное партнерство, основанное на конкурентном сотрудничестве, формирует логистическую сеть, так помимо любых взаимовыгодных форм сотрудничества государства и бизнеса, возможны следующие формы договоров: государственные контракты, арендные отношения, финансовая аренда (лизинг), соглашения о разделе продукции (СРП), концессионные соглашения. Именно специфика индустриализации на данном этапе определяет необходимость создания территориально-производственных комплексов или кластеров.

Современные территориально-производственные кластеры в России необходимо строить с учетом опыта формирования территориально-

Таблица 1

Выбор организационно-правовых форм частно-государственного сотрудничества при формировании логистических потоков при эволюции форм экономической интеграции и сотрудничества власти и бизнеса

Этапы развития экономики	Формы сотрудничества власти и бизнеса	Формы логистики	Формы экономической интеграции	Организационно-правовые формы частно-государственного сотрудничества	
				Формы соглашений	Структурная организация
Доиндустриальный	частно-государственное взаимодействие	логистическая система или сеть	территориально-производственные комплексы	-любые взаимовыгодные формы взаимодействия государства и бизнеса	Единой быть не может
Индустриальный	частно-государственное партнерство	логистическая сеть	территориально-производственные комплексы или кластеры	-любые взаимовыгодные формы сотрудничества государства и бизнеса; -государственные контракты; -арендные отношения; -финансовая аренда (лизинг); -соглашения о разделе продукции (СРП); -концессионные соглашения.	Единой быть не может
	государственно-частное партнерство	логистическая сеть	территориально-производственные комплексы или кластеры	-любые взаимовыгодные формы сотрудничества государства и бизнеса; -государственные контракты; -арендные отношения; -финансовая аренда (лизинг); -соглашения о разделе продукции (СРП); -концессионные соглашения.	Единой быть не может
Постиндустриальный	многостороннее партнерство	логистическая система	территориально-инновационные кластеры	-любые взаимовыгодные формы взаимодействия многостороннего партнерства	Создание новой организации с участием государства и бизнеса (общество, акционерное общество, унитарное предприятие (на праве оперативного управления))

производственных комплексов Советского Союза, применяя принципы системности и паритетности в условиях рыночной экономики.

На наш взгляд, территориально-производственный кластер целесообразно рассматривать как логистическую сеть, где совокупность независимых участников, между которыми установлены взаимосвязи по экономическим потокам, основаны на взаимных обязательствах и ответственности, которые функционируют за счет общей ресурсной базы.

Так, эмпирической предпосылкой развития интеграции в лесопромышленном комплексе является то, что большинство организаций не способны быть рентабельными за счет собственных оборотных средств. С формированием интегрированных корпоративных сетей с участием государства появляется возможность сохранить единую цепь технологически зависимых и взаимосвязанных предприятий и организаций, выполняющих различные функции в едином производственном процессе.

Актуальной задачей является нахождение оптимального сочетания параметров интеграционного сотрудничества субъектов государственно-частного партнерства, локализованных в правовой, экономической, экологической, технической и социальной плоскости. Специфику концептуального решения характеризует наличие ряда проблем, препятствующих формированию интеграционных объединений:

-низкая инновационная активность и ограниченные финансовые возможности большинства участников лесопромышленного комплекса;

-ресурсные ограничения, связанные с недостаточными производственными мощностями многих предприятий промышленности и др.

Для преодоления отрицательного эффекта влияния перечисленных выше факторов в качестве одной из наиболее оптимальных форм скоординированной консолидации субъектов экономики в лесопромышленном комплексе следует рассматривать развитие территориально-

производственных кластеров в сетевой форме. Необходимо выделение системообразующего элемента территориально-производственного кластера государственно-частного партнерства, в качестве которого может рассматриваться инвестиционный проект.

Таким образом, с точки зрения логистики использование инвестиционного проекта в качестве первоосновы сформирует необходимый импульс для оптимальной трансформации бизнес-процессов всех участников лесопромышленного комплекса, интегрированных в реализацию проекта. Для некоторых организаций интегрирование проектов со стратегией потребует преобразования всего процесса управления бизнесом, для других эта интеграция будет означать установление связей между уже имеющимися разрозненными подсистемами и перенос внимания на систему в целом [3].

Такая интеграция должна носить двуединый характер, обеспечивая синхронизацию и сочетание бизнес-процессов на уровне логистического и инвестиционно-промышленного циклов. Логистический цикл включает формирование цепи и сквозного скоординированного управления на этапах: производство — распределение — потребление. Инвестиционно-промышленный цикл включает интеграцию предприятий, функционально обслуживающих отдельные фазы жизненного цикла продукции: проектирование — производство — сервис — утилизация.

Вокруг инвестиционного проекта происходит формирование внутрисистемных связей субъектов лесопромышленного комплекса. Их развитие, с точки зрения логистической концепции проектного управления, стихийно (или естественно-эволюционно) стимулирует интеграцию в процессе управления проектом, в которой можно выделить две ключевые области: интегрирование проектов со стратегическим планом организации и интеграция внутри процесса управления реальным проектом.

Особую значимость с точки зрения практической реализации данной концепции имеет интеграция внутри процесса управления реальным проектом, катализатором усиления которой может выступать именно кластерная политика, которая основывается на стимулировании укрепления взаимосвязей участников кластера, развитии отношений крупного, среднего и малого бизнеса, что особенно актуально в современных условиях [1].

Таким образом, составляющими развития лесопромышленного комплекса выступают участники инвестиционных проектов производства продукции, взаимозависимые в удовлетворении индивидуальных интересов, а также поддерживающие институты, ассоциации и организации, позволяющие создать для них суммарный синергетический эффект.

Определен общий концептуальный контур проектирования оптимальных интеграционных форм сотрудничества субъектов лесопромышленного комплекса, платформу идентификации которого составила кластерная форма организации функцио¬нирования бизнеса, рассмотренная нами через призму логистической концепции управления проектами в условиях глобализации. Диагностика базо¬вых принципов консолидации субъектов лесопромышленного комплекса в рамках логистического и инновационно-инвестиционного цикла подчеркивают рациональность применения данного инструмента.

Устойчивый рост лесопромышленного комплекса в результате ускоренного развития производственной сферы, как сырьевой, так и связанной с высокими технологиями, автор считает возможным в современных условиях при реализации проектов, основанных на принципах государственно-частного партнерства в форме логистической сети территориально-производственного кластера предпринимательских и властных структур.

Логистическая сеть имеет горизонтальную направленность в отличие от логистической системы. На наш взгляд, отличительные характеристики логистических сетей, в сравнении с системами, позволят определить наиболее эффективную форму сотрудничества власти и бизнеса на современном этапе развития экономики России. Логистические сети должны предотвратить захват и передел собственности в лесопромышленном комплексе зарубежными транснациональными компаниями, что позволит восстановить лесопромышленный комплекс и установить цивилизованные отношения между его участниками.

Логистические сети создаются для реализации государственной поддержки предпринимательства, так как на данном этапе развития экономики лесопромышленный комплекс со своими проблемами не достаточно привлекателен для крупных инвесторов (что связано с различными инвестиционными рисками вложений), а предпринимательские структуры лесопромышленного комплекса не способны с помощью банковских кредитов и займов расширить производство и обновить устаревшее оборудование. Инициатива привлечения средств должна исходить от власти в целях восстановления и развития лесопромышленного комплекса. Даже при недостаточной инвестиционной привлекательности лесопромышленного комплекса, на данном рынке представлены транснациональные компании, которые активно фактически поделили ресурсную базу, соревнуясь между собой в покупке упадочных леспромхозов, их восстановлении и реорганизации, и, как следствие, наращивания объемов производства.

Одним из вариантов привлечения средств могут быть различные финансово-промышленные группы, которые готовы инвестировать средства, но впоследствии органы исполнительной власти потеряют контроль над организациями лесопромышленного комплекса, что значительно повлияет на эффективность реализации социально-экономических программ развития России, а налоговые отчисления будут поступать в другие страны, где зарегистрированы эти группы.

Логистические сети лесопромышленного комплекса необходимо создать в форме территориально-производственных кластеров, что создаст все условия для государственно-частного партнерства в целях соблюдения приоритетов социально-экономического развития России, сбалансированности общественных и частных интересов, государственной гарантированности режима наибольшего инвестиционного благоприятствования, приоритетной государственной поддержки инвестиционной деятельности.

Достижение стратегических целей бизнеса может быть возможным при интеграции логистических систем на основе сети. Работа компании в рамках логистических сетей представляет ряд преимуществ, которые в свою очередь, приводят к существенному снижению общих затрат с одновременным повышением качества функционирования всей системы. В современных условиях успех компании зависит не только от наличия собственных ресурсов, но и от умения привлекать ресурсы и рыночные возможности других участников цепочки поставок на основе партнерского сотрудничества [9], т.е. паритетности, что позволит контролировать потоки в цепях поставок по новым целевым критериям.

В современной практике развитие интеграционных процессов происходит в условиях образования логистических цепей. Как показывает опыт, они гораздо мобильнее, чем административные организации, и одновременно лишены недостатков нескоординированного рыночного обмена, который реализуется на основе взаимосвязей между членами логистической цепи, базирующихся на принципах взаимопомощи, взаимной выгоды и доверия.

Сетевая форма организации логистики должна рассматриваться с точки зрения формирования достаточно гибкой полицентрической структуры, позволяющей входящим в нее юридически независимым компаниям, имеющим собственные цели, конкурировать между собой, привлекать новых партнеров и одновременно организовывать и координировать деятельность своих членов. При этом взаимодействие с партнерами строится на использовании рыночных механизмов, а не административных процедур [2].

Указанные характеристики отражают актуальность трансформации отдельных неэффективных организаций, имеющих системные формы в сетевые, которые базируются на принципах конкуренции при сотрудничестве власти и бизнеса. Следует отметить, что в условиях постиндустриальной экономики, чаще возникает необходимость преобразования сетей в системную форму, которая позволяет достигать синергетический эффект и конкурентное преимущество за счет централизованного контроля над цепью создания ценностей.

С вступлением России в ВТО отечественные предпринимательские структуры лесопромышленного комплекса вряд ли смогут каждая в отдельности конкурировать с зарубежными сетями. Решением является создание отечественных отраслевых сетей на принципах частно-государственного сотрудничества.

Основой протекционистской политики отечественной экономики может стать формирование государственно-частных логистических сетей на условии единого подхода в ценообразовании всех участников внутри сети независимо от размеров их активов и маневренности (см. таблицу 2).

Таблица 2

Ценообразование продукции отдельных производителей

Производитель (А)	Стоимость (С), руб.	Себестоимость, (S), руб.	Объем (V), ед.	Общая прибыль (Vx(C-S)), руб.	Прибыль на единицу произведенной продукции (C-S), руб.
1	6	3	10	30	3
2	5	2,5	20	50	2,5
3	4	2	30	60	2

Рассчитаем среднюю стоимость единицы продукции участника сети:

$$Pcp=((V1xC1)+(V2xC2)+(V3xC3))/(V1+V2+V3)=140/45=2,33руб. \quad (1)$$

Pcp- средняя прибыль участника сети;
V- объём произведенной продукции;
С-стоимость единицы продукции.

Из расчетов видно, что совместная деятельность производителей в единой сети влечет снижение средней стоимости единицы продукции и соответственно прибыли от реализации одной единицы продукции у первого (А1) и второго (А2) производителя, однако, это является той платой за риски связанные с конкуренцией и установле-

ние единой стоимости в сети равной 2,33 рубля за единицу продукции.

До вступления в сеть те кто имели большую себестоимость продукции в связи с возможными технологическими затратами, имели высокую прибыль с единицы товара, но малый объем произведённой продукции и соответственно общий объем прибыли незначительный по сравнению с другими участниками сети. И, наоборот, небольшие капиталовложения в производство товаров и низкий уровень качества позволяли другим производить большее количество продукции по более низкой стоимости и получать более значительную прибыль.

Единая стоимость продукции внутри сети позволит определить равные условия совместного сотрудничества для всех участников независимо от их уровня технологического развития. Также мы определили необходимость совершенствования производителями А1 и А2 своих производственных технологий, чтобы участие в сети стало выгодным для них. Разница между самой высокой и низкой себестоимостью будет определять тот объем государственной поддержки необходимой для отраслевого развития в условиях государственно-частного партнерства.

Таким образом, отечественные производители могут снизить угрозу ценовой конкуренции со стороны зарубежных сетей, так как величина издержек и риска станет единой для всех, а прибыль на единицу произведенной продукции для всех участников будет равной. Участники отечественных частно-государственных сетей смогут скорректировать свои слабые стороны, стремясь к максимальной выгоде, функционируя внутри сети на принципах конкуренции.

В мировой экономике происходит трансформация взаимодействия экономических сфер воспроизводства и обращения, стимулированная общим сдвигом в развитии экономики в целом. Создание макрологистических систем эффективно при удовлетворении большинства потребностей. Создание систем на принципах логистической концепции в различных государствах становится важной составляющей инновационного развития экономики этих стран. **РИСК**

Библиографический список:

1. Воронин, А.В. Стратегический подход к управлению инвестиционно-строительным комплексом региона // Экономические науки. 2008. № 3 (40). С. 285–288.

2. Евтодиева, Т.Е. Сравнительная характеристика системной и сетевой форм организации логистики // Проблемы современной экономики. — 2011. — № 1 (37). — С. 169-171.

3. Клиффорд Ф-Грей, Эрик У. Ларсон Управление проектами: Практическое руководство / Пер с англ. — М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003. — 528 с.

4. Нуреев, Р. Предпосылки новой экономической парадигмы: онтология и гносеология // Вопросы экономики. — М. — 1993. — №4 — С. 1-15

5. Олейников, Д.А. Кластерный подход к организации инвестиционно-строительного комплекса региона: логистический аспект // Технологии управления и маркетинга — Ростов-на-Дону. — 2011. — №5(61)

6. Хаиров, Б.Г. Вопросы формирования вертикальной интеграции предприятий лесопромышленного комплекса Омской области // Российское предпринимательство. — М. — 2007. — №4.–С.3-6

7. Хаиров, Б.Г. Формирование отношений властных и предпринимательских структур региона на принципах логистического администрирования // Вестник СибАДИ. — Омск. — 2012. — выпуск 5 (27) — С. 148-152

8. Хаирова, С.М. Использование концепций логистики и инновационного подхода в управлении при формировании региональной транспортно-логистической системы // Вестник СибАДИ. — Омск. — 2011. — выпуск 4 (22) — С. 85-88

9. Хаирова, С.М. Маркетинговое и логистическое обеспечение услуг транспортно-экспедиционных организаций региона // Вестник СибАДИ. — Омск. — 2012. — выпуск 2 (24) — С. 136-140

маркетинг и логистика

- новости
- аналитические материалы, статьи
- законодательство, нормативные акты, комментарии
- маркетинговые исследования

www.itkor.ru

Е. Бакальская,
к.э.н., доцент кафедры экономики и организации производства Института экономики и бизнеса, Ульяновский государственный университет

Теоретические аспекты дифференциации торговых предприятий[1]

Аннотация: дано определение понятия «дифференцированные торговые предприятия». Описаны формы и показатели дифференциации организаций сферы обращения. Обозначены особенности управления и сегментирования в рамках указанных форм дифференциации.
Ключевые слова: торговля, дифференциация, несовершенная конкуренция.
Annotation: definition of «differentiated trade enterprises». The described form and indicators of differentiation of the organizations of sphere of circulation. The marked features of management and segmentation in the framework of the mentioned forms of differentiation.
Keywords: trading, differentiation, imperfect competition.

Глобализация экономических процессов требует анализа закономерностей функционирования торговли как важнейшей составляющей экономики. Экономическая история убедительно доказывает, высокие темпы экономического роста во многом достигаются посредством качественного развития сферы обращения.

В настоящее время российская экономика характеризуется усилением роли торговли в реальном секторе экономики, состояние которой служит надежным индикатором эффективности экономики в целом. Сфера обращения, позволяя решать главную задачу общественного производства — удовлетворение разносторонних потребностей людей, реализует, тем самым, произведенную потребительскую стоимость и связывает производство с потреблением. Следствием этого является способность торговли существенным образом влиять на макроэкономические показатели страны в целом.

Сегодня конкурентоспособность отечественных торговых организаций в значительной степени снижена в связи с плохой информационной, материально-технической оснащенностью и наличием серьезных проблем, обусловленных неразвитостью инфраструктуры товарных рынков. Специфика торговли заключается в ее четко выраженном рыночном характере. В силу более низких отраслевых барьеров входа торговля всегда будет характеризоваться более острой конкурентной борьбой, большей взаимозависимостью хозяйствующих субъектов. Это определяет возникший в последние годы повышенный интерес к проблемам формирования и эффективного функционирования отраслевых рыночных структур применительно к исследуемой отрасли.

Теория организации отраслевых рынков достаточно подробно описывает существующие типы рыночных структур и особенности поведения предприятий, функционирующих в их рамках. Вместе с тем, признаки, позволяющие проводить типизацию рынков, не в полной мере, могут быть применимы к предприятиям сферы обращения.

Один из важнейших признаков, характеризующих тип рыночной структуры, — степень дифференциации товара. В связи с этим рынок представляет как совокупность отдельных сегментов, каждый из которых является относительно самостоятельной частью рынка [7]. Отсутствие таких возможностей, чаще из-за объективных причин, вынуждает рынок развиваться по олигополистическому типу [5].

Согласно исследованиям Ф. Шерера и Д. Росса дифференцированные продукты — это продукты, которым среди конкурирующих продуктов в данной ценовой группе явно оказывается предпочтение со стороны ряда потребителей [8,с.18]. Другими словами, дифференциация продукта — мнимые или действительные различия в аналогичных товарах, производимых фирмами-конкурентами. Потребительские свойства и уровень их качества оказывают влияние на выбор товаров, являясь, таким образом, условиями дифференциации или ее факторами.

Таким образом, сущность дифференциации заключается в объективной или субъективной возможности отличать конкретный товар от аналогичных товаров. При этом субъектом дифференциации выступает потребитель, а в качестве объекта дифференциации — товар.

Принципиальным отличием дифференциации в сфере обращения является то, что в качестве объекта дифференциации выступает не товар как таковой, а непосредственно сам хозяйствующий субъект — торговое предприятие. Оно посредством оказания торговой услуги осуществляет продажу товаров [4,С.228]. Аналогично лояльности потребителей к той или иной производственной марке в торговле существуют явные предпочтения одного торгового бренда другому.

В качестве факторов дифференциации торговых предприятий следует выделить основные три — ассортимент, обслуживание и местораспо-

1 Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект № 13-12-73001)

ложение. Дифференциация в сфере обращения представляет собой мнимые или действительные различия в факторах дифференциации торговых предприятий. *Дифференцированными торговыми предприятиями* следует считать те, которые имеют определенные различия с точки зрения субъектов дифференциации. *Однородные торговые организации* — предприятия, являющиеся совершенными по всем субъективным и объективным факторам (параметрам) дифференциации [2, С.136].

Различное сочетание факторов дифференциации позволяет формировать разнообразные формы дифференциации в торговле, которые можно условно разделить на простую и сложную формы.

Простая форма дифференциации характеризуется наличиями различий в одном из факторов дифференциации, тогда как по остальным факторам продукт является однородным. *Сложная форма* дифференциации будет характеризоваться различиями в более чем одном факторе дифференциации.

Каждая из указанных форм дифференциации может быть описана следующими типами:

1) *ассортиментная дифференциация* проявляется в том, что торговые организации имеют объективные или субъективные отличия в реализуемых товарах, тогда как услуги и месторасположение торговых организаций считаются однородными или незначительными с точки зрения потребителя;

2) *сервисная дифференциация* характеризуетсятем, что торговые организации, имеют объективные или субъективные отличия в торговом обслуживании, тогда как ассортимент и месторасположение торговых предприятий признаются однородными или незначительными с точки зрения потребителя;

3) *пространственная дифференциация* — торговые организации имеют объективные или субъективные для потребителей отличия в месторасположении, тогда ассортимент и услуги, предлагаемые торговыми предприятиями, признаются однородными или незначительными.

Сложная форма дифференциации может быть представлена следующими типами:

1) *ассортиментно-сервисная дифференциация* — характеризуется мнимыми и действительными различиями в предлагаемых товарах и услугах, тогда как различия с месторасположения отсутствуют;

2) *ассортиментно-пространственная дифференциация* — проявляется в наличии различий в реализуемых товарах и месторасположении торговых предприятий, тогда как услуги признаются однородными;

3) *сервисно-пространственная дифференциация* — характеризуется мнимыми и действительными различиями в предлагаемых услугах и месторасположении торговых предприятий, ассортимент товаров — однородный;

4) *абсолютная дифференциация* — характеризуется мнимыми и действительными различиями во всех факторах дифференциации одновременно.

Очевидна необходимость оценивать степень дифференциации в рамках отраслевых рынков. На базе существующих предложенных показателей в [6], [1] , учитывая отраслевую специфику исследуемых предприятий, предлагается следующая система показателей степени дифференциации торговых организаций (табл. 1).

Таблица 1

Показатели дифференциации

Сфера производства	Розничная торговля	Оптовая торговля
1	2	3
Доля продаваемых брендов в общем объеме продаж данного изделия	Доля розничного товарооборота сетевой торговли в розничном товарообороте всех торговых предприятий, реализующих данный продукт	Не применяется
Доля расходов на рекламу данного бренда в объеме продаж	Доля расходов на рекламу торговой марки в розничном товарообороте	Доля расходов на рекламу торговой марки в оптовом товарообороте
Показатель перекрестной эластичности спроса	Показатель перекрестной эластичности розничного товарооборота	Показатель перекрестной эластичности оптового товарооборота
Индекс энтропии	Индекс энтропии	Индекс энтропии

Показатель приверженности марке по опросам потребителей Показатель приверженности розничному торговому предприятию по опросам Показатель приверженности оптовому торговому предприятию по опросам

Представленные показатели имеют определенные преимущества и недостатки. Рассмотрим возможность применения указанных показателей к оценке степени дифференциации предприятий оптовой и розничной торговли. Очевидно, что под долей продаваемых брендов, учитывая отраслевую специфику, следует понимать долю сетевой торговли в розничном товарообороте всех торговых предприятий данного рынка. Дело в том, что производить товар определенного бренда экономически целесообразно только на рынках моно-

полистической конкуренции, т.к. именно данная стратегия позволяет привлечь покупателей, обеспечивая тем самым рост объема продаж.

В сфере обращения действует такой же принцип. Имеет смысл тратить дополнительные денежные средства на разработку и продвижение торгового бренда, если реализация товара осуществляется сетью магазинов. Одиночные торговые предприятия тоже могут иметь название, характерный дизайн и т.д. Однако, как отмечается в [8, с.32] , что «… сам факт присвоения дополнительного имени…еще не означает превращения хозяйствующего субъекта в обладателя бренда. Сильный бренд, который «работает» на компанию, подразумевает, что в течение долгого времени сама компания … тратила уйму сил, времени и денег на его создание и выращивание». Соответственно, о полноценном торговом бренде можно говорить только применительно к сетевым торговым розничным предприятиям.

Понятие сетевой торговли применимо только к розничным продажам. В оптовой торговле данный показатель не может быть применим, т.к. для них не экономически нецелесообразно тратить ресурсы на рекламу, учитывая специфику потребителя оптового предприятия.

Следующий показатель — доля расходов на рекламу — по большому счету, являясь косвенным в производственной сфере, может выполнять такую же роль дополнительного измерителя дифференциации в розничной сфере, однако, в меньшей степени, — в оптовой торговле.

Показатель перекрестной эластичности актуален как для оптовой, так и розничной торговли и позволит более точно оценить степень дифференциации организаций сферы обращения. Учитывая отраслевую специфику, будет находиться как отношение изменения среднего уровня цен на одном торговом предприятии, к величине изменения товарооборота другой торговой организации. Очевидно, что чем выше его значение, тем ниже уровень дифференциации сравниваемых предприятий.

Недостатком данного показателя применительно к изучаемой сфере, кроме того, что указан ранее является, является большее количество хозяйствующих субъектов, что в значительной мере усложняет возможности его применение в розничной торговле. Однако, в силу более высоких барьеров входа и, следовательно, меньшего числа хозяйствующих субъектов, в оптовой торговле его применение будет успешным.

Оценка приверженности потребителей торговым предприятиям представляется с практической точки зрения наиболее перспективной в силу возможностей реализации (с поправкой на субъективность метода).

Индекс энтропии будет представлять собой распределение потребительских предпочтений между торговыми (как оптовыми, так и розничными) предприятиями. Если энтропия стремится к единице, то потребители менее привержены конкретной торговой организации, инаоборот.При расчете необходимо использовать товарооборот сравниваемых торговых компаний. Указанные показатели не способны в полной мере оценить степень дифференциации, вместе с тем, позволяют отчасти решить данную методологическую проблему.

Управление торговыми предприятиями необходимо выстраивать исходя из формы дифференциации, так как она во многом определяет особенности потребительского поведения, что определяет вектор конкурентной борьбы на рынке. Управленческая деятельность в организациях сферы обращения будет представлена следующими блоками:

1. управленческая деятельность, связанная с комплексом операций по организации закупок, транспортировки, хранения и представления ассортимента товаров, то есть ассортиментное управление;

2. управленческая деятельность, характеризующаяся совокупностью операций по предоставлению и продвижению услуг, связанных с реализацией ассортимента — сервисное управление;

3. управленческая деятельность, направленная на поиск, выбор и организацию торговых предприятий с учетом существующих тенденций территориального распределения потребителей — пространственное управление.

Представленные блоки различны по своей природе, основаны на управлении различными бизнес-процессами, вместе с тем, безусловно, является взаимовлияющими, применительно к сложным формам дифференциации торговых организаций — взаимодополняющими.

Указанные отличия вуправлении торговыми компаниями определяют отличия в процессах сегментирования потребителей (рис. 1,2,3). При товарном управлении (рисунок 1) основой сегментов 1, 2, 3 являются различия в товарных предпочтениях различных сегментов потребителей. Это могут быть различия в критериях качества товаров, размеров, цветов и прочие характеристики.

Соответственно, каждый данный сегмент товарных предпочтений будет ещё характеризоваться и базовым набором услуг, который необходим для совершения покупки.

Так, например, для магазинов низкой ценовой категории товаров оформление, дизайн, выкладка и внимательность продавцов играют меньшую роль, чем для магазинов высокой ценовой категории.

Основой сегментирования в сервисном управлении (рис. 2) в отличие от управления ассорти-

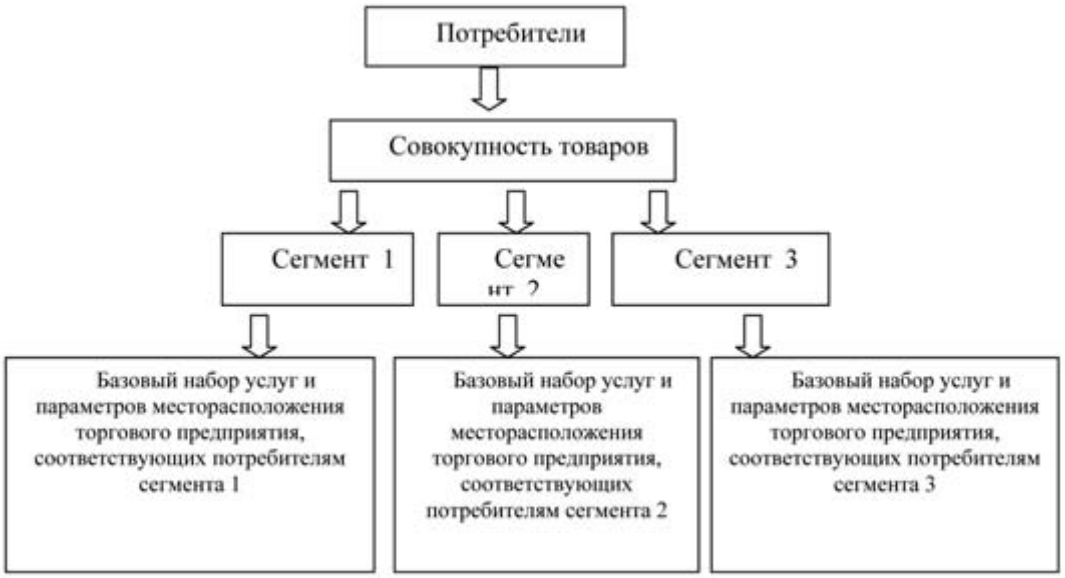

Рис. 1. Сегментирование потребителей в условиях ассортиментной дифференциации.

Рис. 2. Сегментирование потребителей в условиях сервисной дифференциации.

ментом является группировка потребителей по предпочтениям в обслуживании. Это могут быть требования к наличию интернет-сайта и возможности оформления заказа посредством него у торгового предприятия, качеству обслуживанию продавцом, формам оплаты, скорости оформления заказа, возможности его доставки и прочие услуги. Занятые потребители массово перешли на покупку товаров в интернете, так как сервисная составляющая данного формата в большей мере удовлетворяет их запросы на текущий момент[3,с.72].

Соответственно, каждый сегмент сервисных предпочтений будет характеризоваться также определенными особенностями ассортимента товаров и месторасположения торговых предприятий.

При пространственном управлении (рисунок 3) основой сегментов 1, 2, 3 являются различия в предпочтениях размещений торговых организаций у разных групп потребителей.

Так, магазины «у дома» (на примере торговли продуктами питания) могут быть небольшими по площади, главные требования, предъявляемое к

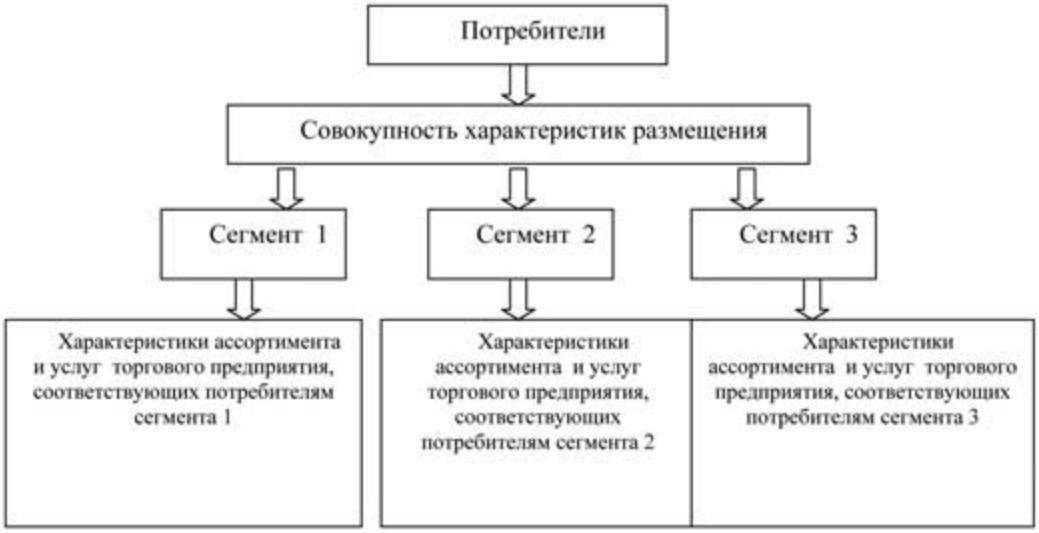

Рис. 3. Сегментирование потребителей в условиях пространственной дифференциации.

ним потребителями — наличие базового ассортимента повседневных товаров и базовое качество обслуживания (традиционный метод продаж или самообслуживание). Магазины, расположенные в деловых центрах города, должны включать не только базовые продукты питания, реализуемые магазинами «у дома», но и более дорогие позиции алкогольной, подарочной продукции и широкий ассортимент готовых блюд.Как правило, они должны быть более ярко и качественно оформлены, иметь хорошие торговое оборудование. Иметь подъездные пути и находится вблизи к транспортным магистралям города, деловым центрам и зданиям.

Таким образом, различия в факторах дифференциации обуславливают отличные инструменты маркетинговой политики торгового предприятиями, требуют существенных отличий в управлении торговых организаций. РИСК

Библиографический список:

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков.-М.:Магистр, 1998.
2. Бакальская Е.В. Сфера торговли:сущность дифференциации //Проблемы теории и практики управления.- 2012.- №7-8.С.135-139
3. Кашин С. Портал в реальность //Секрет фирмы. -2012. -№5. С.72-73
4. Котляров И.Д. Функции товаров и услуг в современной экономике // Вестник НГУЭУ.- 2013.-№ 3 . С.222-235
5. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М., 1996.
6. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник.- М.: ИНФРА-М, 2008.
7. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции (Реориентация теории стоимости) / пер. с англ. Э. Г. Лейкина и Л. Я. Розовского. — М.: Экономика, 1996. — 351 с. — Серия «Экономическое наследие».
8. Шерер Ф, Росса Д. Структура отраслевых рынков. — М.:ИНФРА- М, 1997.

В статье «Эффективные методы привлечения потребителей и прогнозирование прибыли в продуктовом ритейле» (РИСК №1, 2014 г.) на стр. 76 следует читать:

$$p^2 = \{(Q_1 X)^2 + (Q_2 Y)^2 + (Q_3 Z)^2 + (Q_4 N)^2\} / 4 \qquad (1)$$

где значения $Q_1 = (2-3)10^2$ руб./шт.; $Q_2 = (5-8)10^3$ руб./м.;

$Q_3 = (3-4)10^4$ руб./шт.; $Q_4 = (2-3)10^4$ руб./%.

В. Одесс,
д.э.н.,
профессор, главный научный сотрудник,
Институт проблем рынка,
г. Москва

Платежеспособный спрос промышленных предприятий — важный фактор реализации экономики рыночного типа в России

Аннотация: в статье дается характеристика состояния экономики страны в настоящий период и влияние отдельных элементов хозяйственного механизма на производство, рыночную инфраструктуру, финансы и денежные потоки, внешнеэкономические отношения. Предлагаются возможные направления решения имеющихся проблем в основных сегментах экономики России.

Ключевые слова: темпы роста экономики, обновление основных фондов, конкуренция, денежные потоки, платежеспособность, направление финансовых ресурсов государства, вывод активов из страны, структура бюджетных расходов.

Annotation: article describes the state of the economy in the current period and the impact of the individual elements of the economic mechanism of production, market infrastructure , finance and cash flows , external economic relations . Suggests possible ways of solving existing problems in the major segments of the Russian economy.

Keywords: economic growth , modernization of fixed assets , competition , cash flow, ability to pay , the direction of state financial resources , transfer of assets out of the country , the structure of budgetary expenditures.

После распада СССР в экономике России, позиционировавшей себя его правопреемником, огромную, хотя и не очень позитивную роль сыграли изменения, происшедшие в так называемые «шальные девяностые годы» (шоковая терапия по латиноамериканскому образцу, приватизация с прямым захватом государственной собственности, в т.ч. за счет выпуска попавших в нечестные руки ваучеров и т.п.), в результате чего наступил кризис, прежде всего в экономике.

В двухтысячные годы новое руководство страны во главе с В.В.Путиным сумело навести порядок в управленческих структурах государства, что включало в себя многие сегменты хозяйственного механизма. Однако, важнейшие составляющие экономической системы (финансовые потоки, руководство производственной сферой, финансирование науки, здравоохранения и культуры и ряд других направлений) необходимых изменений не претерпели, что привело экономику в целом к стабильной стагнации и сегодня ее показатели находятся на грани рецессии. При обсуждении в Государственной Думе доходов и расходов отдельных отраслей в 2014 году базой явился официальный прогноз экономического развития России на 2014 год и плановый период до 2016 года, который исходит из сокращения расходов на научные исследования и разработки с 1,2% ВВП в 2013 году до 1,08% к 2016 году. Развитие расходов на образование также сокращается в этот период на 0,2% (журнал «Аудитор» №12 за 2013 г., Е.Е. Смирнов — Обзор «в Федеральном собрании»).Рост ассигнований из государственного бюджета ежегодно предусматривается для вооруженных сил и ведомств, обеспечивающих безопасность

Если рассматривать причины стагнации экономики России сегодня, то можно среди этих причин выделить практическое отсутствие платежеспособного спроса на продукцию отечественной промышленности и сельского хозяйства. Исключение в промышленности составляют изделия предприятий военно-промышленного комплекса и продукция предприятий с так называемыми отверточными технологиями, собирающих из зарубежных деталей автомобили и некоторые другие изделия, а в сельском хозяйстве –зерно, и то во многом благодаря потребности на него для экспорта.

Подтверждением того, что российская экономика не только снижает рост показателей, в т.ч. и чисто экономического плана, является так называемый индекс деловой активности (PNI), который в производственном секторе российской экономики упал до 48 пунктов, что является минимумом за последние 4 года. Указанный индекс включает такие показатели, как новые заказы, объёмы производства, занятость, сроки поставок сырья и материалов, запасы. Значение индекса выше 50 пунктов — признак улучшений, а ниже 50 пунктов — ожиданием спада активности («Независимая газета» от 04.02.2014). Как отечественные, так и зарубежные аналитики прогнозируют, что темпы роста ВВП в России будут ниже, чем у ведущих экономик мира, прежде всего США, Китая и Германии («Независимая газета» — приложение «Политика» №2 от 04.02.2014).

Промышленный кризис в России помимо предприятий машиностроения затронул даже такие экспортные позиции, как сбыт продукции металлургии и нефтепродукты, что потребовало роста потребностей промышленных предприятий в кредитных ресурсах. Отечественные предприятия встали в очередь за государственной помощью. Вице-премьер Аркадий Дворкович по этому поводу заявил, что государство рассматри-

вает разные варианты господдержки металлургов, оказавшихся на грани банкротства из-за долгов. Однако в шатком положении не только металлурги. Высокая долговая нагрузка также в деревообработке, производстве машин, оборудования, нефтепродуктов и т.д. Падают продажи у крупнейших отечественных автопроизводителей. По мнению экспертов, государству не избежать расходов на поддержку предприятий и целых секторов, на госгарантии и субсидии (Независимая Газета, 12.02.2014). Все это одновременно вызвало падение доходов у большой части граждан России, что также привело к росту потребностей в кредитах населения страны (зачастую такие кредиты становятся невозвратными). Спад доходов населения только в сентябре 2013 года составил 1,3% по сравнению с сентябрем 2012 года, и такой спад зафиксировал Росстат в 26 регионах страны, в первую очередь в моногородах. В то же время, для обеспечения бюджетных расходов и финансирования затрат, предусмотренных указами Президента от мая месяца 2012г. страна вынуждена прибегать к внешним долговым кредитам. По данным Центробанка, сегодня внешний долг России составляет около 720 млрд. долларов. При этом следует учитывать, что по итогам 2013 года дефицит бюджета составил 0,5% ВВП (Газета.ru, выступление министра финансов Антона Силуанова на пятом Гайдаровском экономическом форуме). Плюс к долговым обязательствам напряжение в области финансирования расходов народного хозяйства усиливается в связи с выведением из страны кредитов, ранее вложенных зарубежными кредиторами. Согласно данным за 2013 год и начало 2014 года отток капиталов из России составит около 70 млрд. долларов. Значительное количество валюты изымается из денежного оборота России гастарбайтерами. Так, в 2013 году объем личных денежных переводов из России в страны СНГ составил более 17 млрд. долларов, что на 20% больше показателей 2012 года. Самые большие суммы переводов были зафиксированы в Узбекистан (около 6 млрд. долларов), Украину (около 3 млрд. долларов) и Таджикистан (около 3 млрд. долларов). Такой значительный отток капитала сочетается в российской экономике с ростом импорта, что приводит к ухудшению торгового баланса и к опасности превращения этого баланса в отрицательное значение. Перекосы российской экономики сформировали гипертрофированную структуру потребления, ориентированную на импорт. В России слабо развит внутренний рынок. Он в состоянии поглотить лишь небольшую часть того огромного количества первичных ресурсов и товаров начального передела, которые производятся ежегодно.

Указанные выше проблемы финансирования народного хозяйства влияют на общее положение экономики России. По прогнозу Алексея Кудрина, с которым он выступил на всемирном экономическом форуме в Давосе, рост ВВП России за 5 лет до 2020 года составит менее 3%, что подтверждается данными за 1 квартал 2014 года — рост ВВП России за этот период составил около 2% (при требуемых параметрах роста этого показателя — 5%).

Среди причин отмеченных негативных явлений в отечественной экономике следует назвать падение спроса платежеспособных потребителей на продукцию российских предприятий из-за ее низкого качества и устаревших технологических возможностей. В свою очередь, негативные эксплуатационные показатели продукции отечественных производителей связаны с крайней изношенностью у них основных производственных фондов и отсутствием средств на их обновление. Такие же проблемы характерны и для объектов производственной и бытовой инфраструктуры. По имеющимся данным, две трети газовых, нефтяных и электрических сетей изношены до такой степени, что они находятся на грани разрушения и взрывоопасны. В состоянии деградации находится коммунальная инфраструктура. По данным Росстата за 17 лет к 2013 г. в стране удвоилось протяженность водопроводных, канализационных и тепловых сетей, которым требуется незамедлительная замена. По протяженности таких сетей к 2013г. было не выведено из эксплуатации 155 тыс. км водопроводных труб, 32 тыс. км канализационных труб, 50 тыс. км труб теплосетей (из-за ветхих теплосетей потери в них тепла достигают 11%).

Также отрицательное влияние на качество промышленной продукции и услуг оказывает практическое отсутствие реальной рыночной конкуренции. Свой «вклад» в застойные явления в сфере производства и реализации отечественной продукции вносит и позиция Центрального банка России, который упорно отказывается даже от попыток снижения процентных ставок и удешевления кредитов для модернизации производства. Хотя в Конституции РФ среди основных задач Центрального банка России предписано всемерное поддержание российской валюты — рубля (ст.75, п.2 Конституции РФ), Центробанк в своей деятельности проводит мероприятия, практически ведущие к ослаблению курса рубля (введение валютных коридоров, подготовка к переходу на введение свободного курса рубля). Организованная ЦБ девальвация повысило спрос российского населения на свободно конвертируемую валюту. В последние годы основной заботой Центрального банка прокламировалась борьба с инфляцией. Однако на практике наблюдается постоянный рост инфляции, который сегодня достигает 7% по сравнению с 4-5% тремя годами ранее.

Сокращению платежеспособного спроса в сложившейся экономике России способствовали носящие во многом характер личных пристрастей отдельных руководителей денежные потоки — государственное субсидирование все чаще и в больших объемах направляется в сторону обороны и безопасности. Финансирование одного только государственного оборонного заказа в 2013 году превысило 1 трлн. руб., что на 40% больше прошлогодних объемов. Такие данные обнародовал в середине года замминистра обороны РФ Юрий Борисов. Выходит, что даже при увеличивающейся бюджетной накачке производство в России стремительно сокращается — в том числе в секторах, куда государство вливает все больше денег (Независимая Газета от 19.12.2013). Также субсидии идут на проведение в стране престижных в международном плане мероприятий, типа зимней Олимпиады — 2014, Универсиады, мирового первенства по футболу и т.п. (по приведенным в газете «Комсомольская правда» от 3-10.10.2013 данным, только прямые затраты на сочинскую олимпиаду должны были составить 33 млрд. евро), в связи с универсиадой в Казани затраты на сооружение скоростной железнодорожной магистрали Москва-Казань составили 20 млрд. евро. По итоговым подсчетам, затраты на Олимпийские игры в Сочи (планировались первоначально в объеме 12 млрд. долларов) составили 1,5 трлн. руб., а после учёта затрат на инфраструктуру и дополнительные мощности по обслуживанию спортсменов и туристов составили более 3 трлн. руб., из которых около трети этой суммы считается попросту разворованной. Колоссальные расходы — около 1 трлн. руб. предполагается затратить на международные соревнования по футболу в 2018 году. При повышении международного престижа России такие затраты международные рейтинговые организации считают малоэффективными, что приводит к понижению кредитного рейтинга России, так за последнее время кредитный рейтинг России снижался агентством Moody дважды, и доведен до пессимистичного значения.

Все это, в свою очередь, означает сокращение бюджетных трат на многие социальные нужды, модернизацию государственных предприятий, а применительно к коммерческим структурам — всё большую тягу к так называемым «быстрым деньгам» и выводу накоплений в зарубежные банки, покупку иностранной недвижимости и различных промышленных, торговых и прочих объектов.

Учитывая все вышеизложенное, можно констатировать, что экономика России не оздоровляется, как это прогнозировалось ранее, а ее состояние становится все более негативным.

В связи с таким неблагоприятным формированием экономической ситуации страны стали появляться рассуждения о том, что эта ситуация должна восприниматься как нечто новое и реальное, требующее не борьбы за улучшение, а принятия необходимых решений. В таком ключе выступил председатель Правительства России Д.А.Медведев на Консультативном совете по иностранным инвестициям в России. В своем выступлении он призвал реально оценить новую экономическую ситуацию в России и соответственно на это реагировать. Такое заявление можно назвать знаковым и переломным. Оно было сделано на фоне не лучших показателей фондового рынка. Крупнейшие энергетические и транспортные компании, которые подешевели после кризиса чуть ли не в два раза, так и не вернулись на докризисный уровень (Независимая Газета от 28.01.2014). Руководство Центрального банка России выдвинуло для публикации в СМИ идею о том, что экономика России скатилась в состояние стагфляции — сочетание экономического спада и ускорения инфляции. Между тем, обе составляющие стагфляции обладали разнонаправленным воздействием на экономику. Если стагнация предполагала состояние некоторой неподвижности экономических показателей, даже при их более тревожных проявлениях, то инфляция свидетельствовала о росте цен на продукцию и снижении платежеспособного покупательского спроса, как следствие роста цен без роста доходности. В связи с этим стоит обратить внимание на слова вице-премьера Ольги Голодец, которая считает, что в стране сложилась парадоксальная ситуация: у нас нет ускорения темпов роста экономики, но при этом растет число вакансий на рынке труда. Наше развитие ограничено предложением на рынке труда, а у нас сегодня 1,8 млн. вакансий — огромная цифра (РБК Daily от 13.03.2014). В начале марта этого года на заседании Экономического совета при Президенте РФ выступил В.В. Путин, который заявил, что в целом ситуация в российской экономике стабильная, и, более того, по темпам роста ВВП Россия опережает такие страны, как Италия и Германия, и ВВП растет, пусть и не очень большими темпами (по данным 2013 года ВВП России вырос на 1,3%). Но, несмотря на растущие показатели экономики, такого роста недостаточно. Более глубокий анализ обнародованных В.В.Путиным процентов роста ВВП показал, что рост был показан по сравнению с кризисными годами в нашей стране.

Присоединение к Российской Федерации Крыма, реакция на это Украины и развитых стран Запада поставили экономику РФ в мобилизационно — кризисный режим. Это повлекло за собой резко увеличившийся отток капитала из страны и рост дефицита региональных бюджетов. В результате, главным инвестором экономики России станет Правительство, у которого приоритетными направлениями финансирования средств за счет бюджета являются комплекс

ВПК и вооруженные силы страны (РБК Daily от 13.03.2014, №43 «Суровый сценарий»; Газета.ru от 12.03.2014 «Бизнес — экономполитика»; Независимая газета №61 от 26.03.2014 «Россия вошла в мобилизационно — кризисный режим»)

Приведенные выше факты о ситуации в экономике России и разнонаправленные суждения о причинах и последствиях сложившейся ситуации не дают основания для ухода от необходимости роста и повышения эффективности показателей платежеспособного спроса, непосредственно влияющего на состояние экономики в целом и ее отдельные сегменты.

Для изменения сложившегося положения в Российской экономике в части платежеспособного спроса, по нашему мнению, необходимо решить в крупном плане следующие проблемы:

А) Изменить структуру бюджетных расходов, увеличив субсидирование на модернизацию экономики и создание на государственных предприятиях высокотехнологичных рабочих мест с достойной оплатой квалифицированного труда.

Б) Ввести законодательные рамки формирования систем оплаты труда в государственных и коммерческих структурах, включая системы оплаты управленческого труда

В) Перенести центр тяжести обеспечения развития платежеспособного спроса в экономике РФ на внутреннее потребление.

Следует обратить внимание на заключение экспертов МВФ о направлениях развития российской экономики в целом. По их мнению, в будущем российская экономика должна будет опираться не на повышение цен на нефть, а на более эффективное использование ресурсов и увеличение инвестиций. Добиться этого они предлагают через увеличение производительности труда, привлечение зарубежных денег в страну и улучшение механизмов управления. Помочь в этом, уверены в МВФ, сможет российский банковский сектор. И, следовательно, нужно работать над повышением конкуренции и в этой сфере (Российская Газета.ru за 29.10.2013). **РИСК**

Библиографический список:

1. Е.Примаков «2013: тяжелые проблемы России», Российская Газета.ru от 14.01.2014

2. В.Мау «Экономический рост: работа над ошибками», Vedomosti.ru от 03.03.2014

3. А.С.Березин «Маркетинг и исследования рынков», М., Русская деловая литература, 1999

4. А.Паронян «Поведение потребителя и управление спросом на предложения товаров», Маркетинг, №5, 1999

5. В.И.Одесс «Какая экономическая политика нужна России», Бизнес в законе, №6, 2012

6. В.И.Одесс «Платежеспособный спрос», РИСК, №1, 1999

Институт исследования товародвижения
и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

ИТКОР

Журналы для профессионалов

«Конъюнктура товарных рынков»

Обзор состояния и развития товарных рынков и актуальных вопросов товародвижения, маркетинга и логистики.

«РИСК:
Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция»

Теоретическое и научно–практическое аналитическое издание, публикующее результаты исследований по широкому кругу проблем экономики, связанных с логистикой, рыночной конъюнктурой, финансами
и информационным обеспечением управления.

Журнал включен в перечень ВАК.

ПОДПИСКА

В редакции: (499) 152-86-94
sales@itkor.ru

Через интернет-каталог «Российская периодика»: www.arpk.org

В любом отделении почтовой связи:
■ по объединенному каталогу «Пресса России»;
■ по каталогу Агентства «Роспечать» – «Газеты. Журналы».

Е. Корчемкина,
к.э.н., доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита, Тюменский государственный университет

О соотношении накопительных и распределительных элементов в российской пенсионной системе

Аннотация: в статье рассмотрена эволюция пенсионной реформы в России, а также изменения в соотношении накопительных и распределительных элементов.

Ключевые слова: пенсионная реформа, пенсионные сбережения, пенсионное обеспечение, пенсионные выплаты.

Annotation: article considers the evolution of the pension reform in Russia, as well as changes in the ratio of accumulation and distribution of elements.

Keywords: pension reform, retirement savings, pensions, retirement benefits.

В мире резко ускоряется рост удельного веса пожилого населения, доля которого к 2050 г. удвоится по сравнению с нынешним уровнем. При этом возможны два принципиально различных механизма пенсионных выплат. Распределительный механизм с краткосрочным финансированием (pay-as-you-go, PAYG) основан на «договоре поколений»: пенсия нетрудоспособным выплачивается из взносов работающих. Солидарный уровень пенсий, финансируемый за счет общеналоговых поступлений в государственный бюджет, имеет целью обеспечить материальную поддержку 70-80% когорт пенсионного возраста, имеющих средние доходы и представителей низкодоходных слоев населения. При накопительной системе взносы, которые отчисляет работник, долговременно накапливаются, а не направляются на выплату пенсий нынешнему поколению пенсионеров. По достижении пенсионного возраста пенсию работнику будут выплачивать из его накоплений. Как правило, эти взносы обеспечивают прибавку к среднему уровню пенсии. При смешанной модели государственно-частного партнерства пенсионные системы дополняют друг друга: основная часть пенсии или первая опора (first pillar)[1] обеспечивается за счет государственной системы, а частная пенсионная система составляет дополнительную пенсию или вторую опору (second pillar). Двумя дополнительными несущими конструкциями современной пенсионной системы являются т.н. «нулевая опора» («zero» pillar) — не зависящая от взносов и унифицированная подсистема социальной помощи, а также подсистема, которая включает помимо прямых денежных выплат пенсионерам, еще и немонетарные льготы, например, в виде обеспечения жильем или доступа к системе здравоохранения.

Предполагается, что поскольку распределительная схема в большей степени уязвима от демографической угрозы старения населения, роста безработицы и политического фактора, а накопительная подвержена риску инфляции и иным рыночным рискам, то сочетание в общенациональной пенсионной системе обеих схем позволит диверсифицировать все риски и сделать пенсионную модель более устойчивой. Например, программа пенсионной реформы в Польше шла под названием «Гарантии благодаря разнообразию». Поскольку накопительное страхование в силу ряда определенных преимуществ (независимость от политических решений по вопросам выплаты государственных пенсий, гибкий механизм управления пенсионным капиталом, дифференциация размеров пенсий в зависимости от величины накоплений, возможность использовать пенсионные накопления граждан в качестве инвестиционных ресурсов) в большей степени соответствует условиям рыночного хозяйствования, то в повестке дня 90-х гг. ряда стран стал вопрос о переходе от распределительной к накопительной пенсионной системе

В основе накопительных инноваций лежит неоклассическая интерпретация экономической рациональности поведения экономического субъекта или способность работника максимизировать полезность пенсионного продукта на протяжении собственной трудовой карьеры. Такая позиция подразумевает ряд предположений о поведении населения в пенсионной сфере:

— работники планируют свое будущее и выстраивают некоторые ожидания относительно того, сколько они смогут прожить;

— подразумевается полная информированность участников системы о нормах пенсионного обеспечения, правилах расчета пенсии, а также их умение выбрать оптимальный вариант расчета пенсионного продукта, определить объем причитающихся им выплат;

— работники должны верить в то, что правила пенсионной системы не изменятся к тому времени, когда они выйдут на пенсию;

— работники располагают достаточной ликвидностью для того, чтобы осуществлять инвестиционные вложения своих накоплений;

— имеющиеся национальные финансовые системы вложения накопленных средств достаточно эффективны и гарантируют необходимый уровень доходности и надежную сохранность долгосрочных пенсионных активов;

1 по терминологии Всемирного Банка.

— теневой характер экономики не оказывает значимого воздействия на взносооблагаемую базу (заработная плата является легальной, и работодатель платит с нее взносы в пенсионную систему).

Однако Н. Барр и П. Диамонд в докладе МВФ «Реформирование пенсионного обеспечения: мифы, правда и варианты выбора пенсионной политики» отмечают, что, как минимум три группы причин — отсутствие свободных средств (ограничения ликвидности), недоверие к коммерческим институтам и недостаток информации — создают проблемы для функционирования накопительного страхования. В частности, полная информированность участников пенсионной системы невозможна, прежде всего, из-за крайне длительного горизонта планирования и высокой неопределенности относительно будущего, как у населения, так и у других акторов, включая государство. На самом деле застрахованный не обладает всей полнотой информации о финансовых инструментах и финансовых рынках и не может адекватно оценивать риски, влияющие на характер его трудового пути и размер его будущей пенсии (риски потери работы, факторы увеличения продолжительности жизни и пр.). Кроме того в накопительной составляющей пенсионной системы, сам застрахованный несет риски неправильного выбора компании или инвестиционный портфеля, что в итоге ставит под сомнение экономическую рациональность сформированного пенсионного продукта.

Однако главным лимитирующим фактором любой пенсионной реформы является состояние экономики, качество институциональной и макроэкономической среды. Накопление в пенсионной системе является, по сути дела, лишь одним из способов организации требований на будущий объем продукции. Для накопительной подсистемы определяющее значение имеют не объем накопленных условных активов или виртуальных прав-обещаний в отношении будущего дохода, а объем и структура реального производства, которые сложатся после выхода работника на пенсию. Пенсионеры в целях получения права на будущую продукцию аккумулируют некие виртуальные активы в виде прав на будущие реальные накопления, однако предъявление необеспеченных пенсионных обязательств-активов приводит к превышению спроса на товарном рынке, что вызывает равновесный рост цен и снижение покупательной способности аннуитета пенсионеров.

В этой связи Н. Барр отмечает, что накопительные и распределительные системы в равной степени сталкиваются с проблемами, в основе которых лежит дефицит производства: «Единственное различие состоит в том, что при накоплении процесс является менее видимым, и в связи с этим, возможно, более предпочтительным для политиков, которым больше нравится, когда ожидаемые плохие новости связаны с рыночными механизмами, а не с политическими решениями»[11]. Но если на распределительную пенсионную систему большее влияние оказывают негативные демографические тренды, то накопительная система оказывается жертвой непроизводительной экономики, располагающей низким инвестиционным потенциалом.

Переход некоторых стран на всеобщую накопительную систему привел к социальным издержкам в связи с упразднением перераспределительного механизма социальной солидарности. В настоящее время согласно докладам ОЭСР, в Чили пенсионным обеспечением охвачено менее трети населения, а коэффициент замещения равен 20-25%. И сегодня в социальной поддержке, финансируемой из государственного бюджета, нуждаются более половины всех чилийских пенсионеров, участвовавших в накопительной пенсионной системе. Можно констатировать, что накопительная пенсионная система распространяется только на работников с постоянным доходом. Граждане, имеющие случайные или временно-постоянные заработки (а таких почти 50% из числа работающих), из системы автоматически исключаются. Они могут рассчитывать только на небольшое государственное пособие размером не более 35–40% минимальной заработной платы. Нередко пенсии нынешних пенсионеров, оставшихся в распределительной системе, превышают пенсии перешедших в накопительную [2].

Часть государств, слишком буквально воспринявшим в середине 90-х гг. рекомендации Всемирного банка[2] и безоглядно «забежавшим» в накопительные системы, в новом тысячелетии приступили к «обратным реформам», имеющим своей целью сбалансированное развитие пенсионных принципов. Так, Боливия уже заявила о намерении национализировать ранее приватизированную пенсионную систему. Уругвай принял изменения по позднему (скорректированному) чилийскому образцу, т.е. перешел от накопительной к смешанной пенсионной системе. С 2009 г. Аргентина перевела средства на пенсии 9,5 млн. застрахованных лиц, которые ранее администрировались негосударственными пенсионными фондами (AFJP), в единую государственную пенсионную систему Аргентины. Наступивший в 2008 году экономический кризис привел к тому, что проведенная в 1999 году пенсионная реформа Польши, направленная на усиление накопительной части пенсии, была повернута вспять. Обязательные отчисления на накопительную часть пенсии, которые оплачива-

2 Согласно рекомендациям доклада Всемирного банка «Как предотвратить кризис старости: политика, направленная на защиту стариков и содействие экономическому росту» (Averting the Old-Age Crisis: Policies to Protect the Old and Promote Growth, World Bank, 1994) единственным эффективным средством демпфирования негативных последствия старения населения является полная приватизация государственных (общественных) систем пенсионного обеспечения.

лись работодателем, составлявшие 7,3% были сокращены до 2,3%. в 2010 г. Высвобожденные средства сейчас направляются на финансирование распределительной системы, при этом пенсионные расходы к 2011г. достигли 19,4% ВВП.

Однако большинство стран в качестве важного дополнения к существующим государственным пенсионным программам включают частные накопительные компоненты. При этом стимулирование формирования пенсионных накоплений в большинстве стран осуществляется в рамках добровольных индивидуальных или корпоративных, но не обязательных всеобщих накопительных программ. В Швеции, например, в рамках распределительного механизма была полностью изменена формула расчета пенсии путем перехода к условно-накопительным счетам (для установления более точной зависимости величины пенсии от заработной платы и трудового стажа). На специальные накопительные счета направляется не более 2% пенсионных взносов с их последующей капитализацией и передачей гражданам при выходе на пенсию

Рис. 1. Факторы ограничивающие эффективность пенсионной накопительной системы в РФ.

Реформа российской пенсионной системы была направлена на устранение государственного монополизма, создание конкуренции, эффективное включение в пенсионную систему институтов частного сектора, рост личной ответственности граждан за свои будущие пенсионные права. При приватизации пенсионной системы правительство рассчитывало на увеличение охвата пенсионной системы за счет легализации многими работниками своих доходов и развития финансовых рынков.

В настоящее время российское правительство признало, что допустило ошибки в расчетах при разработке пенсионной накопительной системы образца 2002т г.[3] Недочеты проявились при определении стимулов для перехода на накопительную часть и установлении предполагаемой величины накоплений. Доходность накопительной пенсии должна была превзойти доходность солидарных выплат, чего в реальности, как правило, не произошло. Государство, создав накопительный сегмент, пустило его развитие на самотек, не удосужившись связать его существование с «длинными деньгами», которые можно было бы инвестировать в развитие экономики.

Действительно в России эффективность накопительной модели в известной степени ограничена макроэкономическими условиями развития (см. рис.1), что создает ряд негативных эффектов:

— высокая инфляция (существенно выше, чем 1-2% в развитых странах) ведет к обесцениванию пенсионных прав и снижению покупательной способности пенсий;

— низкая заработная плата абсолютного большинства работников (свыше 80% домашних хозяйств имеют доходы, полностью направляемые на текущее семейное потребление) лимитирует взносооблагаемую базу[4];

— низкая продолжительность жизни и соответственно небольшой страховой стаж (для всех категорий пенсионеров — около 25-27 лет, в т.ч. для пенсий по старости — в среднем 34,5 лет против 45-47 лет — в странах ОЭСР).

В этих условиях страховые принципы затрудняют формирование сколько-нибудь существенных пенсионных накоплений[5], а пенсионные система обладает нивелирующим эффектом: на фоне непрерывного роста дифференциации в оплате труда (см. рис. 2) происходит снижение дифференциации пенсий. Несмотря на то, что с ноября 2009 г. был несколько расширен перечень инструментов инвестирования средств пенсионных накоплений за счет государственных сберегательных, ипотечных и еврооблигаций, данная мера не отразилось существенным образом на уровне доходности инвестирования обязательных пенсионных накоплений.

3 А.Медведев: власти ошиблись с накопительной системой пенсии// http://www.BFM.ru//Экономика. Бизнес-лента новостей/04.12.2012.

4 По данным ИСЭПН РАН 71% населения (бедные и малообеспеченные) располагают лишь 3,3% сбережений, в то время как 5% населения (богатые и очень богатые) имеют 72,5% общих накоплений.

5 Согласно прогнозу ПФР к 2025 г. доля пенсионных накоплений в структуре трудовых пенсий для ее получателя не превысит 5%.

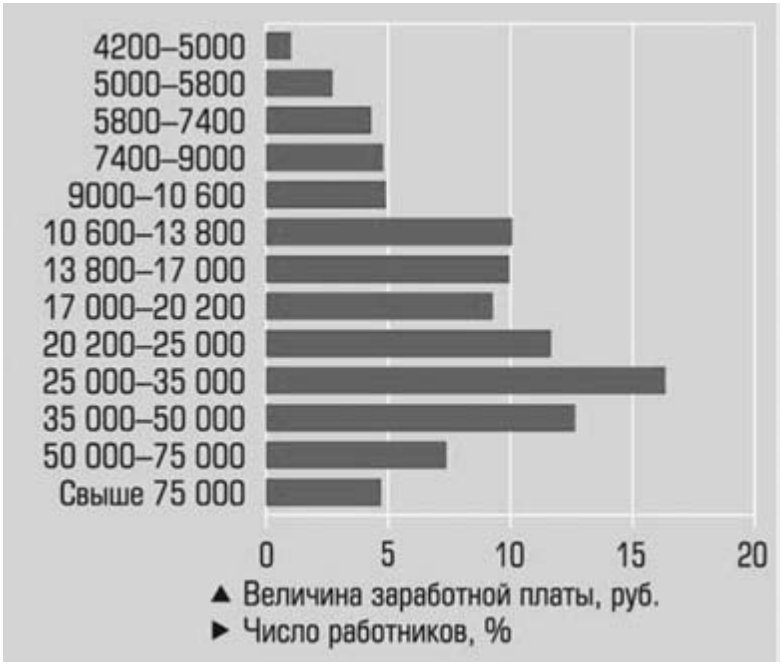

Рис. 2. Показатели распределения заработной платы по группам населения.

Источник: Росстат, 2012 г.

Такой вывод можно сделать, если сопоставить доходность инвестирования по альтернативным схемам: накопительной и солидарной (см. табл.1). Использование пенсионных накоплений было ограничено краткосрочным оборотом инструментов фондового рынка, что приводило к спекулятивному характеру трансакций; соответственно инвестиционный капитал пенсионной системы по-прежнему не реализовался. Между тем, в мире согласно оценкам «Infrastructure Investor» за 2010 г.8 из 30 крупнейших глобальных инвесторов в инфраструктуру были пенсионными фондами.

Диверсификация портфеля НПФ в пользу более стабильных прямых инвестиций в инфраструктурные проекты со снижением доли подверженных кратковременным, циклическим колебаниям активов, снизило бы волатильность инвестиционного портфеля пенсионных фондов, избавив от многих рисков, которые характерны для биржевых фондовых инструментов.

В 2004–2012 гг. среднегодовой показатель доходности инвестирования средств накопительной части пенсии в государственной управляющей компании составил 6,7%, доходность в частных управляющих компаниях и НПФ за этот же период составили соответственно 9,3% и 7,1%. Таким образом, величина накоплений за этот период не превзошла уровень инфляции (10,05%). Из-за отставания доходности пенсионных накоплений от индексации страховой части пенсии размер пенсий у граждан, имеющих обязательный накопительный элемент, у части фондов оказался меньше, чем у тех, кто получал пенсии в рамках распределительной системы. Однако, по другим фондам была получена вполне приемлемая доходность пенсионных накоплений. Неслучайно, за первые одиннадцать месяцев 2013 г. негосударственные пенсионные фонды сумели заполучить рекордные 7,5 млн. новых клиентов, опасающихся риска (согласно правилу выбора для «молчунов») «застрять» в распределительной системе. ПФР за аналогичный период отчитался о получении 9,86 миллиона заявлений о переводе накоплений в НПФ. При сохранении динамики роста число клиентов НПФ увеличится до 27 млн. человек.

Таблица 1

Доходность размещения средств накопительной части пенсии (в %)

Годы / Пок–ли	2004	2005	2008	2009	2010	2011	Среднегод. пок-ль доходности
Доходность от инвестирования средств накопительной части пенсии государственной управляющей компанией (ВЭБ	7,33	12,1	-0,46	9,52	8,39	5,69	6,73
Средневзвешенная доходность от инвестирования средств накопительной части пенсии частными управляющими компаниями (УК)	4,79	21,9	-27,4	35,11	15,3	-1,69	9,3
Средневзвешенная доходность от инвестирования средств накопительной части пенсии негосударственными пенсионными фондами(НПФ)	--------	------	-22,6	25	21,5	3,0	7,1
Темпы инфляции	11,7	11,0	13,3	8,80	8,7	6,1	10,05
Темп роста заработной платы	22,50	26,9	26,6	8,30	11,2	11,1	19,1

*составлено автором на основании данных Росстата, Государственной корпорации «Банк развития и внешнеэкономической деятельности «Внешэкономбанк", ПФР за 2004-2012 гг.

В то же время помимо объективных экономических ограничителей развития рынка пенсионных накоплений, сдерживающим фактором выступает пассивная, если не сказать, незаинтересованная в этом вопросе позиция государства. В настоящее время государственная пенсионная политика (регулирующая, стимулирующая, контролирующая) не способна обеспечить гражданам приемлемые институциональные и макроэкономические условия для реализации обязательных накопительных стратегий. По мнению вице-премьера правительства О. Голодец: «Если бы работодатель отдал вам деньги, и вы отнесли их в банк, то вы накопили бы больше, чем пенсионные накопления. Вкладывать денежные средства в негосударственные пенсионные фонды опасно и, как минимум, безответственно. Граждане России должны учитывать все риски, сопряженные с передачей пенсионных накоплений в негарантированную систему» [3].Такая позиция оправдывается несовершенством накопительных институтов и большими инвестиционными рисками, однако, таким образом, словно речь идет о форс-мажорных обстоятельствах непреодолимой силы в стране, находящейся вне правового пространства.

Вместе с тем именно государство, претендующее на роль цивилизованного института (social state), призвано устанавливать правила игры на пенсионном рынке, выступая в роли гаранта социальных прав и мегарегулятора пенсионных отношений, особенно с учетом социальной значимости данного вида инвестиций. Согласно действующему законодательству под сохранностью пенсионных накоплений понимается гарантия получения номинала уплаченных взносов без индексации на инфляцию, и без учета возможной доходности. По сути, государством искусственно создаются условия, при которых потенциальные пенсионеры вынуждены передавать свои средства государственной управляющей компании. Это и понятно — в условиях прогнозируемого роста дефицита федерального бюджета решить проблемы текущих выплат нынешним пенсионерам проще за счет «денег из будущего», т.е. привлекая средства следующих поколений пенсионеров. Взносы на накопительную часть воспринимаются практически как утраченный доход: если бы они шли в бюджет, то их можно было бы потратить на текущие социальные проекты. Ведь только в 2012 году в ПФР было направлено 2,8 трлн. руб. за счет трансфертов из федерального бюджета (4,5% ВВП). Соответственно органам управления всегда спокойней иметь под рукой свободный резерв в виде пенсионных средств, аккумулированных в государственных пенсионных фондах.

Сегодня пенсионные взносы платят работодатели, собственником уплаченного (в том числе и взносов в накопительную систему) является Российская Федерация, а граждане часто даже не представляют, какова величина этих взносов, куда они идут и на что можно рассчитывать после выхода на пенсию. С учетом неэффективности накопительных программ НПФ и государственных структур ПФР, некоторые эксперты ставит вопрос о передаче пенсионных накоплений в собственность самим гражданам. Для этого необходимо, чтобы Конституционный суд РФ признал, что пенсионные накопления граждан должны являться собственностью гражданина, а не государства.

В настоящее время индивидуальные коэффициенты замещения для среднего класса, значительно ниже, чем средний коэффициент замещения пенсионной системы, что дестимулирует участие этой прослойки населения в пенсионной системе. Неявно подразумевается, что со страховой функцией высокооплачиваемые работники могут справиться сами за счет своих сбережений во всех формах, формируя собственные стратегии доходов и расходов в пожилом возрасте за пределами пенсионной системы РФ.

В то же время, как представляется, недостаточно обоснованно предложение вовсе отказываться от накопительного пенсионного элемента[6]. Экономические институты, от которых зависит благополучие социальной сферы, следует постепенно подтягивать до уровня требований современной смешанной пенсионной системы. Плох не сам по себе накопительный принцип, но его недостаточно акцентированный — концептуально и практически — вектор развития в нынешней российской экономике (неэффективные финансовые инструменты, слабые механизмы госконтроля и гарантий, отсутствие процедур санации недобросовестных коллективных инвесторов и др.). В целом, накопительный элемент с его альтернативной мотивацией представляется институтом экономической демократии в пенсионной сфере. Услуги накопительного пенсионного сегмента во многих странах создают весомое финансовое дополнение к государственному страховому распределительному предложению. Кроме того, пенсионные фонды, осуществляющие коллективные инвестиции, во всех странах являются «якорными», институциональными инвесторами, которые поддерживают деловой тонус национальной экономики, развивая фондовый рынок и участвуя в инфраструктурных и ГЧП-проектах. В частности речь идет о мерах, которые может предпри-

6 Согласно модельным расчетам, проведенным О.Дмитриевой и др.[5] накопительная пенсионная система эффективна при следующих предпосылках: 1)значительно неблагоприятной величине (от 1,5 и ниже) демографического соотношения работающих и пенсионеров;2) нормативном периоде накоплений в 25-30 лет; 3)ожидаемом периоде дожития в 19 лет; 4) доходности инвестиционных накоплений не ниже темпов роста ВВП. По мнению О. Дмитриевой накопительную часть пенсии надо отменить полностью: ущемлены будут только финансовые посредники. В то же время автор признает, что альтернативная государственная пенсионная система с набором сложных нормативных коэффициентов «создается лишь для того, чтобы сделать максимально неопределенной идентификацию конечного пенсионного продукта» [6].

нять государство для более активного и в то же время умеренно рискового использования средств, накопленных пенсионными фондами. Например, это могут быть ценные бумаги крупных государственных компаний или вложения в крупные проекты, гарантированные государством (инфраструктурные облигации).

Распределительный сегмент пенсионной системы неплохо приспособлен к задачам уравнительного пенсионного страхования в секторах с низкой дифференциацией заработной платы, однако для нарождающегося среднего класса его возможности ограничены. Именно пренебрежение к накопительному сегменту приводит к тому, что по умолчанию закладывается предположение о способности сравнительно обеспеченных страт российского населения сберегать на свою пенсионную жизнь самостоятельно, за рамками системы пенсионного обеспечения РФ.

Накопительная пенсия имеет еще одно преимущество. В распределительной системе человек, который захочет выйти в 65 лет на заслуженный отдых, сталкивается с риском не дожить до этого возраста, а с учетом непростых российских реалий, особенно для российских мужчин, именно так, к сожалению, нередко происходит. При этом недополученные в виде пенсии права по страховой части наследникам переданы быть не могут. И страховая, и базовая часть не наследуются. Сбережения, сформированные в накопительном формате, передаются наследникам, что уже предусмотрено в законодательстве. Если застрахованный гражданин ни разу не получил накопительную часть, то она в полном объеме возвращается его семье.

Однако наиболее серьезным доводом в пользу сохранения накопительного сегмента — естественно, после радикального обновления регулятивного законодательства и санации накопительных фондов — является нынешняя нормативно-формульная реформа государственной солидарной системы. При всей критике прежней пенсионной распределительной модели за сложность в некоторых ее деталях, сложившийся пенсионный механизм был в целом достаточно прозрачен и понятен. Совсем недавно российское правительство объявило о введении новой пенсионной системы подсчета пенсионных прав застрахованных граждан с 1 января 2015 года на основе индивидуального пенсионного коэффициента (ИПК). Введение расчетной формулы нормативных коэффициентов является лучшим подарком для сторонников накопительной системы, поскольку индивидуальный пенсионный коэффициент создает возможность для правительства изменять пенсионные права граждан в зависимости от состояния бюджета ПФР. Наполнение этого коэффициента будет определяться по отношению суммы поступивших в бюджет ПФР страховых взносов от зарплаты по всей стране к сумме обязательств ПФР перед всеми пенсионерами страны. В целом предложенный коэффициент обладает исключительной неопределенностью, а разработанная формула расчета пенсионных прав представляет собой механизм эластичного «ручного управления», позволяющий манипулировать и баллами, и рублями: получателю гарантирован только минимум пенсионных прав, а за надбавки предусмотрен ежегодный торг заинтересованных ведомств.

Данная новация вводится на фоне заявлений правительства о скором сокращении рабочих мест в РФ[7] и увеличении процента безработицы (несмотря на утвержденные госпрограммы активизации развития экономики). Как известно, в фазе экономического спада пенсионные обязательства и расходы на выплату пенсий растут в процентах к ВВП. Таким образом, новое, щадящее для бюджета ПФР пенсионное законодательство, заранее подстраивается под ожидаемое ухудшение дел в российской экономике, синхронизируясь с ее неблагоприятными трендами. Характерно, например, что в Украине, раньше России вступившей на путь «гармонизации с рынком» пенсионного нормотворчества, реализованные экстренные шаги по увеличению пенсионного возраста, оказались, как нельзя кстати, на фоне резкого сокращения общего количества рабочих мест в украинской экономике[8].

В итоге по прогнозам экспертов, вследствие ежегодного роста обязательств ПФР из-за старения населения и «сжатия» отечественного производства, увеличение у работника стажа работы будет сопровождаться снижением наполнения его ИПК. Тем самым у потенциального получателя пенсии будет мотивация страховаться не только от потери доходов в старости, но и от непредсказуемых действий страхователя-государства, произвольно меняющего объем пенсионных прав в зависимости от экономической конъюнктуры. Можно предположить, что столкнувшись с таким своеобразным госпатернализмом, граждане начнут искать альтернативные источники получения пенсионного продукта. Часть из них, в рамках либертарианской мотивации, по-прежнему предпочтут дистанцироваться от государства, рассчитывая к старости на самостоятельно заработанные активы в процессе личной трудовой карьеры.

Исходя из того, что пенсионная система призвана быть различной для разных поколений людей, которые дифференцируются ментальностью, потребностями и социальной активностью, российская пенсионная модель должна формироваться как комбинированная конструкция, бази-

7 Медведев: правительству необходимо уйти от политики сохранения рабочих мест любой ценой// http://www.banki.ru/news/lenta/27/09/2013.

8 По данным Коммерсант-Украина, за год на 1 января 2014г. количество штатных рабочих мест в эквиваленте полной занятости в украинской экономике снизилось с 10,2 млн. до 9,7 млн. мест.

рующаяся на основе солидарно-накопительных принципов, включая обязательные и добровольные страховые механизмы, а также механизмы нестрахового бюджетного финансирования. Компромисс различных социальных сил может быть найден на пути совершенствования государственной солидарной системы при разумном ее дополнении профессиональными, корпоративными и индивидуальными накопительными, пенсионными программами.

В определенном смысле прототипом такой комбинированной пенсионной системы является современная смешанная экономика Запада. В основе смешанной экономики — единство механизмов государственного, корпоративного регулирования, и рыночного саморегулирования, где каждый сегмент системы вносит свой оригинальный вклад в общее дело. Комбинированная трехчастная пенсионная система, включающая взаимодействие трех ключевых субъектов (акторов) социально-экономических отношений — государства, корпорации, индивида, — восходит к неоклассическому синтезу, интегрирующему теоретические положения неоклассической и кейнсианской[9] школ.

На этой основе в России целесообразно сформировать комплексную систему пенсионного обеспечения для групп населения с разными доходами:

— низкооплачиваемые работники, имеющие низкий стаж работы в формальном секторе, а также занятые в неформальном секторе, либо неработающие получают социальную пенсию;

— работникам со средней зарплатой[10] адресована солидарная система, которая поддерживает уровень пенсий на уровне нормативных значений ПМП;

— высокодоходные социальные группы ориентируются на накопительные корпоративные и индивидуальные системы, что в сумме составляет комбинированно-альтернативную пенсию.

Таким образом, для обеспеченных категорий населения (среднего класса — 10-12%)[11] и высокодоходной группы населения (2-3%) корпоративные и добровольные формы сбережений позволят осуществлять пенсионные накопления и повысить свои индивидуальные коэффициенты замещения, сверх нормативно установленных 40% за 30-летний стаж.

На основе проводившихся социологических исследований ФОМ [10] можно выделить 3 социальных категории населения, разнящихся своим отношением к выбору инструментов пенсионной реформы (см. табл.2).

Данные социальные профили, по разному реагируя на возможности, предоставляемые пенсионной реформой, формируют контур дифференцированной пенсионной системы. При этом последняя из представленных когорт населения («амбициозные и активные инвесторы»), во многом вбирающая в себя представителей среднего класса, наилучшим образом вписывается в накопительный формат пенсионных преобразований.

Таблица 2

Оценка поведенческих реакций в рамках дифференцированной пенсионной системы

Пользователи / Элементы системы	инертные с базовыми потребностями «иждивенцы»	пассивные сберегатели	амбициозные и активные инвесторы
Добровольная накопительная	1*	2	5
Обязательная накопительная	1	2	4
Солидарная	5	4	2
Диверсифицированные финансовые инструменты	1	2	5
Гос. софинансирование	1	4	2
Стимулирование позднего выхода на пенсию	1	2	4
Повышение пенсионного возраста	1	1	1

*По 5-и балльной шкале:1-низкая готовность поддержать новацию, 5— максимальная готовность к переменам

Кроме того, пенсионная система должна быть модифицирована применительно к нуждам разных поколений и социальных страт. Так, для людей старших возрастов актуальны программы увеличения трудовой части пенсии при отказе от ее получения после наступления пенсионного возраста.

Необходимо, в частности, реализовать стратегию «деятельного долголетия», заключающуюся в пониженной индексации пенсий в случае своевременного выхода на пенсию и их повышенной индексации при позднем выходе. Для средних и младших возрастов акцент нужно сделать на повышении эффективности накопительного компонента. Для самозанятого населения, вероятно, придется создать специальную пенсионную подсистему с преобладанием накопительных принципов. Такая многоуровневая пенсионная конструкция призвана поддерживаться активной социальной политикой государства, регулирую-

9 Дж. М. Кейнс, как известно, утверждал, что только конструктивное взаимодействие частного предпринимательства, экономики домашних хозяйств и государственных регуляторов может обеспечить оптимальное распределения инвестиций, сбережений и рабочей силы.

10 По данным ИСЭПН РАН 70% работающего населения получают менее половины фонда зарплаты.

11 Согласно оценкам Л.А. Беляевой, в начале 2000 –х гг. около 10,4% населения можно было идентифицировать как средний класс при использовании таких критериев, как материальная обеспеченность и социально-профессиональный критерий (высшее образование, регулярная занятость, нефизический характер труда, наличие управленческих функций).

Рис. 3. Государственное регулирование параметров смешанной пенсионной системы.

щего внешние и внутренние параметры пенсионной системы (см. рис.3).

При этом государственная пенсионная политика должно обеспечить:

— увязку проведения пенсионной реформы с целями и ориентирами промышленной и социальной политики;

— создание системы страхования сохранности пенсионных накоплений по типу страхования банковских вкладов;

— принятие мер по расширению инструментария долгосрочного инвестирования средствами пенсионных накоплений и программ рефинансирования ЦБ России;

— законодательное определение минимального уровня бюджетных ресурсов, направляемых на финансирование социальной защиты;

— создание системы контроля за теневыми выплатами зарплаты и другими теневыми доходами;

— формирование системы мониторинга по социальной защите населения путем создания контроля за профессиональными союзами, а также за выполнением обязательств работодателями в порядке трехсторонних соглашений;

— осуществление программы актуарного прогнозирования консолидированного сценария развития пенсионной системы Российской Федерации;

— введение прогрессивной шкалы налогообложения доходов физических лиц;

— радикальное повышение прозрачности пенсионной системы в части деятельности ВЭБа и НПФ с учетом того, деятельность большинства пенсионных фондов нетранспарентна и малопонятна для потребителей.

Поскольку система обязательного государственного пенсионного обеспечения включает подсистемы: а) государственного обязательного пенсионного страхования, построенного на солидарно-распределительных принципах (страховая пенсия); и б) социальной защиты, то необходимо предусмотреть формирование дополнительных источников для финансирования социальной пенсии и других выплат нестрахового характера за счет средств федерального бюджета

В системе обязательного государственного пенсионного обеспечения за каждым уровнем должны быть закреплены источники финансирования: а) уровень социальной защиты финансируется целевым способом за счет средств федерального бюджета, а не страховых взносов (т.е. посредством общих налогов); б) страховая пенсия финансируется за счет паритетного участия работодателей и работников; в) профессиональные пенсии обеспечиваются путем страховых взносов работодателей, работников и государства.

В этой связи должны быть предусмотрены достаточные трансферты для покрытия возникающего дефицита бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации, в т.ч. за счет средств Фонда национального благосостояния. В настоящее время негативный вклад в развитие пенсионной сферы вносит так называемое «бюджетное правило», отражающее, прежде всего, интересы американской экономики. Согласно этому правилу доходы федерального бюджета, основанные на расчете базовой цены на нефть, не должны тратиться на нужды отечественной экономики, а призваны целенаправленно пополнять Резервный фонд, размещенный в американских ценных бумагах, — до тех пор, пока размер Фонда не достигнет 7% российского ВВП. По расчетам Минфина, произойти это должно лишь в 2017 г. Можно согласиться с мнением вице-премьера О. Голодец о том, что принятие «бюджетного правила» поставило под вопрос не только инвестиционной расходы, но и расходы, связанные с социальной политикой: «Текущая тенденция замедления в промышленности, недопотребление в сфере бюджетных расходов, в т.ч. растущая дефицитность бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации во многом спровоцированы «бюджетным правилом» [4].

Справедливым представляется дать гражданам право выбора, в какой системе они хотят находиться: в распределительной или накопительной. В случае выбора застрахованным лицом варианта формирования пенсионных накоплений на эти цели должен быть сохранен тариф страховых взносов в размере 6%, который учитывается в рамках действующего общего тарифа на пенсионное страхование в 22%.

Плюсы накопительной части будут очевидны для тех, кто имеет:1) опасения не дожить до нормативного пенсионного возраста и желание наследовать накопленный капитал; 2)незадокументированный стаж; 3) несколько мест работы; 4) относительно высокие заработки; 5) готовность посвятить часть времени и сил для мониторинга пенсионного рынка и формирования собственного пенсионного продукта.

Накопительная подсистема негосударственного пенсионного страхования должна строиться на добровольной основе и включать программы корпоративного пенсионного страхования работников и индивидуального пенсионного страхования физических лиц. Данный элемент призван развиваться в рамках гражданско-правовых (договорных) отношений на базе введения полноценного договора доверительного управления средствами пенсионных накоплений, заключаемого накопительным пенсионным фондом с управляющей компанией. Субъектами пенсионного рынка должны быть пенсионные фонды, созданные как хозяйственные общества; возможно создание фондов смешанной формы собственности. Пенсионная накопительная стратегия становится личным выбором человека, связанная с индивидуализацией в выборе инструментов инвестирования и трат сбережений. В то же время, вряд ли можно согласиться с точкой зрения, отражающей в определенной степени позицию социал-дарвинизма, согласно которой: «тот, кто решил остаться сознательно в накопительной системе и ставить эксперименты над собой, должен взять на себя все риски»[7].

Современное государство, желающее выстроить эффективную пенсионную систему должно с пониманием и участием относиться к людям, желающим самостоятельно решать свою пенсионную судьбу. Государственная пенсионная политика может не только обеспечить им организационно-методическую помощь в принятии решений, но и предусмотреть несколько больший в сравнению с обычными вкладчиками— инвесторами объем прав по защите их накоплений с учетом социальной значимости данного вида инвестиций.

Поскольку средний срок пенсионного вклада составляет 15-20 лет, то в условиях нестабильной экономики обеспечить надежность вложений в частные накопительные организации или пенсионные фонды смешанной формы собственности невозможно без гарантий государства.

Таким образом, мировой опыт свидетельствует в пользу симбиоза систем: во многих странах имеет место сохранение основ распределительной системы с введением накопительного элемента. В большинстве стран накопительная и распределительная системы сосуществуют, дополняя друг друга — таким образом, что у пенсионеров остается возможность добиваться увеличения распределительной составляющей выплат. Цели негосударственного пенсионного обеспечения — предоставление негосударственных пенсий в дополнение к пенсиям по обязательному пенсионному страхованию.

Государство для сохранения социальной стабильности должно выполнять лидирующую функцию мегарегулятора не только в пенсионной системе, но и в системе макроэкономических отношений, от которых зависит эффективность пенсионной реформы. Ключевую роль должны играть институты социальной политики и государственного регулирования параметров пенсионной системы. Государственное регулирование макроэкономических пропорций, осуществление инновационного обновления производства в ходе промышленной политики, а также бюджетно-финансовая поддержка пенсионной системы должны оставаться обязательными условиями успешной реализации пенсионной реформы. **РИСК**

Библиографический список:

1. Авдеев М., Рубинштейн Е. Прогнозирование пенсионных накоплений как источника инвестирования в инфраструктурные проекты. http://investpensia teoria-practica.ru/economics//12-2013

2. Бровчак С. В. Пенсионное обеспечение. Российский и зарубежный опыт: учеб. пос. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008.,с. 18.

3. В чем опасность НПФ? Риски, связанные с негосударственными пенсионными фондами: мнение правительства//НПФ России. http://npfglobex.ru/category/npf-rossii/

4. Голодец О. «Бюджетное правило» негативно влияет на экономическое и социальное развитие страны http://expert.ru/03.04.2013

5. Дмитриева, О. Петухова, Н. Ушаков, Д. Переход от распределительной пенсионной системы к накопительной: результаты и критерии эффективности//ВЭ №4,2010

6. Дмитриева О. Сложная пенсионная система создается лишь для того, чтобы люди ничего не смогли получить. Материалы Пленарного заседания Госдумы от 19.11.2013. http://www.srduma.ru

7. Дмитриева О. Риски по накопительной пенсии — огромные. http://top.rbc.ru/economics/01/10/2013

8. Ижаева А.Р., Шмелев Ю.Д.. Проблемы реформирования системы пенсионного обеспечения в РФ // Финансы. — 2012. — №2. — с.50-53

9. Кузьмин В.Пенсия ищет свою формулу: социальный блок против использования пенсионных средств в качестве «длинных денег»http://www.rg.ru/Российская газета/pens-reforma.html/05. 10.2012

10. Презентация ФОМ: Диверсификация пенсионной системы: социальные основания http://www.opec.ru/2012

11. Синявская О.В К вопросу о патернализме: государство и человек в пенсионной реформе // SPERO», 2008, №8,

12. Кривошей В.А., Школкина Н.В. Факторы региональной дифференциации уровня и качества жизни населения // Российский экономический интернет-журнал. № 4, 2013.

13. Кривошей В.А., Школкина Н.В. Системы показателей уровня качества жизни населения // Российский экономический интернет-журнал. № 4, 2013 г.

14. Хажеева М.А. Сравнительная характеристика изменения благосостояния в федеральных округах на макроуровне // Российский экономический интернет-журнал. № 4, 2013.

15. Жидкова О.С. Показатели удовлетворенности оказания услуг населению в электронном виде. // Российский экономический интернет-журнал. № 3, 2013.

16. Винслав Ю.Б. Три хронические «болезни» отечественного государственного управления: как «лечить»? // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2013. № 3. С. 4-5.

17. Якутин Ю.В. Об опыте, проблемах и путях совершенствования государственного стратегического планирования // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2013. № 2. С. 4-27.

18. Валигурский Д., Харламов В. Социальная инфраструктура и качество жизни населения // Финансовая жизнь. 2012. № 4. С. 23-27.

19. Далгатова А.Э. Анализ национальной экономической безопасности Российской Федерации // Российский экономический интернет-журнал. 2013. № 3. С. 10.

Е. Кейванова,
аспирантка кафедры коммерции и логистики,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

Сущность социально ориентированной логистики и ее роль в общественной жизни

Аннотация: в статье рассмотрены сущность социально ориентированной логистики и ее роль в общественной жизни.
Ключевые слова: логистика, социально ориентированная логистика.
Annotation: in the article the essence of socially-oriented logistics and its role in public life.
Keywords: logistics, socially-oriented logistics.

В рыночных условиях хозяйствования большинство видов общественной деятельности возможно, если результаты этой деятельности — продукции и услуг востребованы населением страны (сообществом стран) и/или коммерческими структурами (бизнес-структурами) в форме платежеспособного спроса для удовлетворения своих потребностей. У населения такой спрос возникает в основном на часть конечного продукта, представленного предметами потребления и имуществом личного пользования (квартирами, дачами, участками земли и др.).

У бизнес-структур возникает спрос на инвестиционные товары — средства труда, без которых невозможно производить и реализовывать продукцию и услуги, удовлетворяющие спрос населения в предметах потребления и личного имущества. Тем самым возникает товарный рынок предметов потребления, имущества и услуг, наряду с рынком инвестиционных товаров средств труда (орудий и предметов труда). Это означает, что потребность населения, трансформированная в платежеспособный спрос, является главным источником появления платежеспособного спроса бизнес-структур на инвестиционные товары — орудия и предметы труда. Поэтому подавляющая часть любой предпринимательской деятельности становится невыгодной, если ее результаты (продукция и услуги) полностью или частично не востребованы населением, а следовательно не гарантирует всем бизнес-структурам — участникам создания конечного продукта необходимых доходов и прибыли, поскольку в этом случае все предприниматели лишаются первичного источника возмещения их затрат, становятся нерентабельными.

Однако общество в лице его государства и других распорядительных центров стремится реализовать свои сугубо системные цели, связанные с обеспечением жизнеспособности и развитием общества как единого социума. Они существенно отличаются от потребностей, интересов и целей отдельных граждан и их групп, которые не всегда понимают общественные цели и интересы, часто не разделяют их, а иногда и относятся отчужденно.

К такого рода системным целям и интересам относится укрепление обороноспособности страны, обеспечение экономической безопасности, улучшение демографической ситуации, проведение благоприятной геополитики, повышение благосостояния народа, развитие фундаментальных наук, культуры, искусства, образования и медицинского обслуживания, спорта, оказание помощи дружественным странам и др.

Для достижения целей такого уровня государством учреждаются, поощряются и развиваются такие виды деятельности, результаты которых (продукция и услуги) недостаточно востребованы населением и поэтому либо совсем не предлагаются на рынке в качестве товаров и для населения (например, продукция космической отрасли, услуги природоохранной и экологической деятельности, продукция и услуги оборонной промышленности и министерства обороны), либо приобретаются и оплачиваются населением лишь частично. Производство такой продукции и услуг не окупает произведенные на нее затраты и поэтому становится невыгодным для бизнес-структур. Государство в таком случае является если не единственным, то основным пользователем (потребителем) этой продукции и услуг и поэтому, сохраняя и развивая эти социально-ориентированные виды деятельности, оно оплачивает все или большую часть не возмещенных затрат.

С другой стороны это обстоятельство предполагает подключение к осуществлению такой социально-ориентированной деятельности в качестве подрядчиков и субподрядчиков бизнес-структуры, доходы, прибыль и рентабельность которых уже не зависит от спроса населения на результаты этой деятельности — продуцируемую продукцию и услуги. Это осуществляется уже в виде госзаказа и госзакупок, необходимых для обеспечения государственных, т.е. общественных нужд.

Изучение современной отечественной экономической литературы как теоретического, так и прикладного характера, позволяет разграничить эти понятия, близкие по своему функциональному содержанию. Нам представляется, что государственный заказ — это такое направление именно государственной деятельности, которое изначально ставит

своей главной целью удовлетворение общественных потребностей в продукции и услугах, производство и продуцирование которых невыгодно бизнес-структурам в условиях свободного рынка.

К госзаказу относится также востребованная и оплаченная государством деятельность по удовлетворению потребностей самих государственных заказчиков в продукции и услугах, необходимых для эффективного осуществления их функций и полномочий. К числу такой социально-ориентированной деятельности, т.е. преимущественно на интересы общественного социума, относится создание объектов социально-бытовой инфраструктуры, общественного транспорта, создание и функционирование большинства крупных спортивных комплексов, развитие большинства музеев и библиотек, бесплатных медицинских и учебных заведений, крупных объектов магистрального транспорта и транспортной инфраструктуры, создание и выпуск новых образцов вооружений и военной техники для армии, создание и периодическое обновление госрезервов, строительство и ремонт детских садов и бесплатных школ, выплата пенсий, приобретение лекарств для ветеранов и пенсионеров, покупка компьютеров и другой техники для чиновников, оказание гуманитарной помощи дружественным и потерпевшим бедствие странам и др.

Государственная же закупка — это реальный процесс закупочной деятельности, выполняемый конкретной государственной единицей, которая персонально отвечает за получение товаров (продукции и услуг) требуемого качества в необходимом количестве, по требуемой цене, в нужном месте, в нужное время.

Таким образом, природа государственного заказа определяется общими потребностями населения и его отдельных групп, удовлетворение и оплата которых возложены на государственное управление экономикой в соответствии с так называемым «коллективным договором». Сами же государственные закупки — это система отношений внутри государственного сектора экономики при его взаимодействии с другими субъектами по поводу приобретения, поставки и оплаты государством продукции и услуг и предоставления их определенным пользователям (потребителям) на бесплатной или льготной основе. В этом смысле государственная закупка по существу характеризует суть рыночной контрактации и отражает различные стадии госзаказа, т.е. логистическую цепь исполнения госзаказа через процесс закупки и поставки.

Недаром государственные закупки и поставки товаров для государственных нужд многие ученые и специалисты по праву относят к государственной логистике. Ведь в отличие от логистических систем при коммерческих структурах и специализированных логистических бизнес-структур уже само государство должно обеспечить экономическую обоснованность обмена своих финансовых и денежных средств (в основном бюджетных доходов) на товары частных лиц и организаций, что требует создания и функционирования целостной логистической системы государственных закупок и поставок на основе государственных заказов, т.е. в виде государственной логистической системы (логистики).

Не вызывает сомнений, что использование фрагментов теории и методологии логистического менеджмента одновременно с использованием принципов и методов прокьюремента[1] призвано расширить пространство альтернативных конкурсных предложений бизнес-структур (поставщиков) и обеспечить тем самым их эффективную конкуренцию.

Таким образом, наряду с деятельностью рыночных (коммерческих) бизнес-структур, главной целью которых является получение дохода, прибыли и обеспечение рентабельности как условия их конкурентоспособности, существует ряд социально-ориентированных видов деятельности в лице некоммерческих структур. Главной целью их деятельности является производство продукции и услуг, предназначенных для общественного потребления (использования), даже если деятельность этих структур окупается продажей этой продукции и услуг частным лицам в качестве товаров и обеспечивает тем самым их полную или частичную окупаемость. Так, например, создание и функционирование новых станций метро, магистрального городского и пригородного транспорта, объектов олимпийского комплекса, развитие зон отдыха, создание новой военной техники, своевременная выплата пенсий и пособий, развитие природоохранной деятельности, науки, наиболее крупных объектов культуры, медицинских центров и т.д. чаще всего не зависит от степени их окупаемости, так как с самого начала осуществляется в интересах государства.

Однако это не мешает общественным структурам получать доход и осуществлять частичную, а еще лучше полную, окупаемость за счет реализации своей продукции и услуг на рынке в качестве товаров (продажи билетов для поездки на транспорте, на посещение зрелищ, посещение музеев и зон отдыха, в виде частичной оплаты некоторых услуг в медицинских учреждениях, в спортивных комплексах, в учебных заведениях (аспирантуре, докторантуре) и др. Более того, государство поощряет такую форму дополнительной рыночно востребованной деятельности некоммерческих по своей общественной природе структур. И не только потому, что получаемые от этой деятельности доходы облегчают государству их финансирование, экономя бюджетные средства, а еще и потому,

1 Прокьюремент – совокупность практических форм, методов и приемов, позволяющий максимально обеспечить интересы покупателей при проведении закупочной компании посредством конкурсных торгов.

что рыночные регуляторы стимулируют повышение качества и снижение издержек на продукцию и услуги этих социально-ориентированных общественных структур, повышая тем самым их социальную эффективность, ради которой они и были созданы.

Когда же названные некоммерческие структуры привлекают с помощью госзаказа коммерческие бизнес-структуры, то деятельность последних по своим конечным результатам также может считаться социально-ориентированной, хотя и предусматривает сопряжение коммерческих и некоммерческих интересов и целей. В таких случаях рыночные бизнес-структуры, нанятые государством в порядке госзаказа, должны по идее разделить с государством социальную ориентацию и ответственность. Однако, судя по результативности и продуктивности отечественного бизнеса, это происходит далеко не всегда, а во многих случаях совсем наоборот. Непомерно высокая (по сравнению с западными фирмами) норма прибыли многих отечественных бизнес-структур не сопровождается качеством и количеством реально значимых для общества ценностей, что свидетельствует о низкой продуктивности отечественного бизнеса, который значительную, а во многих случаях подавляющую часть доходов и прибыли, обеспечивающих их рентабельность, получают за счет непродуктивных, а подчас и антиобщественных (криминальных) факторов и источников.

Так, при исполнении госзаказа подрядчиками (отечественными бизнес-структурами) по строительству автодорог федерального и регионального значения, затраты на них превышают где-то в 8-10 раз по сравнению с затратами на дорожное строительство в Германии и США, а качество дорог в 4-5 раз хуже по целому ряду важнейших параметров (качеству покрытия, износоустойчивости, долголетия, безопасности и др.). Это наглядно продемонстрировала новая дорога в Сколково-центр инновационного развития, а также плачевное состояние жилищно-коммунальных хозяйств, переданных частным управляющим компаниям. Так же обстоит дело и с передачей целого ряда услуг казенных медицинских организаций в автономные центры медицинского обслуживания: увеличение цен на эти услуги при сохранении или даже ухудшении их качества и снижения их доступности для населения.

Здесь наблюдаются факты так называемой антисоциальной ориентации коммерческих структур, в процессе выполнения их главной целевой функции — получения максимальных доходов и прибыли путем нарушения системы социально значимых ограничений (качества, доступности, безопасности, своевременности, экологических и ценовых ограничений и др.). Это объясняется, на наш взгляд, недостаточной управляемостью бизнеса, т.е. затянувшимся поиском адекватной комбинации управляющих воздействий (положительных и отрицательных стимулов), которые позволили бы соблюдать установленную государством нормативную модель управления. В результате реальная модель управления отечественным бизнесом существенно отклоняется от нормативной и продолжает сохранять опасную для общества непродуктивность бизнеса. Вот почему деятельность целого ряда некоммерческих структур государство не спешит отдавать в распоряжение бизнес-структур в порядке приватизации.

И, наконец, к числу социально ориентированных структур могут относиться и частные бизнес-структуры, если помимо экономической эффективности их деятельности, обеспечивающей им необходимую прибыль, рентабельность и конкурентоспособность, их деятельность попутно образует определенный социальный эффект, не всегда осознаваемый и оцениваемый самими продуцентами. Так, например, развитие производства продукции и услуг в отдаленных регионах мира с относительно дешевой рабочей силой и природными ресурсами выгодно экономически развитым странам, если логистические издержки по перевозке продукции и получение услуг из стран третьего мира в развитые страны меньше выгоды от производства этих товаров за счет дешевых трудовых и материальных ресурсов. Тем самым материнские компании, преследуя свою выгоду, осуществляют страновое разделение труда и способствуют тем самым социально-экономическому и культурному развитию в прошлом отсталых стран и регионов планеты.

Это же можно наблюдать и в нашей стране, где развитие торговли и распространение новых информационных технологий и финансовых услуг (в виде материальных, информационных и финансовых потоков) по существу несут населению все материальные и духовные ценности последних укладов цивилизации, правда с рядом ее негативных последствий.

Таким образом, к социально-ориентированным видам общественно-полезной деятельности в условиях рыночной экономики следует отнести такую деятельность, экономический эффект которой обязательно сопровождается социальным эффектом и наоборот. Причем соотношение этих эффектов и их приоритетность во многом определяет миссию, цели и характер управления деятельностью названных общественных структур. Ранее мы отмечали, что все виды логистики в соответствии с объектами управления могут оказывать комплекс инфраструктурных услуг, которые в зависимости от объектов обслуживания выполняют различную роль. Так, например, логистика в качестве деловых услуг использует в качестве критерия своей деятельности экономический эффект и экономическую эффективность, поскольку ее главная цель — улучшить основные показатели деятельности всех обслуживаемых структур, и добиться тем самым

повышения эффективности их деятельности, а следовательно и конкурентоспособности. Именно экономический эффект обслуживаемых структур, сопоставляемый с затратами на деловые логистические услуги, является критерием целесообразности применения этих услуг.

При оказании логистических услуг населению приоритетности экономического и социального эффектов постоянно меняются местами. Так, использование логистики в оптовой и розничной торговле, в том числе в создании торговой инфраструктуры (супермаркетов, магазинов, аптек, рынков, оптовых баз и др.), в большей степени преследует коммерческие цели, т.е. получение дохода и прибыли. Однако логистика магистрального, общественного транспорта, домашних хозяйств, экологическая логистика первоначально нацелена на обслуживание общественных целей, т.е. на получение социального эффекта.

Еще в большей степени имеет социальную ориентацию государственная логистика (госзаказ и госзакупки), обеспечивающая поставки продукции и получение услуг от рыночных бизнес-структур для государственных нужд.

В рыночных условиях хозяйствования, основу которых составляют товарно-денежные отношения, государственные и общественные потребности в РФ удовлетворяются за счет размещения на рынке государственного заказа (рис. 1).

Из рисунка видно, что при размещении госзаказа на предприятиях, производящих товары для населения и инвестиционные товары, его реализация осуществляется в виде поставок для государственных нужд, либо традиционных для этих предприятий товаров (I и II группы), либо поставкой специфических по требованию госзаказов товаров с учетом профиля этих предприятий.

Исследование роли и места госзаказа в развитых странах показывает, что он стал мощным рычагом для обновления производства и внедрения инноваций. Это достигается на основе включения его в долгосрочные программы развития отраслей экономики и социальной сферы. При формировании госзаказа государственные структуры (министерства, ведомства, агентства) устанавливают особые технические требования к закупаемой продукции, которые отвечали бы передовым инновационным и технологическим достижениям. В свою очередь, национальные компании, исполняя жесткие требования государства к техническим параметрам товаров, услуг и работ, вынуждены искать и находить наиболее эффективные научно-технические и производственные решения, что в конечном счете позволяет добиться более высокого уровня конкурентоспособности своей продукции на рынке. Таким образом, можно выделить следующие функции государственного заказа в современной экономике.

1. Производственно-потребительская. Механизм государственного заказа позволяет удовлетворить государственные нужды в продукции, работах и услугах в заданных объемах и с требуемым качеством. Это обеспечивает стабильные воспроизводственные экономические связи с участием государства.

2. Стимулирующая. Государственный заказ является действенным инструментом поддержки промышленных предприятий, создания благоприятных инвестиционных условий, сохранения и создания рабочих мест и т.д. Тем самым государственный заказ может быть инструментом проведения эффективной структурной политики. Наряду с этим расширение государственных закупок служит фактором роста совокупного спроса.

3. Функция регулирования цен. Государственный заказ, влияя на уровень цен при государственных закупках, способен косвенно влиять на развитие добросовестной конкуренции и на динамику цен в экономике в целом.

4. Инновационная функция госзаказа проявляется в том, что государство, выступая в роли заказчика научно-технической продукции, оказывается и «первым покупателем» новых образцов изделий. В этом случае государство разделяет риски и выгоды новых технологических проектов совместно с их исполнителями. Участвуя не только в начальной стадии создания перспективных разработок, но и на этапах их опытного освоения, государство получает право, в случае успеха, на их массовое тиражирование. Практика западных стран свидетельствует о том, что стоимость приобретаемых государством инновационных разработок в сфере здравоохранения, энергетики, приборостроения и других перспективных отраслях экономики составляет ежегодно от 5 до 15% объема госзакупок.

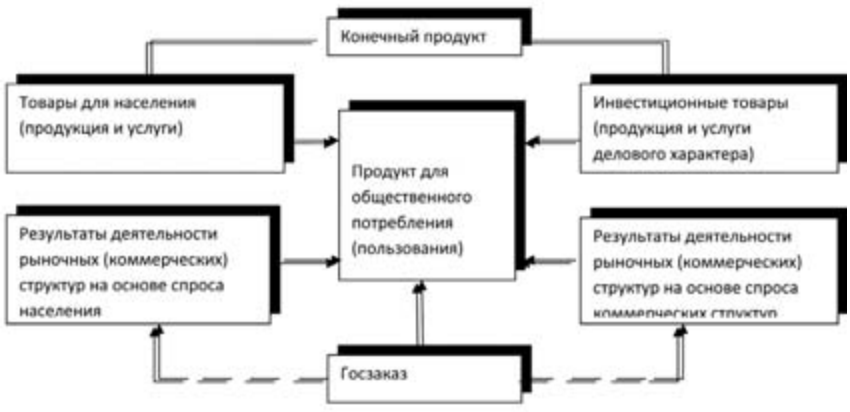

Рис. 1. Роль госзаказа в формировании продукта для общественного и государственного потребления (пользования).

5. Стратегическая функция. Направление развития является одним из решающих факторов существования экономической системы. И государственный заказ задает это направление. Таким образом, государственный заказ может быть рычагом по мобилизации экономического, научно-технического, промышленного и военно-технического потенциалов страны для осуществления стратегических и тактических целей при решении задач и программ экономической, социальной, научно-технической и военно-технической политики страны.

Эффективно функционирующая экономика государства стремится максимизировать полезность закупаемых им товаров, что бы изъятые из свободного рыночного оборота ресурсы действительно работали на общество, создавая условия для его гармоничного развития.

Система управления государственным заказом обеспечивает единый цикл организации закупок и регулирует весь процесс государственного заказа с момента определения потребностей до окончательного анализа результата закупок с целью достижения качественного обеспечения общественных потребностей при максимально экономном и эффективном расходовании бюджетных средств и макроэкономического регулирования экономических процессов. А государственные закупки являются сложным процессом последовательно осуществляемых, функционально связанных видов деятельности, таких как: формирование, размещение и исполнение государственного заказа.

Анализ международного опыта осуществления закупок товаров, работ и услуг для государственных нужд показал, что применение прокьюремента может значительно повысить эффективность использования средств бюджетов всех уровней и снизить вероятность злоупотреблений, которое достигается за счет осуществления государственных закупок на принципах открытости, состязательности, ответственности, экономичности и эффективности.

Несмотря на широкое использование прокьюремента (совокупность практических методов и приемов, позволяющих максимально обеспечить интересы покупателя при проведении закупочной компании посредством конкурсных торгов) в западных экономиках, следует принимать во внимание, что механическая трансплантация рыночных институтов на российскую почву, как показывает опыт первого десятилетия реформ, далеко не всегда оказывается удачной.

Для создания адекватной системы прокьюремента, учитывающей специфику российской экономики, данная область деятельности должна быть тщательно исследована с последующей выработкой конкретных рекомендаций[2].

Отличительной чертой государственного прокьюремента в РФ служит возложение на него, помимо традиционной задачи снижения бюджетной нагрузки, задачи содействия выходу российской экономики на более высокие темпы развития[3].

Не вызывает сомнения в социальной ориентации финансовая логистика в части управления финансовыми и денежными потоками, возникающими при взимании налогов, исполнении бюджета, банковского кредитования, регулировании финансовой политики российского государства Центральным банком России, при обслуживании и развитии пенсионного фонда и реформировании пенсионной системы.

Социальный аспект информационной логистики проявляется прежде всего в работе средств массовой информации (телепередачах, радиопередачах, работе камер внешнего и внутреннего наблюдения, при передаче и получении информации через Интернет, через компьютерные сети и др.). Однако получаемый при этом социальный эффект может иметь отрицательную векторнаправленность, т.е. не всегда быть общественнополезным. Это давно заметили многие ученые и специалисты, изучая такой антисоциальный эффект по целому ряду его отрицательных последствий для общественного социума.

Логистика в форме организации управления людскими потоками в большинстве случаев является социально-ориентированной, даже если социальный эффект возникает с положительным и отрицательным знаками. Позитивным социальным эффектом сопровождается продуктивно функционирующая индустрия гостеприимства и туризма (управление потоками въездного и выездного туризма, рекреационного сектора, потоками рабочей силы к местам работы и обратно, потоками городского и пригородного транспорта, частью потоков магистральных видов транспорта, миграционными и особенно эмиграционными потоками и др.).

Таким образом, можно утверждать, что в любом виде логистики можно отыскать некоммерческие логистические структуры, изначально нацеленные на получение социального эффекта (социальной эффективности), так и логистические бизнес-структуры, ориентированные исключительно на рыночные цели — обеспечение прибыли и рентабельности, притом часто за счет общественных интересов.

Комплексная оценка многих видов общественно полезной деятельности с помощью критериев экономической и социальной эффективности позволяет преодолеть или хотя бы смягчить нарастающие противоречия между интересами

2 Афанасьев М.В., Афанасьева Н.В., Киши В.А. Государственные закупки в рыночной экономике. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2004. – 244 с. (с. 19).

3 Иванова Н.Г. Региональная бюджетная политика: теория, законодательство, практика. – СПб.: Изд-во СПБГУЭФ, 2002. – 167 с. (с. 21).

рынка (частного предпринимательства) и интересов общества как единого социума, независимо идет ли речь об отдельных регионах, странах или их союзов.

Рыночные бизнес-структуры, интенсивно реализуя свои эгоистические и эгоцентричные интересы, уже по своей природе не могут быть в той же степени социально ориентированы как некоммерческие структуры. Особенно, учитывая готовность любого бизнеса достигать свою основную цель — максимальную прибыль за счет общественных интересов путем игнорирования установленных государством нормативной модели управления , т.е «правил игры», что он и делает, если государство вовремя не пресекает достижения бизнесом максимальных значений своей целевой функции за счет нарушения им социально-значимых ограничений.

Однако общество в лице прежде всего государства в состоянии обеспечить сопряжение интересов бизнес-структур с интересами социума, что делает предпринимательство если не социально-ориентированным , то социально-терпимым, т.е. продуктивным для большинства населения. Но чтобы обеспечить этот баланс социальной и экономической эффективности, нужно по крайней мере сопоставить, а затем оценить это соотношение. Однако здесь возникают основные трудности.

Если экономический эффект и экономическая эффективность поддаются количественному измерению чаще всего в денежном выражении, то социальный эффект, как правило, выражается множеством различных факторов и показателей, которые невозможно или очень трудно выразить каким-то единым интегральным показателем и еще труднее оценить этот показатель денежным эквивалентом с последующим его сопоставлением с денежными (финансовыми) затратами. В настоящее время делается множество попыток найти методы интегральной оценки социального эффекта и социальной эффективности: методом экспертной оценки, пофакторного анализа, путем анкетирования, выделения агрегированных групповых показателей и присвоения удельных весов каждой группе. Расчет интегрального показателя часто осуществляется с помощью бальной оценки путем суммирования баллов по отдельным ключевым показателям.

Используется также метод оценки отрицательных последствий в силу допущенных логистическими системами ошибок в управлении потоками. Так, например, несвоевременное сообщение (сбой в работе информационной системе) жителям Крымска и Приморья о надвигающейся опасности привел к катастрофическим последствиям, в том числе и гибели большого количества людей. Оценка этих разрушительных последствий была выражена в виде причиненного ущерба этим регионам в денежной форме и могла бы в какой-то степени указать на социальную значимость этой информационной услуги, но как оценить ущерб от гибели людей, а также моральный ущерб пострадавшим от наводнения?

Все это говорит о том, что интегральный социальный эффект определяется достаточно субъективно, а принимаемая на основе этой оценки решение о соотношении коммерческих и некоммерческих логистических структур осуществляется преимущественно на эмпирическом уровне представлений. Это важная проблема оценки совокупного социального эффекта, а следовательно социальной эффективности, еще ждет своего решения.

Таким образом, социально ориентированная логистика представляет собой такую форму логистической деятельности, результаты которой измеряются не только экономическим, но и социальным эффектом в виде общественно значимых последствий этой деятельности, способных в ряде случаев становиться главной целью ее осуществления. **РИСК**

Библиографический список:

1. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Управление цепями поставок: Учебник / под ред. Б.А.Аникина и Т.А.Родкиной. — М: Проспект, 2013 — 216 с.

2. Актуальные проблемы управления — 2013 [Текст]: Материалы 18-й международной научно-практической конференции. Вып.3; Государственный университет управления. Секция «Логистика, Аутсорсинг, Аутстаффинг». М.: ГУУ.

3. Афанасенко И.Д. Логистика в системе совокупного знания / И.Д.Афанасенко, В.В.Борисова. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013 — 395 с.

4. Проценко О.Д., Проценко И.О. Логистика и управление цепями поставок — взгляд в будущее: макроэкономический аспект — М. Издательский дом «Дело». РАНХ и ГС. 2012 — 192 с.

5. Новиков Д.Т. Логистика — одно из основных направлений инновационного развития России и Украины. Донецкий национальный университет. Донецкий вестник, № 1, 2013 — с. 43 — 54.

6. Курбатов О.Н., Новиков Д.Т., Скоробогатова Т.Н. Логистика в сфере услуг населению. РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2009. № 2. С. 170-176.

7. Сосунова Л.А., Новиков Д.Т., Горн А.П. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 6. С. 168-175.

8. Зырянов А.В. Логистика домохозяйств и размещение торговых предприятий / А.В. Зырянов, О.Н. Зуева, В.И. Набоков, под ред. А.В. Зырянова. Европейско-Азиатский институт управления и предпринимательства — Москва: Экономика. 2010 — 242 с.

Методология стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности

Л. Овешникова,
к.э.н., доцент кафедры статистики,
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
О. Борисова,
к.э.н., доцент кафедры финансового менеджмента,
Финансовый университет при Правительстве РФ

Аннотация: в статье рассмотрена методология стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности. Представлены функции стратегического планирования и стадии прогнозирования. Выделены и исследованы принципы, методы и технологии рассматриваемых процессов, которые обеспечивают комплексный и всесторонний подход к изучению стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательства.

Ключевые слова: инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности, стратегическое планирование и прогнозирование, принципы, методы, технологии, стадии, функции.

Annotation: the article describes a methodology for strategic planning and forecasting infrastructure support business activities. Shows the functions of strategic planning and forecasting stage. Isolated and studied the principles, methods and technologies of the processes that ensure a comprehensive and holistic approach to the study of strategic planning and forecasting infrastructure support entrepreneurship.

Keywords: infrastructure support business strategic planning and forecasting, principles, methods, techniques, stages, functions.

Методология стратегического планирования и прогнозирования сложна и многообразна. Кроме принципов она включает методы и технологии, используемые в процессе составления стратегических планов и прогнозов инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности.

Метод (лат. methodus, от греч. methodos — «путь, следование, способ исследования»; methi — «мета, столп, граница», metis — «мысль» и od — «путь, дорога») — в науке — способ достижения поставленной цели, предполагающий совокупность приемов и средств. По мнению Бармашовой Л.В. методом стратегического планирования понимают конкретный способ, прием, с помощью которого решается какая-либо проблема планирования [1]. По мнению Константиновской Л.В. метод прогнозирования — определенное сочетание приемов (способов) выполнения прогностических операций, получение и обработка информации о будущем на основе однородных методов разработки прогноза [2].

Исследование взглядов на методы стратегического планирования и прогнозирования говорит о том, что методы стратегического планирования рассматриваются отдельно от методов прогнозирования. В сочетании методы стратегического планирования и прогнозирования, применительно к инфраструктурному обеспечению предпринимательской деятельности в литературе не приводятся. По нашему мнению данную категорию целесообразно определить для характеристики сущностно-содержательной природы стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности.

Под методами стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности следует понимать совокупность определенных способов, действий и приемов, систематизированное сочетание которых позволяет составлять обстоятельные прогнозы и планы, лежащие в основе рациональных управленческих решений и правильных стратегических направлений развития инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности (таблица 1).

Применение вышеназванных методов взаимосвязано и взаимозависимо. Комбинирование методов стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности обусловливает качество и динамичность составления прогнозов и планов, а также постоянную потребность в поиске и применении новых, еще более актуальных методов.

Далее рассмотрим технологии стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности.

Технология (от др.-греч. «техно» — искусство, мастерство, умение; «логос» — мысль, причина; методика, способ производства) — в широком смысле — совокупность методов, процессов и материалов, используемых в какой-либо отрасли деятельности, в узком — комплекс организационных мер, операций и приемов, направленных на изготовление, обслуживание, ремонт и/или эксплуатацию изделия с номинальным качеством и оптимальными затратами, и обусловленных текущим уровнем развития науки, техники и общества в целом [3].

Таблица 1

Методы стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности

Наименование метода	Характеристика
Метод экономико-математического моделирования	Определяет методику выбора и задает критерии оптимальности, формализует модели функционирования объекта управления, осуществляет построение ограничений, по ресурсам и заданиям, разработку алгоритма численного анализа модели, анализа фактического развития и совершенствования разработанных средств формирования решений при управлении инфраструктурным обеспечением предпринимательства. Метод включает составляющие: линейное, динамическое, нелинейное и стохастическое программирование; модели сетевого планирования, методы оценки эффективности и др.
Метод установления соотношений и соответствий	Используется для обеспечения согласованности взаимосвязанных показателей. Предназначен для согласования всех разделов и показателей прогнозов и стратегических планов инфраструктурного обеспечения предпринимательства с материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами.
Метод прямых инженерно-экономических расчетов	Заключается в сопоставлении затрат и результатов в сравниваемых периодах, выявлении степени и динамики влияния внешних и внутренних факторов на результаты развития инфраструктурного обеспечения предпринимательства, в разложении процессов на составные части и определении ведущих звеньев и на этой основе — слабых сторон и ключевых проблем развития.
Метод тенденций и показателей	Основан на определении тенденций развития и применении взаимосвязанных для определенной совокупности норм и нормативов при планировании и прогнозировании инфраструктурного обеспечения предпринимательства. Метод включает в себя ряд составляющих, к которым относятся нормирования, экстраполяция, интерполяция.
Метод поисково-исследовательский	Базируется на инновационных творческих подходах, определяющих перспективные направления инфраструктурного обеспечения предпринимательства. Включает сценарный, матричный, экспертный методы, а также методы индивидуальной и коллективной экспертизы, «мозгового штурма», аналогии и др.

Технологии стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности — комплекс мер, направленных на обслуживание, совершенствование, подготовку и обеспечение разработки стратегических планов и прогнозов инфраструктурного обеспечения предпринимательства, разрабатываемых на высоком уровне, с наименьшими затратам и при максимальном использовании имеющегося потенциала (рисунок 1).

Рис. 1. Классификация технологий стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности.

Применение технологий стратегического планирования и прогнозирования дает возможность качественной и эффективной подготовки стратегических планов и прогнозов, при этом акцентируя внимание на полном и всестороннем исследовании и развитии процессов стратегического планирования и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности.

В этой связи необходимо подробнее остановиться на исследовании прогнозирования и стратегического планирования применительно к инфраструктурному обеспечению предпринимательской деятельности. Рассмотрим более детально функции.

Функция — (от лат. function — исполнение, осуществление) деятельность, обязанность, работа, внешнее проявление свойств какого-либо объекта в данной системе отношений [4].

Основываясь на изучении научной литературы и с учетом собственных исследований, предлагается рассматривать следующие функции стратегического планирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности (таблица 2).

Из таблицы 2 следует, что процесс стратегического планирования включает в себя восемь основных функций, выполнение которых делает его структурированным, полноценным и эффективным. Теория стратегического планирования

Таблица 2

Функции стратегического планирования инфраструктурного обеспечения предпринимательства

Функции	Характеристика
Целеутверждающая функция	Призвана обеспечить правильную постановку стратегических целей. Цель стратегического планирования — определить наиболее перспективные направления функционирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности, обеспечивающие ее рост и развитие. Качество стратегического планирования – это качество целеполагания. От постановки целей зависит то, какие стратегические направления будут выбраны и ожидаемый результат.
Распределительная функция	Связана с распределением материальных, финансовых, инвестиционных, трудовых, информационных и других видов ресурсов. Базируется на эффективном потреблении ресурсов, разработке направлений снижения издержек инфраструктурного обеспечения предпринимательства. Поэтому эффективное распределение ресурсов между различными сферами бизнеса, поиск комбинаций их рационального потребления является важной функцией стратегического планирования.
Адаптирующая функция	Адаптацию следует интерпретировать как приспособление предпринимательской деятельности к изменяющимся рыночным условиям хозяйствования. Внешняя среда всегда содержит благоприятные и неблагоприятные условия, поэтом в стратегическом плане оцениваются сильные и слабые стороны компании, возможности и угрозы в окружающей среде. Задача данной функции — приспособить механизм инфраструктурного обеспечения предпринимательства к этим условиям, т.е., воспользоваться преимуществами и предотвратить возможные угрозы. В этом отношении задача стратегического планирования состоит в том, чтобы обеспечить для предпринимательства новые благоприятные возможности посредством создания соответствующего механизма адаптации инфраструктурного обеспечения предпринимательства к внешней среде.
Согласующая функция	Стратегический план стимулирует регулирование и обеспечение координации различных функциональных направлений. Данная функция предполагает согласование функционирования компонентов инфраструктурного обеспечения для достижения целей, предусмотренных стратегическим планом. Стратегии предпринимательства включают сложную систему взаимосвязанных целей и задач. Декомпозиция этих целей и задач предусматривает их деление на более мелкие компоненты и закрепление за соответствующими сферами и исполнителями. Этот процесс происходит не спонтанно, а на плановой основе при стратегическом планировании. Поэтому все компоненты стратегического плана должны быть согласованы по ресурсам, структурным подразделениям, исполнителям и функциональным процессам. Эта увязка обеспечивается системой формирования показателей планирования, а также наличием в инфраструктуре предпринимательства соответствующих координационных подразделений.
Организационная функция	Эта деятельность проявляется в проведении различных организационных преобразований в сфере инфраструктурного обеспечения предпринимательства, которые состоят в перераспределении функций управления, полномочий и ответственности работников аппарата управления; создания системы стимулирования, способствующей достижению цели стратегических планов и т. п. Важно, чтобы эти организационные изменения проводились не как реакция объектов предпринимательства на сложившуюся ситуацию, что характерно для ситуационного управления, а были результатом организационного стратегического предвидения.
Прогнозирующая функция	Это деятельность по определению перспективных направлений развития предпринимательства. Стратегический план задает направления для предпринимательской деятельности и позволяет ей правильно систематизировать и структурировать процессы изучения тенденций и явлений инфраструктурного обеспечения предпринимательства, применение методов и процедур прогнозирования, таких как упорядочение прошлых данных; сглаживание временного ряда; экстраполяция, выделение трендов; расчет прогнозных значений показателей.
Аналитическая функция	Вид деятельности, обеспечивающий применение процедур оценки инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности на основе фиксации полученных результатов, состояния протекания процессов в предпринимательской деятельности, анализа факторов внешней среды, которые воздействуют на инфраструктуру предпринимательства. Важно установить, почему это произошло именно так, что может быть сделано, имеются ли для этого возможности. Данный вид деятельности предназначен для оценки состояния и эффективности потенциала, а также принятия управленческих решений в отношении развития инфраструктурного обеспечения предпринимательства на основе результатов проведенного анализа.
Оптимизационная функция	Это функция стратегического планирования, связанная с выбором стратегических альтернатив. Она определяет альтернативные действия или комбинацию действий, которые можно предпринять в соответствии с поставленными целями, имеющимися ресурсами, возможными затратами и т.д. Выбрав определенную стратегическую альтернативу, необходимо обратиться к конкретной стратегии. Главная цель — выбор стратегической альтернативы, которая максимально повысит долгосрочную эффективность. Для этого необходимо иметь четкую концепцию бизнеса и его будущего. Приверженность какому-либо конкретному выбору зачастую ограничивает будущую стратегию, поэтому решение должно подвергаться тщательному исследованию и оценке. На стратегический выбор влияют разнообразные факторы: риск; знание прошлых стратегий; фактор времени и т.д. При этом выбор оптимального по всем параметрам варианта функционирования является ключевой задачей, поскольку обеспечивает разработку эффективных стратегических направлений развития инфраструктурного обеспечения предпринимательства.

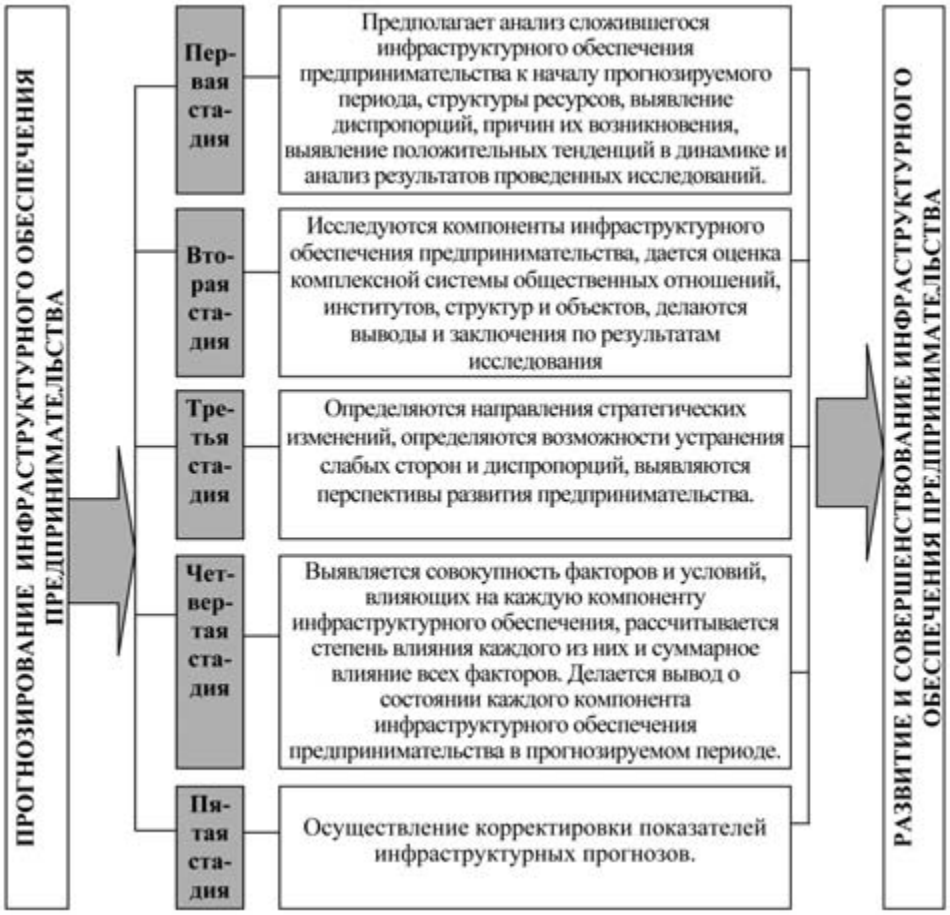

Рис. 2. Стадии прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательства.

сводится к определенной философии ведения бизнеса, поэтому его конкретный инструментарий во многом зависит от качества выполнения функций стратегического планирования, определяющих его осуществление и реализацию.

По нашему мнению, процесс прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательства включает в себя следующие стадии (рисунок 2).

При прогнозировании инфраструктурного обеспечения предпринимательства необходимо предсказать рациональное распределение потенциальных возможностей и ожидаемых результатов с учетом развития потенциала компонент инфраструктурного обеспечения, эффективного использования ресурсов, специализации и развития экономики регионов, рационализации управленческих решений и т.д.

В процессе прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности используется комплексная система согласованных показателей: частных, комплексных и сводных [2].

В процессе прогнозирования развития инфраструктурного обеспечения предпринимательства осуществляется многовариантная разработка прогнозов. Она строится на выделении и обосновании отдельных вариантов прогнозов на основе выбора целей, сроков и путей достижения прогнозной инфраструктуры предпринимательской деятельности.

Таким образом, в предлагаемом исследовании рассмотрены принципы методы и технологии процесса стратегического планировании и прогнозирования инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности, позволяющие комплексно и всесторонне подойти к описанию данной категории и определить структуру, масштабы и актуальность ее изучения. РИСК

Библиографический список:

1. Бармашова Л.В. Роль и методы стратегического планирования [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://barmashova.ru.

2. Константиновская Л.В. Прогнозирование экономического роста [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://gendocs.ru.

3. Опорный конспект лекций. Белоруский экономический портал, http://ekonomika.by/nizhnee-meniu/o-portale-ekonomika-by.

4. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. — изд.4-е. — М.: Советская энциклопедия, 1987.

Теория и практика развития налогового законодательства

Н. Дорофеева,
д.э.н., профессор кафедры финансового менеджмента и налогового консалтинга, Российский университет кооперации

Аннотация: в статье раскрыты некоторые проблемы соотношения теории налогообложения и существующего налогового законодательства. Приводятся примеры несоответствия между принятым налоговым законодательством определений: налог и сбор и практикой отнесения фактических обязательных законодательно устанавливаемых платежей в бюджеты государства к категориям: налог, сбор и неналоговый платеж.

Ключевые слова: система налогообложения, налог, сбор, неналоговый платеж, принципы налогообложения, экономическая сущность налогов и сборов, система налогообложения природопользования, рента, водный налог, полезные ископаемые, естественные водные объекты, животные и растительные ресурсы, изымаемые из природы.

Annotation: the article reveals some problems of correlation theory of taxation and current tax legislation. Are examples of inconsistencies between the definitions adopted by the tax legislation: tax collection and the actual practice of classifying legislatively imposed mandatory payments to the state budget to the categories: tax collection and tax payments.

Keywords: tax system , tax collection, tax payments, principles of taxation, economic essence of taxes and levies, the tax system of nature, rent, water tax , minerals , natural water bodies, animal and plant resources, removed from nature.

Важным условием развития и эффективного функционирования системы налогообложения является обеспечение при ее формировании и функционировании принципа определенности. Соблюдение этого принципа законодательно закреплено Налоговым кодексом РФ. В частности в нем даны определения налога и сбора, фиксируется перечень налогов и сборов, порядок их установления и изменения. В соответствии со статьей 3 Налогового кодекса РФ налоги и сборы должны иметь экономическое основание и не могут быть произвольными. В той же статье сказано, что при установлении налогов должны быть определены все элементы налога.

Однако, история развития системы налогов и сборов Российской Федерации свидетельствует об отсутствии четкого соблюдения этих принципов. Формирование перечня налогов и сборов нередко противоречит провозглашенным теоретическим положениям по определению их экономической сущности, что подтверждается реальными примерами из практики. Особенно ярко это просматривается на примере налогообложения природопользования.

Целью взимания платежей за природные ресурсы может быть либо изъятие рентных доходов с целью передачи их от пользователя к собственнику, либо взимание платы на компенсацию административных расходов на контроль за использованием природных ресурсов, оформление их передачи собственнику (представление лицензий, разрешений, оформление договорови и т.д.) В первом случае, экономическая сущность платежей соответствует понятию налог и представляет собой изъятие у природопользователей: организаций и физических лиц в пользу государства части дохода, эквивалентной стоимости созданной природой ренты. Это в равной мере относится к добыче полезных ископаемых так и к использованию естественных водных объектов, животных и растительных ресурсов изымаемых из природы.

Характерным примером упомянутой выше неопределенности является экономический и правовой статус платежей за пользование естественных водных объектов.

Принятым Федеральным законом от 16.11.1995 № 167-ФЗ, Водным кодексом Российской Федерации была предусмотрена система платежей, связанная с пользованием водными объектами:

— плата за пользование водными объектами (водный налог);

— плата, направляемая на восстановление и охрану водных объектов, направляемая на восстановление и охрану водных объектов. ОНА перечислялась в целевой бюджетный фонд восстановления и охраны водных объектов для финансирования мероприятий по рациональному использованию, восстановлению и охране водных объектов.

Затем в целях совершенствования действующей налоговой системы Российской Федерации в 1998 году был принят Федеральный закон № 71-ФЗ «О плате за пользование водными объектами» который объединил плату за пользование водными объектами (водный налог) и плату, направляемую на восстановление и охрану водных объектов, в один платеж — плату за пользование водными объектами.

Федеральным законом от 28.07.2004 N 83-ФЗ в Налоговый кодекс РФ с 01.01 2005 г. введена глава 25.2 Водный налог. Плательщиками этого налога стали организации и физические лица, осуществляющие в соответствии с российским законодательством специальное или особое водопользование, которое ранее осуществлялось

в соответствии с действовавшим Водным кодексом Российской Федерации от 16.11.1995.

Однако после того как Водный кодекс РФ от 16.11.1995 N 167-ФЗ, утратил силу и законом РФ от 03.06.2006 N 74-ФЗ с 1 января 2007 года введен в действие новый Водный кодекс, в соответствии с которым организации и физические лица, осуществляют водопользование на основании договоров водопользования или решений о предоставлении водных объектов в пользование, заключенных или принятых после 1 января 2007 года), плательщиками водного налога не являются.

В результате, в настоящее время водопользователи, заключившие соответствующие договоры после 1 января 2007 года, уплачивают неналоговую плату за пользование водными объектами в соответствии с Водным кодексом , а водопользователи, которые используют водные объекты на основании действующих лицензий на водопользование либо договоров водопользования, оформленных до 1 января 2007 года, то есть(до введения в действие нового Водного кодекса Российской Федерации, продолжают уплачивать водный налог в соответствии с положениями главы 25.2 Налогового кодекса Российской Федерации.

Таким образом, с 2007 года в Российской Федерации одна и та же по своей экономической сущности плата за пользование поверхностными природными водными объектами одновременно взимаются два вида платежей за пользование водными объектами: водный налог и неналоговая плата. Поскольку договоры на водопользование заключаются на срок до двадцати лет , при определенных условиях один и тот же водопользователь может одновременно уплачивать водный налог и неналоговую плату, имея по разным водным объектам договоры , заключенные в соответствии с главой. 25.2 Налогового кодекса и новым Водным кодексом.

Пользование подземными водными объектами является объектом обложения водным налогом, а водопользователи, осуществляющие данный вид водопользования, являются плательщиками водного налога в соответствии с главой 25.2 «Водный налог» Кодекса на основании лицензий на право пользования недрами в целях добычи подземных вод, выданных как до 1 января 2007 года, так и после этого срока.

Можно сделать вывод, что водный налог постепенно по мере истечения сроков действия ранее выданных лицензий на водопользование будет вытеснен неналоговой платой. Если за этот переходный период не произойдет новых изменений налогового законодательства, то по окончании его администрирование, платежей за пользование поверхностными водными объектами полностью будет осуществляться в соответствии с Водным кодексом РФ. После этого в соответствии с главой. 25.2 Налогового кодекса РФ будет взиматься только налог за пользование подземными водными объектами.

В итоге, платежи за пользование поверхностными водными объектами, по всем признакам подходящими под определение налога, данное налоговым кодексом Российской Федерации, называются: то налогом, то неналоговым платежом. Явным формальным, а не сущностным основанием такого изменения квалификации данного вида платежа является исключение части, а затем и всех плательщиков налога из Налогового кодекса РФ и перенос под юрисдикцию Водного кодекса РФ, который, как и первый, имеет статус федерального закона, а так же изменение субъекта его администрирования: Федеральной налоговой службы РФ на исполнительные органы власти федерального, регионального и муниципального уровней. При этом признаки платежа: обязательность, индивидуальная безвозмездность, взимание в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований остаются теми же независимо от закона, на основании которого он взимается. То есть один и тот же, по свей сути, платеж перестает быть налогом, и называется неналоговм с исключением его из Налогового кодекса. При таких решениях вопреки узаконенному определению налога, при определении вида платежа главным признаком становится его законодательное закрепление (название законодательного акта которым он утвержден). Это противоречит теории вопроса, научной логике и вводит в заблуждение практических работников.

Большое сомнение вызывает и определение в главе Глава 25.1. Налогового кодекса Российской Федерации платы за пользование объектами животного мира и объектами водных биологических ресурсов как сборов.

В соответствии со статьей 8 Налогового кодекса Российской Федерации, под сбором понимается обязательный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в отношении плательщиков сборов государственными органами, органами местного самоуправления, иными уполномоченными органами и должностными лицами юридически значимых действий, включая предоставление определенных прав или выдачу разрешений (лицензий). То есть в соответствии с данным определением, речь идет об оплате за обеспечение и оформление определенных юридически значимых документов (лицензий , разрешений и др.документов на право пользования выше названных ресурсов), которая взимается в соответствии с главой 25.3. Налогового кодекса Российской Федерации «Государственная пошлина». Что касается эконо-

мической сущности, так называемого сбора за пользование объектами животного мира и объектами водных биологических ресурсов, то это не что иначе как налог, предполагающий изъятие у пользователей объектами животного мира и объектами водных биологических ресурсов в пользу государства природной ренты законодательные акты и нормативные документы. РИСК

Библиографический список:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 1.Федеральный закон от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ с последующими изменениями и дополнениями

2. Налоговый кодекс Российской Федерации.Часть 2.Федеральный закон от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ с последующими изменениями и дополнениями

3. Водный кодекс РФ от 16.11.1995 N 167-ФЗ

4. Водный кодекс РФ Федеральный закон от 3 июня 2006 года № 73-ФЗ ФЗ с последующими изменениями и дополнениями

5. Федеральный закон от 6 мая 1998 г. N 71-ФЗ. О плате за пользова-ние водными объектами

6. Герасименко Н.В. О совершенствовании правового регулирования системы платежей за пользование природными ресурсами.// Законо-дательство и экономика».- № 9, 10.- сентябрь-октябрь 2004.

7. Якутин Ю.В. Об опыте, проблемах и путях совершенствования государственного стратегического планирования // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2013. № 2. С. 4-27.

8. Данченков В.И. Общее и особенное во взаимодействии налоговой и таможенной систем // Российский экономический интернет-журнал. 2013. № 3. С. 14.

9. Данченков В.И. Развитие взаимодействия налоговых и таможенных органов в рамках таможенного союза и вступления России в ВТО // Российский экономический интернет-журнал. 2013. № 3. С. 12.

10. Плетнева Г. Международная практика применения трансфертных цен для налогового контроля сделок между взаимозависимыми лицами // Финансовая жизнь. 2013. № 4. С. 37-42.

Сайт журнала «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция»

www.risk-online.ru

Подписка через редакцию
Архив журнала за 2012 год в свбодном доступе
Содержание всез номеров
Анонсы свежего номера

Заходите ;)

Актуальные вопросы формирования новой системы государственных и муниципальных закупок

Ю. Клюева,
к.э.н., руководитель направления «Торговое дело», доцент кафедры экономики,
Дзержинский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,
В. Неклюдов,
доцент, декан факультета управления и экономики,
Дзержинский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Дзержинск

Аннотация: в статье дается описание новой контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Изложены некоторые проблемы и предложены пути их решения.

Ключевые слова: новая контрактная система в сфере закупок.

Annotation: the article describes a new contract system in the field of procurement of goods, works and services for state and municipal needs. Outlined some of the problems and proposed ways of their solution.

Keywords: the new contract system in procurement.

Закупочная деятельность любого предприятия, как государственного, так и частного, связана с выбором поставщика материальных ресурсов. В настоящее время в сфере государственных и муниципальных закупок происходят значительные изменения. С 1 января 2014 года вступил в силу Федеральный закон №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее — Закон №44-ФЗ), что означает переход на новую систему государственных закупок.

В новой системе государственных и муниципальных закупок сохранена существенная часть положений Закона от 21.07.2005 г. №94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» (далее — Закон №94-ФЗ). Вместе с тем, в Законе №44-ФЗ представлен ряд нововведений, подразумевающих создание более совершенной системы государственных и муниципальных закупок.

В послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию от 30 ноября 2010 г. говорилось о том, что «заложенные в 94-ом Законе цели во многом остались декларациями. По самым скромным оценкам, нецелевые расходы, включая и прямое воровство, и «откаты», и просто нецелевые расходы составляют не менее 1 трлн. руб.» [3].

Новый закон был разработан с целью предотвращение коррупции и других злоупотреблений в сфере закупок. Кроме этого, в законе нашли отражение такие цели, как повышение качества обеспечения государственных и муниципальных нужд, внедрение системного подхода в сферу планирования и осуществления закупок, обеспечение гласности и прозрачности.

Существенные нововведения Закона №44-ФЗ призваны реализовать системный подход в сфере государственных закупок товаров и услуг, а также другие заявленные цели. Несколько основных инноваций рассмотрим более подробно:

1. Планирование закупок. Главой 2 Закона №44-ФЗ предусмотрено обязательное планирование закупок посредством формирования, утверждения и ведения планов закупок и планов-графиков. Планы закупок формируются на срок, соответствующий сроку действия соответствующего закона о бюджете, то есть на три года. Планы-графики будут составляться заказчиками ежегодно.

В главе 2 Закона №44-ФЗ также предусмотрено обоснование и нормирование закупок. Объект закупки подлежит обоснованию при формировании планов закупок, а в планах-графиках обоснованию подлежит способ определения поставщика и начальная (максимальная) цена контракта.

Под нормированием понимается «установление требований к количеству и качеству, потребительским свойствам и иным характеристикам товаров, работ и услуг, позволяющим обеспечить государственные и муниципальные нужды, но не приводящие к закупкам товаров (работ, услуг), имеющих избыточные потребительские свойства или иные характеристики либо являющихся предметом роскоши» [1].

2. Способы закупок. Законом №44-ФЗ предусмотрены дополнительные по сравнению с Законом №94-ФЗ способы закупок — конкурс с

ограниченным участием; двухэтапный конкурс; запрос предложений. Также нормами Закона №44-ФЗ предусмотрен аукцион — в электронной форме и закрытый (ст. 59 и ст. 86 Закона №44-ФЗ).

3. Единая информационная система. Закон №44-ФЗ предусматривает создание единой информационной системы, содержащей данные обо всех этапах закупок, начиная с планирования и заканчивая исполнением контракта. В нее будут включены все документы по планированию закупок и по реализации планов, информация о заключении и исполнении контрактов, а также иные сведения, предусмотренные Законом (ч. 3 ст. 4 Закона №44-ФЗ).

4. Исполнение контракта. Заказчику предоставлена возможность расторжения контракта с поставщиком в одностороннем порядке в соответствии с гражданским законодательством (ч.9 ст.95 Закона №44-ФЗ). Такая же возможность предоставлена и поставщику (ч.19 ст.95 Закона №44-ФЗ). Важным условием для принятия решения об одностороннем отказе от исполнения контракта является наличие такой возможности в документации об осуществлении закупки. Контракт будет считаться расторгнутым с момента получения одной стороной уведомления от другой стороны об одностороннем отказе от исполнения договора.

5. Контрольная деятельность. В соответствии со статьей 98 Закона №44-ФЗ, аудит будет осуществляться Счетной палатой РФ, контрольно-счетными органами субъектов РФ, муниципальных образований и иными органами, уполномоченными законодательством РФ. Органы аудита будут осуществлять анализ обоснованности планирования закупок, эффективности осуществления закупок, результативности расходов на закупки.

Контроль будет осуществляться федеральными органами исполнительной власти путем проведения плановых и внеплановых проверок в отношении заказчиков, контрактных служб заказчиков, уполномоченных органов, комиссий по осуществлению закупок, операторов электронных площадок и других лиц, участвующих в процедуре закупок.

Статьей 102 Закона №44-ФЗ предусмотрен общественный контроль за соблюдением требований законодательства РФ о контрактной системе в сфере закупок.

Внедрение вышеуказанных нововведений позволит создать эффективную систему государственных и муниципальных закупок, обеспечить прозрачность всех этапов закупочного процесса.

Вместе с тем, Закон №44-ФЗ содержит целый ряд положений, реализация которых на практике является затруднительной для участников закупочного процесса:

1.Участие субъектов малого предпринимательства, социально-ориентированных некоммерческих организаций в закупках. В соответствии с ч. 1 ст. 30 Закона № 44-ФЗ, заказчики обязаны осуществлять закупки у субъектов малого предпринимательства, социально ориентированных некоммерческих организаций в размере не менее чем 15% совокупного годового объема закупок, предусмотренного планом-графиком. Если не состоялись торги с участием субъектов малого предпринимательства, заказчик вправе осуществить закупки на общих основаниях. При этом количество товара, объем работы или услуги, являющихся объектом закупки, не учитываются в совокупном годовом объеме закупок. По итогам года заказчик обязан составить отчет об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства и разместить такой отчет в единой информационной системе до 1 апреля года, следующего за отчетным. В такой отчет заказчик включает информацию о заключенных контрактах с субъектами малого предпринимательства, а также информацию о несостоявшемся определении поставщиков (подрядчиков, исполнителей) с участием субъектов малого предпринимательства.

Данная норма является труднореализуемой для небольших бюджетных учреждений, в которых почти 90% бюджетных средств от общего объема всех закупок уходит на оплату услуг, которые может оказать только одна организация, например, услуги по сопровождению установленных автоматизированных систем в силу наличия исключительных прав на изменение функциональных и системных возможностей АС.

Единственным выходом из сложившейся ситуации является право заказчика при определении поставщика (подрядчика, исполнителя) установить в извещении об осуществлении закупки требований о привлечении к исполнению контракта субподрядчиков, соисполнителей из числа субъектов малого предпринимательства, социально ориентированных некоммерческих организаций. При этом количество товаров, объем работ, объем услуг, соответственно к поставкам, выполнению, оказанию которых привлекались такие субподрядчики, соисполнители, учитываются в совокупном годовом объеме закупок.

2. Закупочные комиссии. В соответствии с ч.1 ст. 39 Закона №44-ФЗ заказчик создает закупочную комиссию по осуществлению закупок для определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей), за исключением закупки у единственного поставщика. Число членов конкурсной, аукционной или единой комиссии должно быть не менее чем пять человек, число членов котировочной комиссии, комиссии по рассмотрению заявок на участие в запросе предложений и окончательных предложений должно быть не менее чем три человека (ч. 3 ст. 39 Закона №44-ФЗ). Кроме

этого, в состав комиссии включаются лица, прошедшие профессиональную подготовку или повышение квалификации в сфере закупок, а также обладающие специальными знаниями, относящимися к объекту закупки (ч. 5 ст. 39 Закона №44-ФЗ). Как создавать закупочную комиссию и проводить обучение её членов, если в дошкольном образовательном учреждении работает, например, всего 5 человек? Исключений для небольших учреждений в Законе № 44-ФЗ нет, поэтому закупочная комиссия должна быть. Комиссия правомочна осуществлять свои функции, если на заседании комиссии присутствует не менее чем 50% общего числа ее членов (ч. 8 ст. 39 Закона №44-ФЗ).

Решением данной проблемы является предусмотренная статьей 26 закона №44-ФЗ централизация закупок. С 1 января 2016 года органы исполнительной власти федерального, регионального и местного уровня обязаны принять решение об осуществлении полномочий заказчика данными органами, их территориальными органами или учреждениями следующими способами (ч.5. статьи 26 Закона №44-ФЗ):

1) осуществление данными органами полномочий на:

а) определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) для соответствующих заказчиков;

б) планирование и осуществление закупок, включая определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей), заключение государственных и муниципальных контрактов, их исполнение, в том числе с возможностью приемки поставленных товаров, выполненных работ (их результатов), оказанных услуг, для соответствующих государственных и муниципальных заказчиков;

2) наделение уполномоченного органа, уполномоченного учреждения или несколько уполномоченных органов, уполномоченных учреждений полномочиями на определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) для соответствующих заказчиков;

3) наделение уполномоченного органа или несколько уполномоченных органов полномочиями на планирование и осуществление закупок, включая определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей), заключение государственных и муниципальных контрактов, их исполнение, в том числе с возможностью приемки поставленных товаров, выполненных работ (их результатов), оказанных услуг, для соответствующих государственных и соответствующих муниципальных заказчиков;

4) осуществление каждым заказчиком своих полномочий самостоятельно.

3. Несостоявшиеся процедуры по определению поставщика. Если на участие в электронном аукционе не подано ни одной приемлемой заявки, аукцион признается несостоявшимся (ч.16 ст. 66 Закона №44-ФЗ) и заказчик осуществляет закупку путем проведения запроса предложений (ч.4 ст.71 Закона №44-ФЗ). Победителем признается участник, предложивший наилучшие условия исполнения контракта. Если же и при запросе предложений не подано ни одной приемлемой заявки, заказчик вынужден проводить новую процедуру закупок. Небольшие бюджетные учреждения вынуждены повторять процедуры закупки различных товаров или услуг, так как малые объемы закупок не привлекают потенциальных поставщиков. Возникает острая потребность в тех или иных товарах, например, в бензине. Для закупки бензина можно использовать возможность заключения контракта с единственным поставщиком, если оформить служебную командировку в соответствии с п.26 части 1статьи 93 Закона 44-ФЗ.

Таким образом, формирующаяся контрактная система государственных и муниципальных закупок нуждается в значительной доработке. В настоящее время готовится ряд поправок к Закону №44-ФЗ, призванных устранить имеющиеся недостатки. **РИСК**

Библиографический список:

1. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон Российской Федерации от 5 апреля 2013 г. N 44-ФЗ. — http://www.rg.ru/

2. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон Российской Федерации от 21 июля 2005 г. N 94-ФЗ. — http://www.rg.ru/

3. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию от 30 ноября 2010 г. — http://base.consultant.ru

Н. Блиничкина,
к.э.н., заведующая отделом международных связей, Таджикский государственный университет права, бизнеса и политики

Стратегия экономической безопасности и особенности ее формирования

Аннотация: в статье рассматривается сущность стратегии экономической безопасности, анализируются трудности ее формирования. Особое внимание уделено исследованию подходов различных экономических школ по формированию стратегии в рамках стратегического менеджмента.
Ключевые слова: стратегия, экономическая безопасность, стратегический менеджмент.
Annotation: in article the essence of strategy of economic security is considered, difficulties of its formation are analyzed. The special attention paid for researching of approaches of various economic schools on strategy formation within strategic management.
Keywords: strategy, economic security, strategic management.

В 70-х годах XX века наряду с выделением и формированием приоритетов в вопросе обеспечения безопасности начинается процесс определения методов и способов ее сохранения, что напрямую связано с разработкой первых стратегий экономической безопасности.

Здесь следует более подробно остановиться на понимании слова «стратегия». Сегодня мы широко используем данный термин в самых различных сферах нашей деятельности, в том числе и в экономике. Однако до начала прошлого века он использовался преимущественно в военной сфере и подразумевал составную часть военного искусства, представляющую ее высшую область. С.И.Ожегов определяет стратегию как науку или искусство ведения войны либо как общий план боевых операций. И лишь давая толкование переносному значению слова, большинство составителей толковых словарей отмечают, что стратегия является искусством руководства политической, общественной или иной деятельностью, а также искусством руководства коллективами, направленным на достижение определенных целей и основанное на далеко идущих прогнозах [3; 6; 7; 8].

Данные толкования термина «стратегия» приведены были не случайно, ибо от четкого представления того, что же есть стратегия, в сфере экономической безопасности зависит функциональность и эффективность системы защиты экономических интересов, а, следовательно, и жизнеспособность самого государства. Невероятно сложно, а в большинстве случаев и вовсе невозможно обеспечивать экономическую безопасность государства в условиях, когда нет четкого понимания и однозначного восприятия как самого состояния безопасности, так и политики безопасности.

Едва ли стратегию экономической безопасности возможно определить как искусство обеспечения безопасности, так как она предполагает конкретные действия, а не способность общего руководства или управления. Если допустить толкование стратегии экономической безопасности как некоего искусства, то истинным должно оказаться предположение, что экономическую безопасность может обеспечить лишь человек, обладающий этим искусством (талантом в данной сфере). В этом случае объективный экономический процесс, связанный с воздействием хозяйственных отношений на уровень жизнеспособности государства, приобретает исключительно субъективную форму, зависящую от желаний и стремлений отдельной категории людей («владеющих искусством»). Очевидно, что отдельный человек не способен охватить весь спектр вопросов, связанных с экономическими (внешними и внутренними) отношениями государства, а также с социально-экономическим положением в стране.

Из этого следует необходимость ответа на вопрос: что есть стратегия в контексте экономической безопасности; является ли она планом, принципом поведения, системой либо перспективой развития.

Наиболее распространенным является толкование стратегии как плана действия, некоего перечня задач, поэтапное выполнение которых в идеале приведет к обеспечению безопасности экономики. Подобное толкование имеет ряд уязвимых элементов. В частности, изменения в мировом хозяйстве могут спровоцировать изменения и в национальной экономике и тем самым ускорить, замедлить или и вовсе обратить ее развитие. Простой план действий не имеет гибкости, позволяющей ему приспосабливаться к таким изменениям и обеспечить экономическую стабильность, являющуюся одним из аспектов экономической безопасности. Стратегия экономической безопасности — то, что позволяет осознанно и управляемо сохранять такую стабильность, а также обеспечивать развитие и независимость экономики, следовательно, понимание ее как плана не может в полной мере охватить всех ее функций.

Подобные возражения возникают и при трактовке стратегии как перспективы развития. При этом следует особо подчеркнуть, что такое толкование еще больше сужает сферу применения понятия «стратегия экономической безопасности», ибо ограничивает ее исключительно рамка-

ми определения основных направлений и способов развития без указания методов достижения целей.

С другой стороны, трактовка стратегии как принципа поведения также, на наш взгляд, не может быть приемлемой. В этом случае может быть разработана методология действий по обеспечению экономической безопасности, что на первый взгляд представляется достаточным. Однако подобное толкование стратегии не подразумевает наличие механизма, позволяющего определить своевременность и целесообразность тех или иных действий. По сути, стратегия становится чисто теоретической программой, работающей по принципу «ввод задачи — адекватный ответ». Возникает вопрос: может ли быть обеспечена экономическая безопасность, если проблемы будут решаться лишь по мере их возникновения и не будут приниматься никакие превентивные меры, направленные на предотвращение их возникновения?

Наиболее приемлемым представляется толкование стратегии как комплексной системы, являющейся неотделимой частью экономической системы государства. В идеале система, обеспечивающая безопасность, должна быть полностью встроена в экономику, чтобы обеспечить своевременное и адекватное реагирование на возникновение опасностей.

Особо следует подчеркнуть комплексный характер подобной системы, то есть стратегия — это не просто документ, рассмотренный и одобренный на законодательном уровне, это — также и механизмы реализации этого документа (и даже скорее ряда документов, фиксирующих идеи власти о методах и способах обеспечения экономической безопасности), это механизмы контроля и мониторинга экономики, а также механизмы, позволяющие системе сохранять гибкость и адаптироваться к изменяющимся экономическим условиям.

Кроме того, не стоит забывать о том, что национальная безопасность имеет не только экономическое измерение. Венная, культурная, дипломатическая и прочие сферы жизни или государственной деятельности имеют определенную связь с экономикой. Следовательно, возникает необходимость в своеобразной синхронизации всех этих направлений обеспечения безопасности. В рамках нашего исследования это значит, что необходимо учитывать возможность пересечения стратегии экономической безопасности с другими направлениями обеспечения национальной безопасности либо же их единовременного применения. В этом процессе не должно возникать внутренних противоречий, ибо это может привести к краху всей системы обеспечения национальной безопасности.

Исходя из всего вышеизложенного, мы можем охарактеризовать стратегию экономической безопасности как комплексную систему мер, позволяющую сохранять экономическую стабильность в условиях воздействия различных негативных факторов, а также обеспечивать развитие и независимость экономики.

Представители стратегического менеджмента выделяют следующие функции, присущие стратегии: аналитическая, организационно-административная, учетно-контрольная, информационная, функция целеполагания, нормативно-правового обеспечения и планирование [4, 60].

Не все из перечисленных функций присущи стратегии экономической безопасности государства, поскольку макроэкономический уровень воздействия предполагает несколько иные характерные черты и особенности процессов. Но используя данные разработки в качестве основы и исходя из особенностей макроуровня, возможно выделить следующие функции стратегии экономической безопасности:

- ♦ аналитическая, заключающаяся в поиске и выявлении опасностей;
- ♦ функция целеполагания, состоящая в определении главных целей развития и общей цели обеспечения экономической безопасности;
- ♦ функция нормативно-правового обеспечения — создание законодательной основы для действий, связанных с обеспечением экономической безопасности, и определение полномочий лиц, чья деятельность связана с этой сферой;
- ♦ организационно-административная, формирующая единую систему в рамках государственных органов управления;
- ♦ функция планирования — определение способов достижения намеченных целей, использования ресурсов и возможностей;
- ♦ ограничительная, определяющая степень и способы вмешательства в экономику со стороны государства;
- ♦ стимулирующая — содействующая созданию условий для развития экономики государства.

Формирование любой стратегии, а стратегии экономической безопасности в наибольшей мере, так как она составляют основу для безопасного существования государства, связано с рядом трудностей. Это, прежде всего, проявляется при выборе метода разработки стратегии, поскольку таковой определяет ее эффективность и соответствие целям развития государства.

В этом отношении представляют интерес подходы, предлагаемые различными экономическими школами в рамках стратегического менеджмента (таблица 1).

Несмотря на то, что методология формирования стратегии этими школами разрабатывалась на микроуровне для управления организациями и предприятиями, некоторые принципы остаются общими и могут быть использованы и при формировании стратегии экономической безопасно-

Таблица 1

Характеристика стратегий в рамках школ стратегического менеджмента

Название	Характеристика стратегии
Школа дизайна	Стремление к достижению соответствия внутренних и внешних возможностей компании. Основной инструмент планирования развития — SWOT-анализ
Школа планирования	Стратегия представляет собой комплекс субстратегий второго порядка, например, во внешней среде — товарной и ценообразования, во внутренней — снижения издержек, инвестиционной деятельности, мотивационные программы и т.п.
Школа позиционирования	Для каждой отрасли реализуется свой набор имеющихся стратегий, который зависит от вида производства, конкурентной среды и т.п.
Школа власти	Борьба за власть и сферы влияния как на микро- (переговоры между формальными и профессиональными структурами — подразделениями, профсоюзами и т.п.), так и на макроуровне (с клиентами и контрагентами, представителями власти и регулирующих структур и т.п.)
Школа предпринимательства	Базируется на личности руководителя-стратега, который выполняет три роли: основателя, собственника-управляющего, инноватора
Когнитивная школа	База стратегии — всесторонняя информация, её полнота и способ получения или обмена между персоналом. Руководитель, получая информацию из внешнего мира и от сотрудников, осмысливает и трансформирует её в план действий
Школа обучения	Организация представляет собой пространство, в котором сотрудники сами создают реальность и учатся её изменять. Ключевым понятием и конкурентным преимуществом является компетенция — способность организовывать процессы, которые в другой среде трудновоспроизводимы
Школа культуры	Культура корпорации является уникальным ресурсом, а коллектив — носителем ценностей и убеждений, поэтому основная цель компании — сохранять целостность и преданность коллектива
Школа внешней среды	Стратегия компании определяется рядом факторов — конкурентной средой, институциональным и общественным мнением. Компания выполняет роль пассивного игрока, который адаптируется к существующим условиям
Школа конфигурации	Основной фактор влияния на стратегию развития — технологический процесс, при котором цель руководства — поддержание стабильности и управление трансформацией в переходный период

Источник: Барсукова А. В. Механизм формирования эффективной стратегии поведения предприятия в трансформационной экономике.//Дис. канд. экон. наук, 2003

сти. Так, представляется возможным использовать принцип соответствия внутренних и внешних возможностей, предложенный школой дизайна, также интерес представляют разработки школы власти, поскольку экономическая безопасность в наибольшей мере связана с политикой государства и проведение политических переговоров для ее реализации в некоторых случаях может оказаться весьма действенной мерой.

Для начального этапа становления и развития экономики при условии наличия талантливого руководителя (главы государства) возможно использование концепции школы предпринимательства, базирующейся на ведущей роли руководителя-стратега.

Учитывая влияние информации и постоянного мониторинга экономики для обеспечения экономической безопасности имеет смысл использовать некоторые разработки когнитивной школы.

Однако необходимо отметить методики, которые, на наш взгляд, ни в коем случае не должны применяться при формировании стратегии экономической безопасности. К ним следует отнести, во-первых, методику школы внешней среды, поскольку она ориентирована во вне, а экономическая безопасность обладает и внутригосударственным измерением, которое в большинстве случаев имеет большее значение, нежели внешнее; во-вторых — школу конфигурации, ибо простое поддержание стабильности для государства неизбежно повлечет отставание и только развитие может обеспечить его экономическое благополучие.

Выбор верной уже опробованной методики формирования стратегии экономической безопасности не означает, что она автоматически должна оказаться действенной. В целом и формирование, и реализация стратегии сопряжены с большими трудностями. Американский экономист Клифф Боумен, специализирующийся в области стратегического менеджмента, отмечает возникновение следующих проблем: «События опережают запланированный график. Процесс планирования мешает проявлению изобретательности и инициативы. В ходе реализации плана возникают непредвиденные проблемы. Менеджеры, не участвующие в разработке плана, не придерживаются его. Текущие проблемы отвлекают внимание менеджеров от реализации плана» [2, 13].

Это далеко не весь перечень возможных сложностей. В связи с этим представляется необходимым уделить внимание не только преимуществам использования стратегии экономической безопасности, которые очевидны и состоят в определении четкого курса развития, ликвидации хаоса, выявлении скрытых резервов и возможностей для развития и т.д. Необходимо также изучить недостатки стратегии, что позволит либо избежать их, либо, если первый вариант невозможен — учесть их влияние и корректировать действия по мере возникновения.

Указанные недостатки стратегического планирования можно разделить на следующие группы:

1. Человеческий фактор (лица, ответственные за реализацию стратегии, лишаются инициативы

и в кризисной ситуации будут излишне полагаться на готовую программу действий);

2. Форс-мажорные обстоятельства (невозможность предусмотреть все возможные варианты развития экономики и воздействие неучтенных факторов в этом случае может послужить причиной разрушения всей системы экономической безопасности; выявленные и спрогнозированные опасности могут сконцентрировать на себе все силы системы безопасности и некоторые опасности могут остаться незамеченными на протяжении долгого времени);

3. Формирование императива (если стратегия принята, необходимо ее реализовывать, что подчас препятствует развитию, когда необходимо внесение кардинальных изменений, а руководители, привыкнув полагаться на старую модель, стремятся сохранить ее);

4. Потеря возможностей (слепое следование курсу может привести к потере возникающих возможностей, не учтенных стратегией);

5. Искажение реальности (стратегия не может быть полностью объективной, так как составляется людьми, имеющими собственное представление о том, что необходимо и важно, а также не располагающими абсолютно всеми данными).

Безусловно, мы также не можем выявить все возможные недостатки стратегического планирования и данную классификацию можно расширять. Однако следует отметить характерные черты, общие для всех таких недостатков: они возникают в своеобразной «слепой зоне» стратегии, то есть в результате воздействия неучтенных факторов на экономику.

Возможны два варианта действий, позволяющие в какой-то степени избежать возникновения этих факторов. Первый путь предполагает разработку более детальной стратегии, в которой просчитывались бы все возможные схемы развития событий. Однако такой путь не представляется нам эффективным, поскольку, во-первых, требует чрезвычайно больших затрат (и материальных, и финансовых) для проведения детального анализа и такого же детального прогноза. Во-вторых, разработанная в результате стратегия окажется чрезмерно громоздкой и сложно реализуемой на практике.

Второй путь формирования стратегии экономической безопасности предусматривает определение лишь общих направлений и действий. Такая стратегия, с одной стороны, расширяет «слепую зону», но, с другой — является более гибкой и позволяет приспосабливаться к изменяющейся обстановке. Жесткое следование стратегии лишает систему гибкости, поэтому стратегия должна намечать лишь общее направление, в то время как каждая конкретная ситуация должна рассматриваться и решаться отдельно, но в рамках целей и задач стратегии.

Как отмечалось выше, стратегия не просто некий документ, это — система. Подобный подход позволяет также в некоторой мере уменьшить «слепую зону» через разработку в рамках общей стратегии дополнительных программ, имеющих ограничения по сроку, территории или сфере действия.

Кроме того, полагаем необходимым особо подчеркнуть, что стратегия экономической безопасности не является панацеей и при всех своих достоинствах не может определять экономическую политику в любой ситуации. Но определив общее направление и принципы регулирования экономики, стратегия позволяет более эффективно противостоять вызовам современной рыночной экономики и негативным последствиям глобализации. Все вышесказанное не может служить причиной для отказа от использования стратегии.

В целом, процесс формирования стратегии экономической безопасности довольно сложен и неоднозначен. До сих пор, несмотря на отказ мирового сообщества от силовых методов решения споров и усилению роли социально-экономической составляющей во внутригосударственной политике и внешнеторговой — во внешнегосударственной, часто применяются военные силы (все чаще с целью защиты экономических интересов). Само понимание и экономической безопасности, и стратегии экономической безопасности в экономической науке еще окончательно не оформилось, что порождает сложности при формировании стратегии экономической безопасности. Все это накладывает собственный отпечаток на подходы к данному вопросу и подчас может вызвать отрицание необходимости использования стратегии и стремление вновь обратиться к классическому принципу саморегулируемости экономики Адама Смита. Но при условии, если мы желаем обеспечить достойное существование каждого человека в нашем обществе и сохранить наше государство единым и независимым, содействовать его развитию, не следует отвергать способ мудрого и продуманного руководства экономическими процессами, несмотря на все трудности, с которыми мы при этом можем столкнуться. РИСК

Библиографический список:

1. Барсукова А. В. Механизм формирования эффективной стратегии поведения предприятия в трансформационной экономике.//Дис. канд. экон. наук, 2003

2. Боумен К. Основы стратегического менеджмента./Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, И.М. Соколовой. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. — 175с.

3. Ефремова Т. Ф. Новый толково-словообразовательный словарь русского языка. — М: Дрофа, Русский язык, 2000 — 1233 с.

4. Ланцман Е. Н. Концептуальные подходы к проблеме обеспечения экономической безопасности организации// Вестник АГТУ, Сер.: Экономика. 2010. № 1. — 58-62 с.
5. Перевалова Ж.А. Стратегия обеспечения экономической безопасности государства (теоретико-методологический аспект). — с.169-174
6. Толковый словарь живого великого русского языка В.И.Даля — http://slovari.yandex.ru/~%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8/%D0%A2%D0%BE%D0%BB%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9%20%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C%20%D0%94%D0%B0%D0%BB%D1%8F/~%D0%A1%D1%82/8/ (29.01.2014)
7. Толковый словарь под ред. С. И. Ожегова и Н.Ю.Шведовой. — М.: ИТИ Технологии; Издание 4-е, доп, 2008. — 944с.
8. Толковый словарь русского языка под ред. Д. Н. Ушакова. — М.: ООО «Издательство Астрель», ООО «Издательство АСТ», 2000. — 848 с.

Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

Институт ИТКОР – один из ведущих в России консалтинговых центров в области логистики, маркетинга и финансов – предлагает всем желающим программы дополнительного образования по программам:

- **Профессиональная переподготовка**
- **Повышение квалификации**
- **Семинары**
- **Корпоративное обучение**

Будущее за теми, кто обладает знаниями!

РЕКЛАМА

Контакты: тел.: (499) 156-75-41 / 152-18-23; e-mail: office@itkor.ru

В. Шумаев,
д.э.н., профессор кафедры менеджмента и маркетинга, Московский университет им. С.Ю. Витте

Ресурсосбережение в машиностроении: совершенствование конструирования

Аннотация: в статье приведены рекомендации по ресурсосбережению за счет совершенствования конструирования и конструкторских разработок машин и оборудования.

Ключевые слова: снижение затрат, экономия материалов, совершенствование конструирования, повышение конкурентоспособности.

Annotation: the article provides recommendations on efficient use of resources by improving the design and development of machines and equipment.

Keywords: reducing costs, saving materials, to improve the design, increase of competitiveness.

Снижение затрат при создании машин и оборудования является основополагающей задачей разработчиков, решение которой в значительной степени влияет на уровень конкурентоспособности конечной продукции. Одним из важнейших и результативных направлений снижения себестоимости этой продукции является использование наиболее прогрессивных методов конструирования и конструкторских разработок.

Совершенствование конструирования и конструкций выпускаемых машин и оборудования осуществляется по следующим направлениям [1]:

- сокращение излишних запасов прочности за счет совершенствования методов расчета, внедрения прогрессивных норм расчета на прочность;
- применение системы автоматизированного проектирования;
- унификация изделий машиностроения;
- использование в конструкторской работе метода функционально-стоимостного анализа;
- рациональный выбор типа передачи, совершенствование кинематических схем машин, совершенствование компоновки узлов и агрегатов, применение блочно-модульных конструкций.

Сокращение излишних запасов прочности осуществляется на основе научной обоснованности инженерных расчетов, применения более точных методов расчета с использованием вычислительной техники, увеличения охвата расчетами на прочность до 80% деталей и узлов, наиболее полного использования прочностных свойств металла и других материалов в конструкциях машин и оборудования.

Расчетным путем установлено, что повышение механических свойств металла на 1кг/кв. мм (9,8МПа) эквивалентно 2,5% экономии металла.

Расчет на прочность любого конструктивного элемента проводится в следующей последовательности операций:

- выбор расчетной схемы на основе данных об эксплуатационной нагруженности;
- определение расчетных нагрузок и граничных условий (с учетом аварийных ситуаций);
- расчет напряженно-деформированного состояния;
- определение несущей способности и долговечности на основе

нормативных значений коэффициентов запаса прочности или допускаемых напряжений.

Методы расчета динамических характеристик, напряженно-деформированного состояния, предельных состояний (по критериям дефор-мации, устойчивости, разрушения) носят общий характер и являются одинаковыми для ряда типовых конструктивных элементов (стержни, пластины, оболочки), входящих в состав различных машин. Расчет таких элементов проводится по типовым схемам, режимам, условиям, методам, регламентированным стандартами.

В качестве рекомендации по совершенствованию методов инженерных расчетов может служить разработанный Государственным научно-исследовательским институтом машиноведения имени академика А.А. Благонравова метод многокритериальной оптимизации параметров машин, который позволяет определять рациональные величины таких критериев, как минимальный вес, прочностные характеристики, габариты, динамические, технологические, эксплуатационные, экономические и другие показатели. С использованием указанного метода большинство разработок института доведено до простых инженерных решений, использование которых в практике проектирования не требует переподготовки специалистов и дополнительных капитальных вложений. Составленные для этих методов алгоритмы и программы решений достаточно универсальны и рассчитаны на применение широкого класса ЭВМ.

Снижению металлоемкости конструкции способствует выбор сечения элементов и металлопродукции наиболее рациональной формы. Форма сечения металлопроката выбирается в зависимости от вида деформации. При рассмотрении различных вариантов необходимо выбрать сортамент проката, способный выдержать допустимую нагрузку и быть легче других. При этом рекомендуется учитывать, что в условиях прямого изгиба наиболее рациональным профилем является двутавровая балка, которая легче балки пря-

моугольного сечения при одинаковой несущей способности. Прочность и жесткость конструкции в большей степени зависит от распределения металла относительно нейтральной зоны, чем от площади сечения.

Известно, что жесткость двутавровых балок в 10-12 раз больше жесткости балок круглого сечения той же массы. Широкополочные балки с параллельными полками на 15% легче обычных двутавровых. Жесткость при кручении полого вала, толщина стенки которого составляет 0,1 диаметра сплошного вала, в 4,5 раза больше жесткости этого вала. Однако при этом затраты металла гораздо меньше [2].

Рациональный выбор типа передачи позволяет снизить массу машины. Различные типы редукторов одинаковой мощности, передаточного числа и скорости отличаются по массе и габаритным размерам. Так, двухступенчатый цилиндрический редуктор имеет массу 700 кг, червячный редуктор с такими же параметрами — 500 кг, глобоидальный — 130 кг. Уменьшение габаритных размеров и массы редукторов приводит к снижению массы рамы, корпуса и в целом машины. Снижение массы зубчатых колес на 1 кг приводит к снижению редуктора на 3 кг, а каждый килограмм снижения массы редуктора способствует снижению массы машины на 2,5 кг.

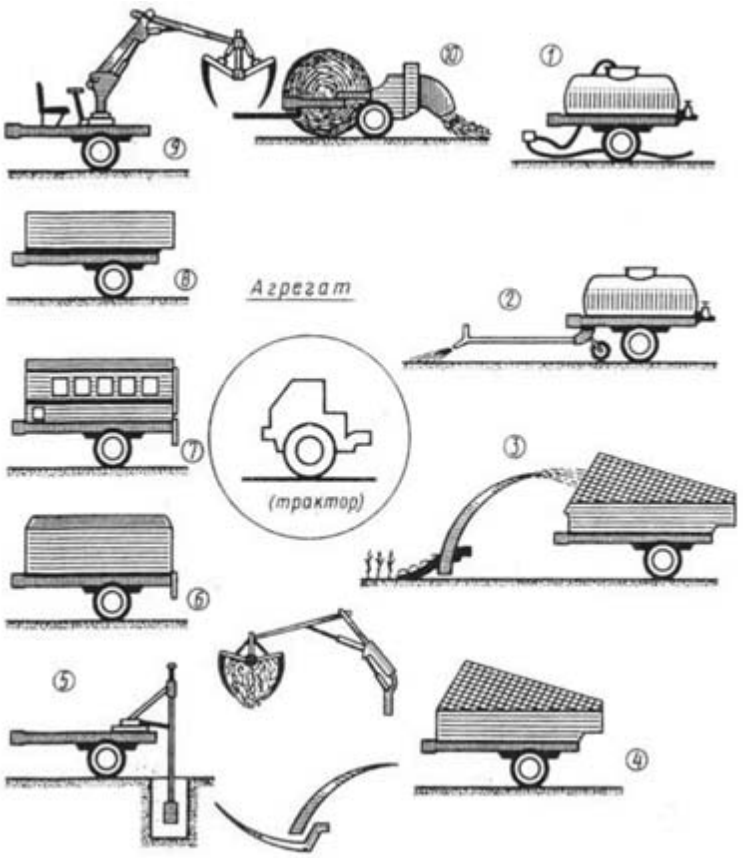

Рис. 1. Примеры сельскохозяйственной техники в модульном исполнении.

Более низкую металлоемкость имеют кинематические схемы на основе использования безредукторного группового привода, глобоидальных редукторов, зубчатых передач Новикова, клиноременных передач, гидравлических приводов.

В реверсивных механизмах, работающих в повторно-кратковременных режимах, целесообразно применять пневматический привод вместо электрического. Масса привода при этом снижается в 3- 4 раза. Применение гидравлического привода в экскаваторостроении, например, вместо механического позволяет на 13-30% снизить его удельную массу на единицу емкости ковша. Применение гидравлического привода вместо механического в конструкции экскаваторов ЭГ-12 позволило создать экскаватор, масса которого в 2,5 раза меньше карьерного экскаватора, выполненного по традиционной схеме.

Использование, например, в экскаваторе планетарных передач вместо цилиндрических в 1,5-2 раза снижает металлоемкость этих узлов. Зубчатые передачи Новикова при тех же параметрах в 2 раза легче эвольвентных. При конструировании лебедки БГ-800, например, применена передача Новикова взамен эвольвентной передачи, что позволило на 73 кг снизить массу редукторного узла и на 404 кг — массу лебедки [2].

В каждом конкретном случае необходимо сравнение вариантов взаимозаменяемых типов передач и приводов. Например, ВНИИметмаш (г. Москва) для поворота конвертера применил многодвигательный электропривод, что по сравнению с редукторами оказалось легче по массе.

Системы автоматизированного проектирования (САПР) являются средством ускоренного конструирования, повышения технического уровня машин и экономии материальных ресурсов. Внедрение САПР обеспечивает успешное решение задач оптимальной компоновки изделия в целом и его узлов, что позволяет проводить многовариантные расчеты на прочность, жесткость, устойчивость и другие параметры, обеспечивая за счет этого снижение металлоемкости машин при одновременном повышении их надежности и долговечности; сокращает время проектирования и разработки конструкторской документации в 2-3 раза и более, за счет оптимизации проектных решений при научно обоснованном снижении запасов прочности обеспечивает заметное повышение технико-экономических показателей проектируемых машин, оборудования и приборов, позволяя одновременно экономить 5-10% и более

материалов и топливно-энергетических ресурсов.

Метод агрегатно-модульного построения техники является одним из основных при создании новых конструкций машин, оборудования, агрегатов, приборов. Он основан на использовании крупных агрегатов и модулей, то есть унифицированных узлов, состоящих из взаимозаменяемых деталей массового производства и выполняющих относительно самостоятельную функцию в различного рода технических устройствах (рисунки 1 и 2). В основу метода агрегатирования и модульного проектирования положены следующие принципы:

♦ соответствие присоединительных и габаритных размеров какому-либо установленному размерному или параметрическому ряду;

♦ возможность использования унифицированных составных частей (модулей) в других финальных изделиях;

♦ способность качественно или количественно изменять основные

♦ целевые свойства финальных изделий за счет изменения состава

♦ унифицированных частей (элементов), их связей;

♦ применение модульного метода для создания ряда финальных изделий (гаммы, семейства, группы и т. п.).

Применение агрегатно-модульных методов проектирования конструкций позволяет сократить сроки разработки, освоения и внедрения в 2-10 раз, снизить себестоимость продукции примерно на 20%, снизить расход материальных ресурсов на 15-20%, сократить простои на ремонт и расходы в эксплуатации на 30-40%, организовать специализированные производства, наиболее полно удовлетворять потребности заказчиков, ускорить сроки монтажа.

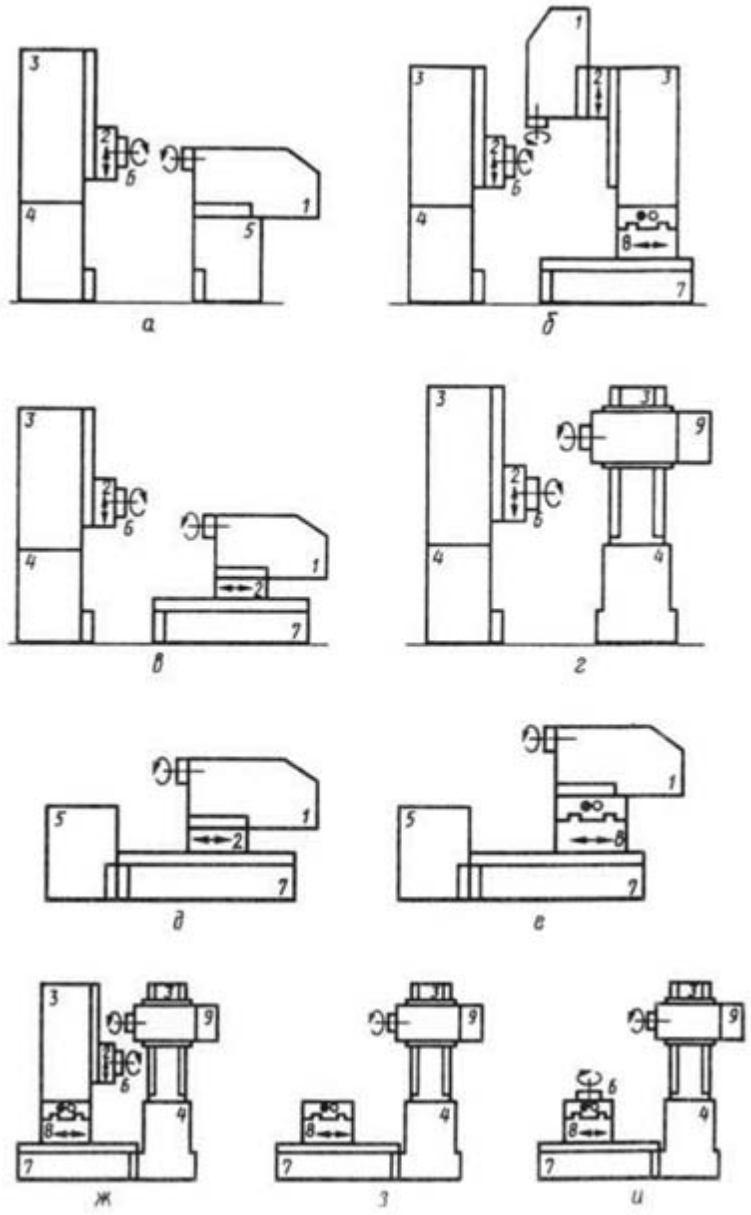

Рис. 2. Примеры компоновки станков в модульном исполнении.

Указанные преимущества возможны при условии широкомасштабной унификации деталей, узлов и готовых изделий. Унификация изделий машиностроения создает условия для ускорения проектирования, использования САПР, сокращения номенклатуры запасных частей, применения при проектировании блочно-модульных конструкций, снижения расхода металла в производстве и эксплуатации. Однако в ряде случаев унификация деталей может вызвать увеличение их массы. Поэтому в каждом конкретном случае необходимо провести технико-экономическую оценку уровня унификации и определить целесообразность применения унификации. Значительным преимуществом унификации является возможность создания специализированного производства унифицированных узлов и деталей на основе использования малоотходной технологии, экономичных видов материалов и размеров исходных заготовок.

Характерным примером может служить опыт Одесского автосборочного завода по унификации параметрических рядов полуприцепов, их узлов и деталей. Для семейства бортовых полуприцепов построен размерный ряд платформ, состоящий из 12 типоразмеров, на основе которых можно создать 24 модификации

полуприцепов грузоподъемностью 8-30 т. Для всего ряда платформ разработаны три размера унифицированных бортов, что позволило организовать выпуск бортов на поточно-механизированной линии. Налажено специализированное производство лонжеронов на поточной линии. При этом разработана наиболее эффективная их конструкция из сварного двутавра, которая на 8-17% легче лонжеронов из проката, что обеспечило экономию проката черных металлов до 200 кг на каждое изделие. Разработан типоразмерный ряд семейства полуприцепов-фургонов грузоподъемностью 7-24 т, состоящий из четырех размеров кузовов. Такая унификация позволила применить при изготовлении кузовов вместо проката гнутые профили, прессованные профили из легких сплавов, дюралюминиевые листы для наружной обшивки, что дало возможность на 10% снизить массу кузовов. Для полуприцепов разработан размерный ряд тележек из пяти типоразмеров, а также ряд опорных устройств, осей и т.д., что позволило выпускать их на высокопроизводи-тельном оборудовании специализированного производства. В результате осуществления указанных мероприятий коэффициент унификации полуприцепов-фургонов составил 0,77-0,98, а коэффициент применяемости -0,96-0,98. При этом пробег полуприцепов до первого капитального ремонта увеличился со 150 до 250-300 тыс. км, номенклатура запчастей сократилась в 2 раза, а их расход — в 1,5-1,8 раза. Экономия металла в производстве полуприцепов составила 10-20%.

Использование метода функционально-стоимостного анализа (ФСА) при разработке новых конструкций и совершенствовании выпускаемых заключается в определении функции машины, аппарата, узла или детали и поиске путей обеспечения этих функций с наименьшими затратами материальных ресурсов, труда, энергии и в конечном итоге — наименьшей стоимости выполнения этой функции. Проведение ФСА позволяет экономить 15-30% материальных ресурсов, снизить массу конструкции, себестоимость ее изготовления и повысить технический уровень и качество продукции [1, 2].

Применение сверхвысокого давления пара позволяет создать быстроходную турбину, более компактную и легкую, удобную в изготовлении и монтаже, более экономичную в эксплуатации.

Газоразделительные мембраны позволяют реализовать мембранную технологию газоразделения и создать экономичные агрегаты упрощенной конструкции. Например, на основе применения кремнийорганического полимера поливинилтриметилсилана в качестве газоразделительных мембран, пропускающих только молекулы кислорода и отводящие оставшуюся газовую смесь, созданы кислородные установки. Энергия в них расходуется в основном только на подачу воздуха и прокачку газа через мембрану. При традиционном способе получения кислорода воздух приходится сжижать при высоком давлении и низких температурах. В новых установках отпала необходимость в холодильниках, специальных турбинах и испарителях, расход энергии снижен в 1, 5 раза.

Применение нового физического принципа адиабатической абсорбции позволяет создавать самые мощные и экономичные холодильные агрегаты, использующие бросовое тепло. На основе указанного принципа сконструирован агрегат мощностью 5 млн. кКал в час с экономичным расходованием тепла. На его производство расход металла уменьшен на 20%.

Практика подтвердила, что турбонаддув позволяет получать от двигателя с рабочим объемом на 40% меньшим ту же мощность. Это на 30-40% снижает массу двигателя и соответственно экономит материальные ресурсы в их производстве и топливо в эксплуатации.

Использование микроэлектроники позволяет расширить функции изделий, повысить их надежность, снизить удельную массу, энергоемкость и габаритные размеры.

Таким образом, рекомендуется расширение использования указанных выше методов и примеров прогрессивного конструирования для снижения себестоимости продукции за счет экономии материальных ресурсов, что способствует повышению её конкурентоспособности на рынке. **РИСК**

Библиографический список:

1. Шумаев, В.А. Снижение металлоёмкости машин [Текст] / В.А. Шумаев // Плановое хозяйство. 1987. № 1. С. 78-80.

2. Спектор, А.Н. Снижение металлоёмкости продукции машиностроения [Текст] / А.Н. Спектор, В.А. Шумаев. –М.: ЦНИИТЭИМС, 1989. — 54 с.

Рациональность поведения: иерархический анализ

Д. Шульц,
к.э.н., доцент кафедры информационных систем и математических методов в экономике,
Пермский государственный национальный исследовательский университет,
М. Гребнев,
аспирант,
Пермский государственный национальный исследовательский университет

Аннотация: в статье анализируется вопрос о рациональном поведении экономических субъектов с точки зрения иерархической экономики. Приводятся взгляды поведенческой экономики, неоинституционализма и эволюционной экономики.

Ключевые слова: иерархический подход, рациональное поведение.

Annotation: we investigate an issue concerning rational behavioral of economic subjects using hierarchical approach. We also use behavioral economics, neoinstitutionalism and evolution economics.

Keywords: rational behavioral, hierarchical approach.

В представленной работе рассматривается вопрос о рациональном поведении экономических агентов с точки зрения иерархического анализа экономики. Но вначале следует сказать несколько слов о самом иерархическом анализе.

Иерархический или межуровневый подход развивается пермской научной школой под руководством проф. Ю.К.Перского [15-16]. Ключевой характеристикой подхода является анализ социально-экономических систем,процессов, явлений с точки зрения их места в экономической иерархии. При этом особое внимание уделяется восходящим и нисходящим межуровневым связям, а также поведению агентов на различных уровнях экономики.

Напомним, что в рамках классической теории под рациональностью подразумевается выполнение следующих условий [8, с.71]:

1. предпочтения четко структурированы;
2. индивид стремится максимизировать удовлетворение предпочтений;
3. отсутствуют систематические ошибки при определении выгод и издержек;
4. используется вся доступная информация;
5. возможны вероятностные оценки различных исходов.

Иными словами, под рациональностью понимается согласованность (последовательность) и непротиворечивость предпочтений в процессе принятия решений. Это есть ключевое условие, без которого вообще невозможно говорить об оптимизации.

Однако в рамках иерархического подхода вопрос о рациональности поведения приобретает новые аспекты.

Во-первых, известно, что даже если предпочтения индивидов четко структурированы на уровне индивида, то они не могут быть упорядочены на уровне агрегированных субъектов (парадокс Кондорсе и теорема о невозможности Эрроу).

Во-вторых, возникает вопрос о моделях целеполагания: входит ли в целевую функцию только индивидуальные цели? Если да, то как может экономика объяснить поведение альтруиста, патриота и т.д.? По всей видимости, потребности индивидов включает в себя также успех других индивидов и общества в целом.

Следующим является вопрос о доступности информации о решениях других агентов и тенденциях развития на отдельных рынках и в стране в целом и вообще о том, какие микро- и макроэкономические факторы участвуют в процессе принятия решений хозяйствующими субъектами.

Возникшую в 70-ые гг.XXвека поведенческую экономикуможно свести к критике неоклассического постулата о рациональности на основе экспериментального метода. Множество лабораторных экспериментов показали неадекватность классической модели абсолютной рациональности [20, с.37]. «Отклонения фактического поведения от нормативной модели слишком многочисленны, чтобы их игнорировать, слишком систематические, чтобы отвергать их как случайные ошибки, и слишком фундаментальные, чтобы пытаться вписать их в нормативную систему путем ослабления ее исходных предпосылок» [8, с.73].

Важно заметить, что критике подвергся не только постулат о рациональном поведении, но и связанное с ним утверждение о полном знании. Его наиболее остроумная и глубокая, на наш взгляд, критика представлена в работах Нобелевского лауреата К.Эрроу[22-23]. Так, он обратил внимание на то, что в теории олигопо-

лии фирма должна знать не только цену, но и кривую спроса. Но кривая спроса устанавливается эконометрикой (которой не существовало в 1838 г., когда Курно строил свою знаменитую модель). В результате неоклассика предполагает, что агенты ведут себя как ученые. В продолжение этой мысли можно добавить аргумент Д.Коландера: рациональные экономические агенты должны одинаково представлять истинные законы функционирования экономики, в то время как даже среди ученых-экономистов нет единства на этот счет [10, с.16-17].

Более глубокой мыслью К.Эрроу является наблюдение, что если каждый агент при принятии решений предполагает рациональность других, то в итоге это означает, что «рациональность всех агентов должна быть *общим знанием*» [23, с.253]. Для иерархического анализа экономики это означает, что «рациональность и знание о рациональности являются социальным, а не только индивидуальным феноменом» [23, с.254]. Наконец, гипотеза полного знания требует бесконечных объёмов информации не только о существующих, но и о будущих рынках и даже о рынках тех товаров, которые ещё не существуют.

В связи с повсеместной критикой гипотезы рациональности экономистами было предложено множество альтернативных теорий.Тот же К.Эрроу отмечал, что гипотеза ожидаемой полезности является «более сильной», чем простая гипотеза максимизации полезности [23, с.252]. П. Самуэльсон допускал, что, вместо оптимального, субъекты осуществляют просто некий последовательный непротиворечивый выбор [7, с.165]. Инструментальная рациональность М.Фридмена допускает, что агент лишь использует наилучшие средства для достижения некоторых целей [19, с.54]. В рамках концепции ограниченной рациональности Г.Саймона потребители выбирают первый удовлетворительный для них вариант [7, с.165].

И здесь важно отметить, что набирающая популярность эволюционная теория, о которой мы будем говорить ниже, рассматривает гипотезу ограниченной рациональности как наиболее адекватную [11, с.109]. Близкая к эволюционной парадигме экологическая рациональность В. Смита предполагает, что люди действуют в соответствии с привычками и традициями, которые эволюционируют через пробы и ошибки [20, с.34-35].

Ещё один Нобелевский лауреат и автор экономической теории информации Дж.Стиглер[6, с.507-529] обращает внимание на то, что информация — не бесплатный товар.Поэтому индивиды принимают решения, оптимальные с учетом издержек на поиск, сбор и обработку информации (А.Шаститконазывает такую рациональность «полной с учетом издержек принятия решений» [4, с.142]).А.В. Радаевопределяет субстантивную рациональность, когда допускается смена самой системы предпочтений и порядков ранжирования [4, с.149].

Для иерархического взгляда на экономику особо важно выделить направление исследований зависимости предпочтений от внешнего окружения, в том числе от макроэкономического уровня[2-3].Ниже мы рассмотрим взгляды Г. Беккера по этому вопросу. Сейчас же упомянем гипотезупеременной рациональности В. Автономова, в рамках которой индивиды ведут себя рационально или нет в зависимости от внешних обстоятельств [4, с.150].

На основеповеденческой экономики возникла новая («новейшая» [19, с.70]) теория благосостояния («новый патернализм»). Если традиционная теория государственного регулирования признает провалы рынка на микроуровне и исправляет их последствия на макроуровне, то новые разработки предлагают государству устранять сами причины провалов рынка уже на микроуровне через стимулирование субъектов к оптимальному поведению в их же собственных интересах.Иными словами, государство должно исправлять не только провалы рынка, но и провалы поведения, например, ввести «налог на грехи» (алкоголь, табак, азартные игры и т.д.), ограничивать использование кредитных карт[1], законодательно закрепить период «охлаждения» (возможность возврата пожертвований или покупок у коммивояжеров), печатать на лотерейных билетах вероятность выигрыша и т.д. [5, с.370-376;8, с.84-88].

Критические вопросы к новому патернализму представлены в серии статей Р. Капелюшникова [8-9]. Со своей стороны отметим, что не все примеры, приводимые для доказательства «нерационального» поведения экономических агентов, могут быть истолкованы в пользу иррациональности. Например, стадное поведениеможно истолковать и в качестве рационального (или, если угодно, «метарационального»), если принять во внимание, что лицо, принимающее решение, сопоставляет затраты на сбор и обработку информации с ожидаемым приростом благосостояния и в результате осознанно решает ориентироваться на поведение «как все». Иными словами, следование за толпой вполне подходит под феномен «рационального неведения».

Дальше следует отметить, что вопрос о рациональности-иррациональности человеческого поведения является тем вопросом, который выходит за рамки экономической теории и по которому психологи не могут прийти к однозначному выводу. Более того, психологи расходятся не только в ответе на этот вопрос, но даже в

1 Аналогичные меры применяет и российский Центральный банк, защищая граждан от «навязчивых» предложений по кредитам с высокими ставками // http://expert.ru/2013/12/4/napotreblyali/

определении того, что считать рациональным [14, с.25-26]. В качестве причин разногласий выделяются: специфика человеческой психики как предмета исследования, психический склад самого исследователя и его философские воззрения, специфика референтных групп [14, с.51]. Таким образом, если ученые психологи не могут дать ответ на вопрос о том, рационально ли ведёт себя человек, то тем более кажется неуместным пытаться это сделать экономистам.

Выводы критиков рациональности очень напоминают «парадокс лжеца». Люди ведут себя иррационально, ограничены в знаниях и неспособны принимать верные решения. Но если правы представители поведенческой экономики, то мы не можем доверять их результатам, т.к. они получены такими же иррациональными индивидами.

Можно сказать и по-другому. Если люди — иррациональны, то почему психологи в своих наблюдениях и в интерпретации эксперимента не могут ошибаться? Ведь со времён А.Эйнштейна известно, что невозможно построить чистый эксперимент, не испытавший влияния той или иной научной теории. Общеизвестно, что результаты лабораторных экспериментов зависят от постановки вопросов. И психологи, стремящиеся доказать нерациональное поведение, безусловно, всегда найдут способ это сделать[2].

Наконец, вызывает удивление оптимизм нового патернализма по поводу эффективности государственных чиновников. Если экономические агенты совершают так много ошибок, то государство должно исправлять ошибки, направляя экономических агентов... Но даже если сам индивид не способен познать свой собственный оптимум и ведёт себя противоречиво, токак сможет это сделать государство? И если этот оптимум каким-то чудесным образом станет известным (видимо, на основе неоклассических моделей рационального поведения), то почему государственные чиновники должны быть избавлены от стандартных ошибок, которым подвержены все экономические агенты?Возможно, на помощь государству должны прийти профессиональные экономисты и психологи. Но как известно, среди академического сообщества нет единогласия даже по фундаментальным вопросам.

Как уже было отмечено выше, из исследований поведенческой экономики можно сформулировать ещё один вывод — экономика может рассматриваться и с позиции уровней, более глубинных, чем даже наноэкономика, и выходящих за пределы традиционной экономической теории. Так, нейропсихология позволяет по-новому взглянуть на проблему рациональности. Оказывается, что поведениенерациональное, с экономической точки зрения, на самом деле может оказаться вполне гедонистическим. Так, Л.Млодинов приводит наблюдения за несознательным поведением людей. Например, люди, потребляя абсолютно одинаковое вино, считают более дорогое вино более вкусным. Этот пример кажется абсурдным и как будто доказывает, что люди ведут себя нерационально. Но самое интересное — томография мозга в момент потребления вина действительно фиксирует, что удовольствие от потребления дорогого вина больше, чем от того же вина, но с меньшим ценником [12, с.41-42]. Несмотря на то что такое поведение не вписывается в традиционное понимание рационального, сам индивид, следующий за химией мозга, получает наибольшее удовлетворение (на уровне нейронов мозга) именно при таком поведении и, соответственно, стремится к нему.

Перейдём теперь к рассмотрению эволюционной теории, основатели которой Р.Нельсон и С.Уинтер[13] в ходе своих исследований пришли к выводу, что инноваторы совершают открытия и внедряют изобретения, действуя не по рациональным расчетам, а на ощупь, по привычным моделям поведения. Иными словами, в условиях недостаточной информации экономические агенты вынуждены полагаться на социальные конвенции и стереотипы (рутины) как на способ передачи знаний.

Важно отметить следующее. С позиции эволюционизма, шаблоны поведения могли быть оптимальны на одном этапе развития, но в будущем станут неоптимальны и будут скорректированы в процессе адаптации к новым условиям. То есть эволюционное направление допускает более динамичное (по сравнению с поведенческой экономикой) истолкование рациональности.

Рассмотрев основные положения поведенческой экономики и эволюционизма, необходимо остановиться на некоторых результатах, полученных в рамках неоинституционализма и важных для иерархического анализа экономики.

Прежде всего, Г.Беккер в своих построениях исходит из того, что «разнообразные личностные характеристики одних индивидов воздействуют на функции полезности других индивидов» [1, с.232]. Это объясняет феномены альтруизма и благотворительности, которые, на первый взгляд, противоречат принципам рациональности.

Интересно отметить, что для Беккера «зависимость от контекста» не является примером иррационального поведения. Он явно отвергает теорию Канемана и утверждает, что индивидуальный спрос зависит от спроса других потребителей [1, с.273], «спрос индивида на благо положительно зависит от уровня совокупного спроса на благо» [1, с.274].

Г.Беккер настаивает, что принцип рациональности является достаточным для объяснения всех

2 Например, в социологии известно, что на результаты опросов влияет выборка респондентов, время проведения опроса, порядок следования вопросов, формулировки вопросов и т.д. (см. Сурначева Е. Замаливание погрешностей // Власть, 2013 № 30. с.24.).

примеров, приводимых поведенческой экономикой, не прибегая к adhoc гипотезам о глупости, сдвигах в системе ценности и т.д. [1, с.34, 43]. «Максимизирующее поведение и стабильность предпочтений являются не просто исходными предпосылками, но могут быть выведены из концепции естественного отбора пригодных способов поведения в ходе эволюции человека» [1, с.32].

Дж.Стиглер и Г.Беккер доказывают, что устойчивые формы человеческого поведения можно объяснить с помощью одного лишь принципа максимизации полезности, просто приняв во внимание издержки по сбору и обработке информации [1, с.502-503]. Теория рациональных пристрастий позволяет объяснить потребление наркотиков, влияние рекламы, моды и увлечений. В доказательство рационального поведения приводится пример антитабачной кампании, сделавшей более доступной информацию о вреде курения, в результате чего потребление сигарет в США снизилось на 34-45% [1, с.537]. Другой пример –отрицательная корреляция между курением и уровнем образования.

Другим важным результатом, полученным неоинституционалистами, является теорема о невозможности коллективного выбора Эрроу[21], которая представляет собой обобщение известного парадокса Кондорсе и показывает, что в демократическом обществе невозможно агрегирование предпочтений таким образом, чтобы общественный выбор удовлетворял требованиям универсальности, полноты, монотонности, независимости. Даже если микроэкономические предпочтения удовлетворяют этим аксиомам неоклассической теории, то на макроэкономическом уровне какое-то из предпочтений должно быть нарушено.

В заключение нашего обзора хотелось бы сделать некоторые обобщающие наблюдения. В современной экономической теории активно разрабатывается новый наноэкономический предмет исследования. В этом направлении работают различные научные школы, и они принципиально расходятся в методологических подходах и теоретических результатах:

— поведенческая экономика отрицает рациональность экономических агентов; эволюционизм исходит из ограниченной рациональности; неоинституционализм сохраняет понятие рациональности в науке, разрабатывая критерии рациональности более высоких порядков (метарациональность);

— эволюционизм отвергает неоклассику и предлагает новую парадигму; поведенческая экономика критикует аксиому о рациональности, но до конца не понятно, какие это изменения влечет в науке; неоинституционализм расширяет и углубляет неоклассическую теорию, сохраняя её ядро (в лакатосовском смысле). РИСК

Библиографический список:

1. Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории.— М.: ГУ ВШЭ, 2003.

2. Боулз С., Поланья-Рейес С. Экономические стимулы и общественно ориентированные предпочтения: субституты или комплементы? Часть 1. // Вопросы экономики, 2013 №4. С.24-48.

3. Боулз С., Поланья-Рейес С. Экономические стимулы и общественно ориентированные предпочтения: субституты или комплементы? Часть 2. // Вопросы экономики, 2013 №5. С.73-108.

4. Будущее институциональной теории (круглый стол ГУ — ВШЭ) // Вопросы экономики, 2009 №1. С.139-151.

5. Вехи экономической мысли. Т.1: Теория потребительского поведения и спроса. — СПб.: Экономическая школа, 2000. С.380

6. Вехи экономической мысли. Т.2: Теория фирмы. — СПб.: Экономическая школа, 2000. С.534

7. История экономических учений: (современный этап) / Под. Общ.ред. А.Г. Худокормова.— М.: ИНФРА — М, 1998. С.733

8. Капелюшников Р. Поведенческая экономика и «новый» патернализм. Часть I. // Вопросы экономики, 2013 №9, С.66-90.

9. Капелюшников Р. Поведенческая экономика и «новый» патернализм. Часть II. // Вопросы экономики, 2013 №10, С.28-46

10. Коландер Д. и др. Финансовый кризис и провалы современной экономической науки // Вопросы экономки, 2010 №6, С.10-25

11. Кюнтцель С. Эволюционное моделирование и критический реализм // Вопросы экономки, 2009 №1, С.101-118

12. Млодинов Л. (Нео)сознанное. Как бессознательный ум управляет нашим поведением. — М.: Livebook, 2012. С.360.

13. Нельсон Р., Уинтер С. Эволюционная теория экономических изменений. — М.: Дело, 2002. С.536.

14. Ольсевич Ю.Я. Психологические основы экономического поведения. — М.: ИНФРА-М, 2010. С.413.

15. Перский Ю.К., Шульц Д.Н. Взаимодействие микро- и макроэкономики: иерархический подход. — Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2005.

16. Перский Ю.К., Шульц Д.Н. Иерархический анализ экономики: методы и модели. — Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2008.

17. Перский Ю.К., Шульц Д.Н. Развитие представлений об иерархическом устройстве экономики в истории экономической мысли // Вестник ПГУ. Серия «Экономика», 2013, Выпуск 4 (19). С.13-19/

18. Сторчевой М. Новая модель человека для экономической науки // Вопросы экономики, №4, 2011. С.78-99

19. Хэндс У. Нормативная теория рационального выбора: прошлое, настоящее и будущее // Вопросы экономики, 2012 №10. С.52-75.
20. Худокормов А.Г. Экономическая теория: Новейшие течения Запада: Учеб.пособие. — М.: ИНФРА-М, 2013. С.416.
21. Эрроу К. Дж. Коллективный выбор и индивидуальные ценности. — М.: ГУ ВШЭ, 2004.
22. Эрроу К.Дж. Неполное знание и экономический анализ // Истоки. Вып. 4 / Под ред. Я.И. Кузьминова. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. С.10-27.
23. Эрроу К. Дж. Экономическая теория и гипотеза рациональности // Экономическая теория. Под ред. Дж. Итуэлла. — М.: Инфра-М, 2004. С.246-262.

АКАДЕМИЯ МБА
www.a-mba.ru

АНО «Академия менеджмента и бизнес-администрирования»

Журнал «Менеджмент и бизнес-администрирование»

Предоставление комплексной и систематизированной информации по теории и практике, направленной на повышение качества и эффективности управленческих процессов на различных уровнях хозяйствования.

Журнал включен в перечень ВАК
www.mba-journal.ru

РЕКЛАМА

ПОДПИСКА
- Через интернет-каталог «Российская периодика»: www.arpk.org
- В редакции: (499) 152-0490; dirpp_m3@ideg.ru
- В любом отделении почтовой связи по Объединенному каталогу «Пресса России»

Л. Сергиенко,
к.э. н., доцент кафедры общего менеджмента и управления проектами,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Зарубежный опыт функционирования системы социальной защиты инвалидов

Аннотация: в работе проведен анализ действующего законодательства об инвалидах как фактора повышения эффективности социальной политики, проводимой в РФ на современном этапе. Раскрыты механизмы развития системы государственной поддержки инвалидов и формирования для них доступной среды жизнедеятельности. Часть приведенных мер по социальной защите инвалидов остается в силе по настоящее время, другая часть отменена как невыполнимая. Основная причина – при становлении и развитии институциональной среды жизнеобеспечения инвалидов обозначены права граждан-инвалидов, но не приведены нормы и четкое определение путей их реализации, нормы ответственности за их невыполнение.

Ключевые слова: инвалид, основополагающие законодательные акты, законодательство прямого действия, медико-социальная экспертиза, реабилитация: медицинская, профессиональная, социальная реабилитация.

Annotation: at this work we made an analysis of the current legislation for disabled persons, it was considered as a factor for improving the current social politics efficiency in Russia. We show the mechanism of the state support system development, building the available environment for the disable persons. A part of the mentioned social protection measures for the disabled persons has been valid till now, the other part was revoked as impracticable ones. The main cause of the failure to implement is following: at building and developing the institutional environment for the disabled persons their rights were specified without norms and clear way to exercise these rights, as well as responsibility for the rights» nonfulfillment.

Keywords: disabled person, basic legislation, directly applicable legislation, medical and social assessment, rehabilitation – medical, vocational and social rehabilitation.

ООН объявляла 1981 год годом инвалидов, а вслед за тем Десятилетие Инвалидов. Его смысл — перейти от помощи несчастному инвалиду, от примирения с его пассивной ролью иждивенца, к его интеграции в обществе с помощью трудовой деятельности. Многие инвалиды протестуют против изображения их в виде беспомощных нахлебников общества.

ЕЭС составила на этот предмет справку по странам-членам: Raising employment levels of people with disabilities. Luxemburg, 1999, 28 стр. К ней примыкает более ранняя Познанская декларация МОТ 1994 г.

К инвалидам имеет отношение ряд общих конвенций МОТ, Конвенция 1964г. о компенсации производственных увечий; Конвенция 1967 г. о пенсиях инвалидам, старикам и их иждивенцам, а также ряд документов, принятых под эгидой ООН: Мировая программа в отношении инвалидов 1982; 10-летка инвалидов 1983-92; Стандарты равенства возможностей для инвалидов 1993; Проф. реабилитация инвалидов в конвенции МОТ 1983 с прилагаемыми к ней Рекомендациями; Десятилетка Инвалидов по Азии и Африке 1993-2002 гг.; Копенгагенская декларация социального развития 1995; Африканская десятилетка инвалидов 2000-2009 гг.

Ухудшение демографической ситуации в Европе — повод для большего внимания к работе инвалидов. Социальное пособие и обслуживание «работают» иногда против возвращения инвалида к труду, создавая у него иллюзию, что «ему хорошо и так».

Многие инвалиды не имеют профессии и образования, это ухудшает их «рабочие» позиции, но точной статистики здесь нет, так как в каждой стране свои определения инвалидности. В Великобритании инвалидов в рабочем возрасте 4,5 млн. — 10% от всех их сверстников. Экономически активны 1,8 млн., 250 тыс. зарегистрированы как безработные. Среди здоровых работает по найму 70%, среди инвалидов — 40%. Безработных среди здоровых 6%, а среди инвалидов 13,3 %. Италия отмечает, что из зарегистрированных безработных инвалидов за год получает работу только 6 %.

В мире числится 386 млн. чел. инвалидов рабочего возраста. В октябре 2002 г. МОТ приняла рекомендательный кодекс для работодателей, а также развивающую ее Конвенцию 1983 г. о профебссиональной реабилитации и занятости. Кодекс разработан экспертами на трехсторонней основе и призван облегчить прием на работу и трудовую деятельность инвалидов[1]. По правилам МОТ, особые меры, способствующие труду инвалидов, не должны рассматриваться как дискриминационные по отношению ко всем прочим работникам.

Необходимо, чтобы обычное трехстороннее сотрудничество на производстве дополнялось сотрудничеством с представителями инвалидов. Но это не должно исключать инвалидов из объектов внимания общественных рабочих организаций. Так, занятие инвалидной проблематикой должно сочетаться с проверкой и совершенство-

1 Managing disability in the workplace / ILO, Geneva, 2002.

ванием мер охраны труда и техники безопасности для всех рабочих, а также с проявлением внимания к положению рабочих, вынужденных ухаживать за инвалидами-членами своих семей.

Рекомендуется периодически проверять на каждом предприятии условия работы инвалидов в сравнении со здоровыми сотрудниками с целью выявить, нет ли дискриминации первых. Государственным органам следует производить периодические проверки того, насколько хорошо работают нормы, обеспечивающие труд инвалидов, а также организации, обязанные их обслуживать, насколько занимаются инвалидами объединения предпринимателей. В частности, желательно обращать внимание на приспособленность рабочих мест, систему информации и найма инвалидов. Нужно искать и пропагандировать лучшие образцы найма и содействия занятости инвалидов — в том числе примеры их работы в государственных органах, включая этические вопросы о разглашении (неразглашении) сведений о недостатках инвалидов.

В объявлениях о приеме на работу следует специально указывать, что нет дискриминации по отношению к инвалидам по сравнению с другими членами общества по поводу предлагаемых рабочих мест. При необходимости необходимо производить соответствующее обустройство рабочих мест — если требуется, то при помощи специальных служб и при содействии рабочего коллектива. Собеседование с глухонемым членом общества может потребовать переводчика; в некоторых случаях должен присутствовать адвокат, представляющий интересы инвалида; не исключено добавочное обучение инвалида, чтобы он мог занять подходящее рабочее место, повседневное шефство над ним со стороны старшего рабочего, мастера и др. При необходимости требуется изменить (сократить) объем рабочих операций на «инвалидном месте» (требования к выпускаемому изделию) и соответственно изменить его описание (паспорт). Может потребоваться нестандартная сетка часов работы инвалида.

Государственным органам необходимо постоянно информировать работодателей относительно технических новинок, облегчающих труд инвалида, а равно относительно льгот, которые гарантирует им закон в случае приема на работу инвалидов, и компенсировать работодателю его дополнительные расходы (поскольку это предусмотрено законом).

Возможен наем инвалида с испытательным сроком, а в случае неуспеха — дополнительное обучение его или подыскание иной работы — под «присмотром» государственного агентства, опекающего инвалидов. Данная организация должна следить за надлежащим обучением и продвижением инвалида на работе. Работодатель должен заботиться об удобном доступе инвалида к своему рабочему месту и об удобстве пользования санитарно-гигиеническими устройствами. Им обеспечивается быстрая эвакуация при ЧП.

Необходимо, чтобы эти меры были гласными, а информация, адресованная инвалиду — наиболее достоверная и доступная.

Если обнаруживается неспособность инвалида продолжать работу, то это должно выявляться как можно раньше, чтобы помочь ему перейти на иное рабочее место или преодолеть недостаток, не позволяющий продолжать прежние обязанности.

По Директиве ЕЭС № 89/391 наниматель должен приспосабливать рабочие места под индивидуальные особенности инвалидов. При этом, следует постоянно улучшать условия труда, чтобы не допускать случаи травм и профессиональных заболеваний.

К этой же проблеме имеют отношение Рекомендации МОТ 1983 г. (№ 159,168) и 1955 г. (№ 99) о реабилитации инвалидов, Рекомендации Совета Европы R (92) 6. Так, в процессе реабилитации рекомендуется не различать причин инвалидности (труда, войны и др.). МОТ оказывает ряду стран методическую помощь в реализации своих Рекомендаций.

Дискриминация, согласно этим Рекомендациям — это не только предубеждение против инвалидов, но также «равное отношение» к инвалиду и здоровому, при котором инвалид всегда окажется в проигрыше. Например, это относится к правилу о собеседовании с претендентом — если он глуховат или не соответствует по каким –либо иным параметрам.

МОТ считает, что при рассмотрении вопросов занятости инвалидов (если это требует государственных дотаций), нецелесообразно решать их вне контекста общей политики занятости.

Известна практика, когда к выплате инвалидам (распределению среди них) государственных пособий привлекаются общественные организации инвалидов.

Апробированный опыт других зарубежных стран по разрешению проблем социальной защиты инвалидов заключается в следующем.

Работающие инвалиды получают меньше здоровых сограждан, а Бельгия считает, что им платят ниже законного минимума. Италия и Швеция имеют программы повышения образовательного уровня инвалидов, направленного на облегчение получения профессии. Новое направление — учить инвалидов наравне со здоровыми, чтобы они адаптировались к нормальному обществу.

Многие работодатели боятся принимать на работу инвалида, так как потом «его не уволить». Развеять такие опасения могут временные трудовые контракты. Заинтересовать инвалидов в выполнении обязанностей можно, оставив им часть пенсии или временную пенсию на определенный срок после возобновления работы. Дания

планирует платить им что-то вроде гарантированной минимальной зарплаты (доплаты) — с учетом работоспособности каждого инвалида.

В ФРГ наниматель должен иметь 6% инвалидов среди своего персонала или платить компенсационный взнос за не достижение этой цифры. В Италии этот лимит — 7% при общем числе работников на предприятии более 15.

Важна роль организаций-посредников для обучения инвалидов и их устройства на работу или оказания помощи в осуществлении самостоятельной занятости.

Важно иметь описание рабочих мест, пригодных для эксплуатации инвалидами.

Франция, Германия, Италия, Япония, Китай, Таиланд требуют от работодателей взносов в Инвалидный фонд, если те не выполняют квоту приема на работу инвалидов. Австралия, Южная Африка, Новая Зеландия, Британия, США, Скандинавские страны наказывают работодателей, если те не принимают на работу инвалидов. Все это позволяет вовлечь инвалидов в обычные производства вместо создания для них особых предприятий.

Законы некоторых стран оказывают определенное давление на работодателей, с целью принятия на работу тех инвалидов, которые стали таковыми в результате работы на данном предприятий.

В Англии закон об инвалидах 1944 г. предусмотрел квоты их приема на работу. По традиции, изделия инвалидов несут марку, например: «сделано слепыми». Примерно такова же практика в странах ЕС. Но в США и Канаде предпочитают охранять интересы инвалидов исками в судах против их дискриминации — для чего требуются сильные общественные организации инвалидов, способные защищать интересы своих членов.; Этой же позиции придерживаются и страны Европы.

В Восточной Европе, как считает МОТ, это невозможно (из-за слабости инвалидных организаций, отсутствия у населения традиции отстаивать свои права, неготовности к таким искам судов)[2]. Опыт показывает, что инвалиды зачастую трудятся за вознаграждение, которое меньше, чем установленный минимум. В Австралии и Швеции государство доплачивает в таких случаях инвалидам до установленного минимума. Франция имеет для этого отдельные Фонды, пополняемые из особого налога.

В Венгрии и Польше инвалидность определяется в процентах, но в Польше (к тому же) действует три группы инвалидности; при этом вторая группа считается способной к труду только при наличии особых условий и приспособлений. Группы инвалидности не всегда удобны для определения профессиональной пригодности инвалида. Так, глухота может быть препятствием к выполнению одних видов работ, но безразлична при выполнении других. Медики этих тонкостей не различают. Их вердикт — скорее для определения уровня пенсии, а не способности к работе, тем более, что их не волнует вопрос о приспособлении рабочего места к возможностям инвалида.

Бюро трудоустройства иногда имеют специалистов, «проникающихся» возможностями инвалида и стремящихся убедить работодателя, что тот в лице инвалида получит нужного работника. Есть и обратный процесс во Франции и Британии, который предусматривает путь к инвалиду, исходя из возможностей и требований производства.

В Канаде, Германии, Нидерландах от работодателя могут потребовать «разумное обустройство» рабочего места для инвалида. Идеология такого требования состоит в том, что лучше не «давить» на предприятие квотами приема инвалидов, а помочь им обустроить для инвалидов рабочие места, а также:

— иметь в отделах кадров людей, способных определить пригодность инвалида — претендента на работу,

— мастера и начальники смен должны знать простейшие приемы помощи инвалиду в овладении рабочим местом,

— инвалидам следует предоставить гибкий график или режим работы,

— число работающих инвалидов должно быть пропорционально числу их в обществе,

— получившего травму по вине предприятия, следует тут же готовить на выполнение других функциональных обязанностей,

— в контрактах с инвалидами следует иметь те же критерии продвижения по службе, что и для не инвалидов,

— инвалидов нельзя отстранять от управления предприятием; так как, они полезны в комиссиях по безопасности труда.

В США, Австралии, Канаде закон запрещает снижать зарплату по мотивам инвалидности, но это не всегда соблюдается. Непременным условием для предотвращения несоблюдения данных законодательных норм является наличие сильных общественных организаций, способных контролировать заработки инвалидов и отстаивать их права в судах в случае необходимости. Но и в этих условиях многие инвалиды предпочитают не жаловаться, чтобы не обострять отношений с работодателями.

Один из решающих факторов для принятия решения инвалида по поводу работы — сохранение его пенсии или ее части (или социального пособия), когда он начнет свою трудовую деятельность.

До 1989 г. в СССР и ряде других стран, инвалиды имели право на дополнительный отпуск, на

2 Занятость инвалидов в странах с переходной экономикой. Межд. Бюро труда. Женева-Москва, 1996.

прохождение курса лечения без потери заработка. Правительства Румынии и Польши до сих пор требуют для инвалидов сокращенного рабочего дня. Но в результате данной категории граждан доверяли и доверяют самую не престижную работу, чтобы их отсутствие или слабая производительность не существенно влияли на результат дела. В Венгрии осталось правило, что виновное в травме или болезни работника предприятие обязано переобучить инвалида и дать ему другую работу.

В США инвалиду грозит потеря социального пособия (но не пенсии), если он устроится даже на мало оплачиваемую работу. В 2006 г. это являлось главной причиной бездеятельности для 30 % неработающих инвалидов. В Германии пособие не выдается, если инвалид не прошел профессиональной (пере)— подготовки.

Правительства ряда государств нередко стараются подменить социальное страхование коммерческим. Но страховые компании не любят «группы риска», в частности инвалидов. Поэтому такая политика вредит инвалидам. Вредит им также политика вытеснения с рынка труда (в период высокой безработицы), хотя внешне это выглядит как мера в их пользу: ослабляются требования для признания лица инвалидом.

Компенсации за травмы необходимо предусматривать в коллективных договорах — иначе процесс может затягиваться, денег у предприятия не окажется, и т.д.

На Украине не платят пособий по безработице инвалидам, если лицо получает пенсию по инвалидности. Однако МОТ считает эти выплаты РАЗДЕЛЬНЫМИ, не заменяющие одна другую. Но любые социальные доплаты к пенсии считаются «опасными», так как могут побудить инвалидов отказаться искать работу.

Взносы на социальное страхование у работающих инвалидов низкие, так как заработок их невысок. Тем самым могут снизиться размеры пособий в их пользу по болезни и др. В Германии государственные органы за свой счет добавляет в пользу работающего инвалида страховой взнос, рассчитанный на сумму, равную разнице между 75 % средней зарплаты (в отрасли) и фактическим заработком инвалида (правда, это не отражается на размерах медицинской помощи, которая оказывается больному независимо от размера взносов)

Льготы по налогам

Они могут иметь три формы: 1) повышение потолка дохода, после достижения которого начинается начисление подоходного налога. Попутно это «не отпугивает» инвалида от доходной работы; 2) «налоговые каникулы» — пониженное обложение лиц, страдающих определенными недугами; 3) неприменение к инвалидам норм уплаты налогов на товары и услуги.

В Румынии инвалиды (1 и 2 групп) имеют право на 6-12 бесплатных железнодорожных поездок в год. С 1992 г. в Дании помощь в трудоустройстве слепым и глухонемым идет с помощью государственных служащих. В Германии и Британии поездки инвалидов для лечения или для обучения оплачивает государство. Инвалидам бесплатно выдают транспортные средства.

Во многих странах для них действуют скидки на билеты в кино, на оплату телефона, они не платят налога за радио и ТВ, пользуются преимуществом в получении жилья вне очереди и недалеко от работы.

На предприятие, виновное в травме работника, нередко налагают обязанность: принять его на работу; производить доплаты до прежнего уровня заработка.

Правительства некоторых стран дают инвалидам кредиты на организацию своего дела.

Во Франции государство доплачивает работающему пенсионеру до минимального стандарта; но чтобы не было сговора инвалида с работодателем (о занижении получаемой инвалидом зарплаты), принимается, что зарплата инвалида не может быть ниже 50 % от среднего уровня в данной отрасли. В Дании инвалид, получающий зарплату в размере не выше третей части от минимальной, имеет право на полную пенсию.

Возможны варианты государственной поддержки нанимателей инвалидов. В Бельгии прием инвалида на работу дает нанимателю право на дотацию (на расходы по адаптации инвалида), размер которой понижается к концу года. В Австралии государство оплачивает переоборудование рабочего места, плюс 50 долларов в месяц дополнительно в течение полугода. В Германии государственные субсидии могут выплачиваться до двух лет. Дотации нанимателю действуют в Венгрии, Болгарии. В Бельгии дотации выдаются специализированным предприятиям, применяющим труд инвалидов. В России Бюро занятости давали займы или дотации работодателям ради сохранения «инвалидных мест». МОТ считает более надежными дотации на переоборудование рабочих мест, а не в фонд доплаты за труд инвалидов. Иначе наблюдается нажим работодателей на «обычных» рабочих, чтобы те оформляли себе инвалидность.

В Голландии для работодателя, обучающего инвалидов, действуют налоговые льготы.

В Чехии и Словакии с налоговой суммы работодателя снимается определенную часть за каждого нанятого им инвалида. В Польше, если квота найма инвалидов превышена, то действуют льготные ставки по взносам в фонд социального страхования, но работодатель, обучающий для этого инвалидов, должен принять на работу обучаемого.

Обучение и переобучение

Для детей-инвалидов с умственными отклонениями обычно действуют школы под эгидой Министерства здравоохранения. Но данные организации иногда претендуют на профессиональное обучение взрослых с такими же дефектами — это МОТ считает ошибкой. В Польше, как в Западной Европе, профессиональное обучение инвалидов подчинено Министерству труда, но в других странах Восточной Европы Министерство труда отстранено от участия в данном виде деятельности (как считает МОТ, это также не совсем правомочно, т.к. профессиональное обучение оказывается подчиненным медицинской сфере).

Детей-инвалидов желательно учить в общих школах — это дешевле. Вдобавок обе группы школьников будут лучше знать и понимать друг друга. Но, если в классе (школе) инвалид одинок, то это может быть чревато многими негативными социальными последствиями (например, заставить его замкнуться).

Но даже специализированным школам необходимо налаживать конструктивное сотрудничество с общеобразовательными учреждениями. По возможности, детей — инвалидов необходимо принимать в обычные школы, хотя бы на время, но там должны быть созданы соответствующие условия их пребывания, в частности установлено специальное оборудование.

В Британии не так давно действовали курсы по подготовке (в том числе психологически) молодых инвалидов к будущей трудовой деятельности, но сейчас они не функционируют. В Голландии в профессиональной ориентации инвалида участвуют не только медицинское работники, но и профессиональные инструкторы, и психологи. Иногда это делают и представители общественных организаций, занимающихся проблемами инвалидов, но их кругозор обычно уже, чем у профессиональных специалистов государственных служб. Часто за инвалидами резервируются места на курсах по профессиональной подготовке, им выплачивают стипендию. Но в Восточной Европе профессиональные центры остались в основном в заводских городах и поселках, где инвалиду часто нет подходящей работы. Поэтому необходимо найти баланс в функционировании специализированных центрах профессионального обучения инвалидов с работой общепрофессиональных учреждений. Как показывает практика, желательно «не отрывать» инвалида от семьи и места жительства.

Профсоюзы смотрят на переобучение инвалидов как на социальную помощь, а не как на их реабилитацию; часто они вообще не обращают на данную проблему внимания. Почти всегда требуется дополнительное обучение инвалидов на рабочем месте, а это влечет за собой необходимость выплаты субсидий работодателю. Возникает проблема страхования.

Некоторые фирмы, рассчитывая на государственные дотации, ведут профессиональную подготовку инвалидов. Это весьма полезно, ибо сразу вводит инвалидов в производственные отношения, а фирмы могут выбрать себе будущих работников. Но недостатком здесь является то, что фирмы осуществляют процесс отбора и подбора кадров ориентируясь на более молодых и относительно работоспособных граждан, отсеивая «тяжелые случаи».

Инвалид, ищущий работу, не должен быть больным — то есть нуждающимся в ПОСТОЯННОМ лечении и отвлечении с работы. Но, при необходимости, он должен иметь возможность работать в режиме сокращенного рабочего дня. К данной категории работников, как правило, относятся диабетики, хронические гипертоники, психически неуравновешенные лица.

Квотирование рабочих мест для инвалидов принято в Британии, но данная норма на практике носит в основном декларативный характер, поскольку государственные службы не контролируют ее выполнение. Во Франции и Германии действуют штрафы-взносы со стороны работодателей вместо квотирования. В 1993 г. Германия получила (от ЕЭС) 417 млн. марок, из которых выдавались дотации работодателям, принимающим инвалидов. На эти деньги проводилось также обучение инвалидов. Франция в 2004 г. получила 1, 6 млрд. франков таких же сумм, половина которых идет на доплату работающим инвалидам. Однако, в результате подобного распределения доходов проявился нежелательный финансовый эффект — рост числа лиц, заявляющих о своей инвалидности.

В США в 1990 г. принята Хартия инвалидов[3]. Предприниматели не имеют права отказывать в работе лицу на том основании, что он инвалид. Они обязаны специально оборудовать его рабочее место «в разумных пределах». Жалобные исковые заявления принимают не только суды, но и Комиссия по равным правам. Но для большинства инвалидов, уступающих по своей подготовке здоровым лицам, «равные права» не помогают.

Специализированные предприятия для инвалидов

Современная классификация подобных организаций следующая: 1) предприятия занимающиеся проблемами определенных групп инвалидов: слепых, глухих и др.; 2) государственные учреждения, имеющие рабочие места для определенных групп инвалидов; 3) частные предприятия, получающие за «своих» инвалидов государственные льготы; 4) предприятия, как правило государ-

3 Насколько оправдан такой документ, видно на пример Германии. Когда в 2002 г. там был принят Координационный закон об инвалидах, поправки пришлось вносить в 63 закона, в которых упоминались инвалиды.

ственные, где определенные цеха, участки резервируются для инвалидов.

В США известны посредники, поставляющие по запросам фирм работников-инвалидов (обычно с психическими отклонениями) на добровольной основе. Как правило допускается гибкая замена одного работника другим, если первый «не в форме». Государство предоставляет определенные поощрения малому бизнесу в виде (льготных) кредитов предпринимателям при условии, что 75 % рабочих часов в фирме будут отработаны инвалидами.

Здесь главное — не производственный эффект, а «социальная адаптация» инвалидов. Возникновение проблемы текучести кадров со стороны данной категории работников как правило не наблюдается, т.е. их перехода на трудоустройство в «обычные» предприятия почти не происходит. Если они добились успеха на специализированном предприятии, то они там востребованы.

В Дании многие инвалиды получают в виде заработной платы лишь 15% от официального уровня минимальной заработной платы, в Бельгии — до 50 %.

Информация

В информационном обеспечении нуждаются и инвалиды (по разным направлениям) и работодатели, а также общество в целом. Это наиболее эффективный способ согласования разносторонних интересов.

В Германии по корректирующему закону об инвалидах от 27 апреля 2002г. представителям власти не разрешается использовать административные властные полномочия против инвалидов, в частности, они обязаны помогать глухонемым объясняться и быть понятыми. Бланки официальных документов для них должны быть доступны и бесплатны; предусматривается облегченный доступ в Интернет. Оперативная защита прав инвалидов, в том числе против должностных лиц, возможна через административные или социальные суды. Ряд постановлений вправе выносить Министр труда и социальных отношений.

Закон об инвалидах предусматривает возможность поручения заботы о них особым лицам. Лекарственные препараты в аптеках нуждающимся в них инвалидам (как и другим застрахованным лицам) отпускаются по льготным ценам, но не бесплатно[4]. Процедуру медицинского свидетельствования наступления инвалидности закон пытается отделить от решения вопроса о трудоспособности данной категории граждан. Основная идея сводится к тому, что состояние здоровья и необходимость лечения инвалида — это одна проблема, а его участие в самостоятельном или коллективном труде — несколько другая.

Справки инвалидам должны выдаваться «в одном окне»; если требуется несколько справок или подписей, то этим должен заниматься не сам инвалид. Необходимы особые условия инвалидам для участия в выборах — вплоть до специальных бюллетеней для слепых.

Законодательно предусмотрена защита прав инвалидов при осуществлении строительства и реконструкции зданий гостиничного типа. Разрешения на строительство и переоборудование гостиниц выдаются только в том случае, если они имеют номера, приспособленные для доступа и проживания инвалидов. Устройства для инвалидов должен иметь городской общественный транспорт, железные дороги, аэропорты, муниципальное жилье[5].

Для облегчения приема инвалидов на работу предприниматели могут делать отчисления в фонды социального страхования за этих лиц в уменьшенном размере.

Трудовые права

В ряде стран инвалиды пользуются преимуществом в случае сокращения производства или штатной численности учреждения.

В ряде случаев это контрастирует с отсутствием заботы об инвалидах в отечественном законодательстве.

Оплата ухода за инвалидами (пособие за уход)

В ряде западных стран установлены особые (вне системы социального пособия) платежи в пользу лиц, добровольно ухаживающих за инвалидами — иногда в пользу тех, кто живет вместе с инвалидом, иногда — только малообеспеченным и (или) лицам трудоспособного возраста, поскольку они теряют заработок. В некоторых странах (Новая Зеландия) учитывается, что без добровольного ухода со стороны, инвалида пришлось бы брать в больницу или на государственное обеспечение. Иногда заботящемуся лицу (ЗЛ) разрешается работать или учиться в своих собственных интересах без ущерба для получения пособия. Имеется дилемма между выдачей пособия инвалиду (с тем, чтобы он сам пригласил какого — либо для ухода за собой), и тому лицу, кто фактически осуществляет уход[6]. В Австралии и Новой Зеландии необлагаемая налогом выплата заботящемуся лицу (но не отвечающему за лечебные

4 В России имеется список лекарств, которые положено выдавать некоторым категориям больных бесплатно. Это не способствует ни сокращению чрезмерных заявок на них со стороны больных, ни бережному отношению к ним после их получения.

5 Минтруд РФ подготовил (май 2003 г.) на утверждение для Государственной Думы Европейскую социальную хартию (под эгидой Совета Европы), выпустив из нее несколько статей, которые Россия не готова принять по финансовым или иным соображениям. Среди них – ст. 19, предусматривающая обязанность для государства облегчать для инвалидов пользование общественными местами.

6 M. Schunk. Responses to the Care Dilemma: a Comparison of Informal Care Policies. Social Security at the Dawn of the 21-th Century. Int. Soc. Sec. Series. Volume 2. New Brunswick. 2004. pp. 37-68. В России органы соц. защиты иногда практикуют оформление лица, ухаживающего за инвалидом, в качестве своего социального работника.

процедуры) обусловлена проверкой его (а в Новой Зеландии и самого инвалида) материального состояния — насколько он нуждается в пособии. Ухаживающее лицо, получающее пособие, вправе 20 часов в неделю работать или учиться. В Новой Зеландии дополнительно требуется доказать, что без заботливого лица инвалида пришлось бы госпитализировать. При выплате пособия исключается забота супруга. Тесты на нуждаемость в услугах со стороны и совместное проживание лица, осуществляющего уход, с инвалидом применяется в Ирландии. При этом исключается возможность получения пособия работающими гражданами и лицами нерабочего возраста. В Англии заботливое лицо должно уделять этой работе не менее 35 часов в неделю — с правом заниматься другими делами в оставшееся время. Ухаживающему пенсионеру пособие не полагается. В Англии есть система назначения зарплаты заботливому лицу по договору с собесом. Такие же системы развиты в Скандинавии. При этом возможен наем членов семьи; проверка нуждаемости исключается. В США программы выплаты пособий заботливым лицам, в основном из средств Медикэйд, имеет 35 штатов. В 4 штатах (Нью-Йорк, Арканзас, Флорида, Нью-Джерси) инвалид для ухода за собой вправе нанять на пособие даже членов семьи. Но во многих других программах действуют ограничения для членов семьи, неработающих лиц, пожилых людей. Во Флориде и Пенсильвании есть свои системы пособий для лиц, обеспечивающих уход за инвалидом, с меньшими ограничениями для них; допускается возмещение особых расходов, понесенных ими, в ходе осуществления ухода Многое зависит от усмотрения Администраторов, ведающих программами по выдаче пособий.

В Англии, Ирландии и Норвегии допускается выплата пособия в пользу того, кто нуждается в уходе. В Австрии, Германии такие выплаты возможны в рамках системы социального страхования. Во Франции, однако, исключаются выплаты в пользу супруга, материально достаточного лица; деятельность заботливого лица проверяется раз в году. Лицо, осуществляющее уход за инвалидом, не подлежит социальному страхованию и не пользуется оплаченным отпуском. В Бельгии и Италии не принято проверять материальную обеспеченность престарелых инвалидов с серьезными дефектами здоровья.

Опрос в Австрии показал, что 25 % заботливых лиц бросают работу ради ухода за инвалидом. Около 8 % берутся за осуществления ухода ради денежного вознаграждения.

Через семнадцать лет после принятия закона «О социальной защите инвалидов Российской Федерации» и, несмотря, на все предпринятые попытки его всевозможных корректировок, дополнений, изменений, данный законодательный акт требует тщательного анализа исходя из современных условий жизнеобеспечения инвалидов. Необходимо внести целый ряд поправок и уточнений (часть из них приведена в приложение 1).

Закон «О социальной защите инвалидов» необходимо усилить в части направленности его на определение более четких основных целевых установок всех заинтересованных сторон в плане определения первоочередных проблем, определяющих основные условия и возможности жизнедеятельности данной категории граждан. а, следовательно, возникает потребность в более точной формулировке сущности, содержания, сферы действия данного законодательного акта.

В существующем варианте закона не определен порядок взаимодействия учреждений различной ведомственной принадлежности, а, следовательно, не установлена последовательность и преемственность в проведения ряда ключевых мероприятий, в частности, профилактики заболеваний, экспертизы и реабилитации данной группы граждан. Не определена ответственность за их осуществление по медицинским, профессиональным и социальным аспектам. Отсутствие четкого разграничения полномочий органов, ответственных за проведение социальной политики в рамках осуществления социальной защиты инвалидов, приводит к тому, что не вполне «прозрачен» сам механизм установления и выплат льгот данной категории граждан. Не ясны условия предоставления вспомогательной техники, личной помощи и услуг инвалидам с учетом их потребностей и потребностей лиц, обеспечивающих надлежащий за ними уход. Нет четкой системы контроля за исполнением законодательно установленных норм и нормативов. Отсутствие подобной «обратной связи» между всеми ключевыми участниками данного процесса значительно препятствует становлению общества «равных» возможностей.

Закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» необходимо дополнить статьями о праве инвалидов на личную свободу, семейную жизнь, определяющими гендерные проблемы, региональные, отдельных категорий инвалидов, более четко определяющими реабилитационную составляющую.

В развитие системообразующего Закона «О социальной защите инвалидов» необходимо принять ряд новых законов и внести ряд поправок в действующее законодательство.

Очевидно, что для законодательного, адресного, дифференцированного решения разнообразных проблем такой многочисленной и постоянно растущей категории населения, как инвалиды в плане обеспечения их «равных» возможностей и прав в нашем обществе, следует принять еще несколько системообразующих федеральных законов, в то же время включая в них, насколько

это возможно, нормы прямого действия, чтобы никакие ведомства не могли устанавливать собственные правила и интерпретировать законы в узковедомственных интересах.

В новом федеральном законе «*О медико-социальной экспертизе в РФ*» можно было бы: узаконить порядок проведения медико-социальной экспертизы, определения и установления инвалидности, установить законодательно классификацию медико-социальной экспертизы и ее критериев, используемых при осуществлении медико-социальной экспертизы, перечень заболеваний, при которых группа инвалидности устанавливается без срока переосвидетельствования, определение групп инвалидности отдельных категорий населения (перед которыми государство имеет особые обязательства, остро нуждающиеся, нуждающиеся и др.). Предусмотреть организацию государственной службы медико-социальной экспертизы по всей вертикали управления, с определением четких путей при ее взаимодействии с другими субъектами — Фондом социального страхования РФ, лечебно-профилактическими учреждениями (ЛПУ) и другими участниками данного процесса. Определить федеральные Базовые программы Индивидуальных программ реабилитации и абилитации (ИПР и АПР), дифференцированные по разным заболеваниям, возрастам и др. системоообразующим показателям. Четкие определения (независимое от ведомственных интересов) основных профилей программ, их целей, содержания, объемов (минимальная, базовая, максимальная), сроков и уровня (индивидуальная, отраслевая, региональная, федеральная) проводимых реабилитационных мероприятий, последовательность проведения, а также систем контроля и оценки эффективности составления и их выполнения позволит более эффективно использовать один из главных рычагов обеспечения «равных» прав инвалидов в обществе. С другой стороны, учитывая, что основа всей статистики по инвалидам и инвалидности должна быть заложена в индивидуальных программах реабилитации, как исходный момент формирования социальной политики государства и обеспечивать информационное обеспечение структуры потребностей, круга интересов, уровня притязаний инвалидов и их источники.

Важнейшей частью социальной политики в настоящее время должно быть создание системы реабилитационной индустрии, реабилитационной социально-средовой инфраструктуры, Объективная необходимость в *федеральном законе «О профилактике инвалидности, реабилитации и инвалидов в РФ»,* для создания фундамента, на котором будет строиться вся система правового регулирования отношений в области профилактики, реабилитации и абилитации инвалидов есть. В законе необходимо определить цель, сущность, содержание, сфера действия профессиональной социальной и медицинской реабилитации. Требуют дальнейшей разработки вопросы методологии медицинской, профессиональной и социальной реабилитации.

Требует решения вопрос о правовом статусе реабилитационных учреждений, осуществляющих преимущественно медицинскую и/или социальную, профессиональную реабилитацию, и порядке их взаимодействия с другими учреждениями. Необходимо определение федеральных и региональных реабилитационных стандартов для объективной оценки качества и эффективности реабилитации инвалидов, основных задач реабилитационной индустрии, функционирования реабилитационной системы и т.д. Следует четко разграничить полномочия органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Федерации, органов местного самоуправления в области реабилитации инвалидов, порядок взаимодействия учреждений различной ведомственной принадлежности, последовательность и преемственность в проведении реабилитационных мероприятий, ответственность за осуществление мероприятий по медицинским, профессиональным и социальным аспектам реабилитации

Вопросы повышения конкурентоспособности инвалидов на рынке труда и обеспечения их самостоятельным доходом разрешил бы *федеральный закон об образовании лиц с ограниченными возможностями здоровья.* В котором следовало бы определить: категории инвалидов, которые в период обучения имеют право находиться на полном государственном обеспечении, категории инвалидов нуждающихся в специальных приспособлениях, методиках обучения, формах и организации обучения в учреждениях общего типа. Определить государственные минимальные стандарты для категорий инвалидов в обеспечении создания для них адекватных условий, позволяющих им наравне со здоровыми, получить соответствующее образование. Отрегулировать механизм финансирования учреждений, проводящих обучение инвалидов и т.д.

Для проведения дальнейшей антидискриминационной политики в отношении инвалидов следовало бы отменить п.2 ст.33 КЗОТ РФ, разрешающий работодателю уволить работника по состоянию здоровья, или дополнить его положением обязывающим работодателя создавать специальные условия, а при невозможности выплачивать штраф в размере 8-месячной (средний срок поиска работы у безработных) минимальной заработной платы, направляемой на обучение и переобучение рабочей силы или создание новых рабочих мест.

Дополнить ст.34 КЗОТ в части преимущественного права на оставлении на работе при

сокращении численности штата при равной производительности труда и квалификации — такие категории работающих, как инвалиды с детства; работающий семьи, имеющие инвалидов.

Основным инструментом в реализации законов, направленных на социальную защиту инвалидов являются целевые и комплексные государственные программы, которые невозможно проводить без постоянного всеобъемлющего мониторинга этой категории населения **РИСК**

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 24.11. 95 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»

2. Федеральный закон от 17.07.99 № 178 — ФЗ «О государственной социальной помощи»

3. Указ Президента РФ от 2 октября 1992 г. N 1156 «О мерах по формированию доступной для инвалидов среды жизнедеятельности»

4. Журнал «Социальная защита» в М.: 2013 № 7

Сайт журнала «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция»

www.risk-online.ru

Подписка через редакцию
Архив журнала за 2012 год в свбодном доступе
Содержание всез номеров
Анонсы свежего номера

Заходите ;)

М. Троянская,
к.э.н., доцент кафедры финансов,
Оренбургский государственный
университет

Анализ использования субъектами Российской Федерации инструментов налогового регулирования

Аннотация: в статье проведен обзор законодательных актов в отношении предоставляемых налоговых инструментов, в части применения пониженных налоговых ставок, отсрочек и рассрочек.

Ключевые слова: налоговые инструменты, пониженные налоговые ставки, отсрочки, рассрочки.

Annotation: in the article the review of legislative acts in respect of tax instruments provided in the application of the reduced tax rates, delays and installments.

Keywords: tax instruments, reduced tax rates, delays, installment.

Через инструменты налогового регулирования оказывается воздействие на социально-экономическое развитие страны. Существуют следующие методы государственного налогового регулирования: отсрочка налогового платежа, инвестиционный налоговый кредит, налоговые каникулы, налоговая амнистия, налоговые вычеты, выбор, изменения и дифференциация налоговых ставок, международные договоры об избежание двойного налогообложения, изменение состава и структуры системы налогов, замена одного способа или формы налогообложения другими, изменение налоговых льгот и скидок, их переориентация по направлениям, плательщикам и объектам, полное или частичное освобождение от налогов, инвестиционные налоговые скидки, амортизационная премия. Таким образом, инструментами налогового регулирования являются все элементы налогообложения.

Деятельность организаций регулируется через налоговые ставки. Понижение налоговых ставок способствует росту инвестиций и расширению производства. Используя дифференцированный подход к установлению ставок, государство разграничивает различные виды деятельности, а также мероприятия, имеющие различную доходность. Этим государство стимулирует освоение менее привлекательных областей производства и социальной сферы. Рассмотрим количество ставок по различным налогам в регионах России.

В целях поощрения налогоплательщиков налога на прибыль организаций (25 гл. НК РФ) различных отраслей производства и стимулирования экономических и социальных процессов, субъекты РФ имеют право пользоваться механизмом налогового воздействия, который указан в ст. 284 НК РФ п. 1, где закреплено право снижения ставки налога на прибыль организаций, подлежащей зачислению в бюджеты субъектов РФ, но не ниже 13,5%. Другие элементы налога на прибыль законами субъектов РФ устанавливаться не могут.

В таблице 1 представлено количество ставок по налогу на прибыль в разных регионах.

Как видно из представленных данных (табл. 1) 8 регионов не пользуются возможностью понижения ставки налога на прибыль, в отношении части зачисляемой в региональные бюджеты. Большую часть всех регионов занимают те, что установили две ставки повышенную — 18% и максимально низкую 13,5%. Из 47 субъектов имеющих 2 ставки всего три региона (Чувашская Республика, Оренбургская и Тюменская области) пониженную ставку установили в размере 14%. У 11 регионов по налогу на прибыль установлено 3 ставки. Наибольшее количество ставок, а именно 10, имеет Нижегородская область.

По налогу на имущество организаций предусмотрено право снижения налоговой ставки регионами, но в пределах максимально установленной НК РФ ставки (в соответствии со ст. 380 НК РФ они не должны превышать 2,2%), и предоставления дополнительных льгот отдельным категориям плательщиков (возможна дифференциация налоговых ставок, в зависимости от категории налогоплательщиков или имущества, являющегося объектом налогообложения).

Данным полномочием субъекты РФ пользуются по-разному. В 3 регионах установлена только наивысшая ставка налога на имущество равная 2,2%, при этом не предусмотрены ни пониженные ставки, ни полное освобождение от уплаты. Чуть больше половины регионов предоставляют освобождения по налогу (49 субъектов). 27 регионов имеют одну ставку — 2,2% и предоставляют освобождение (табл. 2).

Во многих субъектах по нулевой или пониженной ставке облагается имущество предприятий, являющихся сельскохозяйственными товаропроизводителями. Кроме того часто не облагаются налогом автомобильные дороги, имущество бюджетных и религиозных организаций. Субъекты устанавливают пониженные налоговые ставки предприятиям, которые осуществляют инвестиции в экономику региона.

Следует отметить, что 23 региона имеют две ставки, при этом наиболее часто встречающаяся минимальная ставка 1,1%. Наибольшее количество ставок (11) имеется у Белгородской области.

Таблица 1

Группировка регионов по количеству ставок налога на прибыль организаций, установленных законодательством субъектов РФ*

Количество налоговых ставок, единиц	Субъект Российской Федерации	Итого субъектов в группе
1	Области: Тверская, Калининградская, АО: Ненецкий, Чукотский, Республики: Ингушетия, Карачаево-Черкесская, Тыва, Приморский край.	8
2	Области: Брянская, Владимирская, Воронежская, Ивановская, Курская, Липецкая, Смоленская, Тамбовская, Тульская, Ярославская, Вологодская, Ленинградская, Мурманская, Новгородская, Псковская, Ростовская, Кировская, Оренбургская, Пензенская, Саратовская, Ульяновская, Свердловская, Тюменская, Челябинская, Кемеровская, Омская, Томская, Амурская, Магаданская, г. Москва и Санкт-Петербург, Республики: Кабардино-Балкарская, Северная Осетия-Алания, Чеченская, Адыгея, Калмыкия, Башкортостан, Татарстан, Чувашская, Алтай, Хакасия, Края: Пермский, Краснодарский, Алтайский, Красноярский, Хабаровский, Камчатский.	47
3	Области: Костромская, Московская, Астраханская, Новосибирская, Сахалинская, Республики: Карелия, Дагестан, Мордовия, Саха, Забайкальский край, Еврейская АО	11
4	Области: Белгородская, Орловская, Рязанская, Архангельская, АО: Ханты-Мансийский, Ямало-Ненецкий	6
5	Калужская область, Республики: Коми, Марий-Эл, Бурятия, Ставропольский край	5
6	Области: Самарская, Курганская	2
7	Области: Волгоградская, Иркутская	2
9	Удмуртская Республика	1
10	Нижегородская область	1

* составлено автором по данным http://base.consultant.ru/regbase/

Таблица 2

Группировка регионов по количеству ставок налога на имущество организаций*

Количество налоговых ставок	Субъект РФ	Итого субъектов в группе
Регионы, предоставляющие освобождение	Области: Калужская, Костромская, Курская, Липецкая, Тамбовская, Тверская, Архангельская, Ленинградская, Новгородская, Псковская, Волгоградская, Оренбургская, Пензенская, Самарская, Курганская, Новосибирская, Амурская, Сахалинская, Владимирская, Вологодская, Кировская, Нижегородская, Ульяновская, Тюменская, Кемеровская, Томская, Белгородская, Московская, АО: Ненецкий, Ханты-Мансийский, Еврейская, Чукотский, Республики: Ингушетия, Кабардино-Балкарская, Адыгея, Калмыкия, Башкортостан, Удмуртская, Бурятия, Саха, Карачаево-Черкесская, Чеченская, Алтай, Карелия, Города Москва и Санкт-Петербург, Края: Забайкальский, Краснодарский, Пермский	49
1 ставка	Области: Калужская, Костромская, Курская, Тамбовская, Тверская, Архангельская, Калининградская, Ленинградская, Новгородская, Псковская, Волгоградская, Оренбургская, Пензенская, Самарская, Курганская, Новосибирская, Амурская, Республики: Ингушетия, Кабардино-Балкарская, Адыгея, Калмыкия, Башкортостан, Бурятия, Тыва, АО: Ненецкий, Ханты-Мансийский, Чукотский, Алтайский край, г. Москва и Санкт-Петербург	30
2 ставки	Области: Брянская, Орловская, Липецкая, Тульская, Саратовская, Челябинская, Иркутская, Магаданская, Сахалинская, Владимирская, Ульяновская, Кемеровская, Республики: Дагестан, Марий-Эл, Мордовия, Удмуртская Хакасия, Саха, Чеченская, Края: Ставропольский, Забайкальский, АО: Ямало-Ненецкий, Еврейская	23
3 ставки	Области: Ивановская, Смоленская, Ярославская, Вологодская, Мурманская, Омская, Кировская, Тюменская, Томская, Республики: Карачаево-Черкесская, Северная Осетия-Алания, Чувашская, Края: Красноярский, Приморский, Камчатский, Пермский	16
4 ставки	Области: Рязанская, Ростовская, Нижегородская, Край: Хабаровский, Краснодарский, Республика Алтай	

Таблица 2 (окончание)

Количество налоговых ставок	Субъект РФ	Итого субъектов в группе
5 ставок	Республика Татарстан, Московская область	2
6 ставок	Республика Коми	1
7 ставок	Области: Воронежская и Свердловская	2
9 ставок	Республика Карелия	1
10 ставок	Астраханская область	1
11 ставок	Белгородская область	1

* составлено автором по данным http://base.consultant.ru/regbase/

Полномочия по установлению пониженных ставок налога на имущество предоставляют возможность регионам прямо воздействовать на объем налоговых поступлений, а так же предусматривают косвенное воздействие, через осуществление экономической политики, направленной на привлечение инвестиций и стимулирование роста производства в какой-либо отрасли.

Земельный налог устанавливается гл. 31 «Земельный налог» НК РФ и нормативно-

Таблица 3

Группировка регионов по количеству ставок земельного налога, установленных в региональных центрах*

Количество налоговых ставок, единиц	Субъект РФ	Итого субъектов в группе
2	Области: Калужская, Тамбовская, Ярославская, Кемеровская, Магаданская, Сахалинская, Республики: Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкарская, Чеченская, Марий-Эл, Мордовия, Красноярский край, Чукотский АО	14
3	Области: Костромская, Липецкая, Орловская, Архангельская, Вологодская, Калининградская, Новгородская, Псковская, Кировская, Пензенская, Ульяновская, Иркутская, Томская, Республики: Коми, Калмыкия, Бурятия, Тыва, Ненецкий АО, Камчатский край	19
4	Области: Брянская, Ивановская, Курская, Рязанская, Тверская, Тульская, Мурманская, Оренбургская, Саратовская, Республики: Карелия, Адыгея, Чувашская, Пермский край, Еврейская АО, г. Москва	15
5	Области: Белгородская, Самарская, Новосибирская, Омская, Республики: Карачаево-Черкесская, Алтай, Ямало-Ненецкий АО, Края: Алтайский и Приморский	9
6	Области: Нижегородская и Курганская	2
7	Области: Астраханская, Тюменская, Челябинская, Республики: Башкортостан, Хакасия, Забайкальский край, Ханты-Мансийский АО	7
8	Области: Владимирская, Воронежская, Амурская, Удмуртская Республика	4
9	Области: Воронежская, Волгоградская, Краснодарский край	3
10	Республики: Татарстан, Саха	2
11	Республика Северная Осетия-Алания	1
12	город Санкт-Петербург	1
13	Ростовская область	1
14	Края: Ставропольский и Хабаровский	2
21	Свердловская область	1

* составлено автором по данным http://base.consultant.ru/regbase/

правовыми актами представительных органов муниципальных образований. В соответствии со ст. 394 НК РФ ставки налога, устанавливаемые нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований, не могут превышать предельно установленных значений: 0,3 % и 1,5 %. Кроме того возможно закрепление дифференцированной шкалы ставок по налогу в зависимости от категории земель и (или) разрешенного использования земельного участка (п. 2 ст. 394 НК РФ) [2].

Рассматривая земельный налог (табл. 3), следует отметить, что наибольшее число региональных центров имеет 3 ставки. В 15 регионах, в т.ч. и в Оренбургской области насчитывается 4 ставки. И на третьем месте субъекты, установившие 2 ставки. Наиболее часто встречаются такие значения как 1,5%, 0,3%, 0,1%. Абсолютным лидером является Свердловская область (21 ставка).

Налог на имущество физических лиц — местный налог, следовательно, основными налоговыми полномочиями обладают местные органы власти. Порядок установления, исчисления и уплаты налога регулирует Закон РФ от 09.12.91 г. № 2003-1 «О налогах на имущество физических лиц». Согласно ст. 3 этого Закона налоговые ставки утверждаются нормативно-правовыми актами представительных органов местного самоуправления в зависимости от суммарной инвентаризационной стоимости. Так же предусмотрена дифференциация ставки в установленных пределах, зависящая от суммарной инвентаризационной стоимости, типа использования и по другим критериям [1].

Чаще всего по налогу на имущество физических лиц (табл. 4) в регионах России используется 3 ставки (19 регионов). При этом их градация происходит в пределах значений от 2% до 0,05%. 18 регионов использует 5 ставок. Наибольшее число ставок насчитывается в Костромской области — 21.

В соответствии с п. 2 ст. 346.20 НК РФ предельная ставка единого налога при применении упрощенной системы налогообложения, если объект

Таблица 4

Группировка регионов по количеству ставок налога на имущество физических лиц, установленных в региональных центрах*

Количество налоговых ставок, единиц	Субъект РФ	Итого субъектов в группе
3	Области: Смоленская, Тульская, Псковская, Ростовская, Кировская, Нижегородская, Пензенская, Магаданская, Сахалинская, Республики: Карелия, Ингушетия, Чеченская, Башкортостан, Марий-Эл, Мордовия, Чувашская, Алтай, Тыва, Хакасия	19
4	Области: Липецкая, Тамбовская, Тверская, Архангельская, Калининградская, Астраханская, Ульяновская, Свердловская, Республики: Северная Осетия-Алания, Татарстан, АО: Ямало-Ненецкий и Еврейская, Камчатский край, город Москва	14
5	Области: Белгородская, Брянская, Владимирская, Ивановская, Мурманская, Саратовская, Кемеровская, Омская, Республики: Дагестан, Кабардино-Балкарская, Саха, АО: Ненецкий, Чукотский, Края: Пермский, Забайкальский, Приморский, Хабаровский, город Санкт-Петербург	18
6	Области: Новгородская область, Курганская, Челябинская, Амурская, Республика Калмыкия, область, Ханты-Мансийский АО	6
7	Области: Калужская, Орловская, Тюменская, Республики: Карачаево-Черкесская, Бурятия	5
8	Области: Рязанская, Ярославская, Оренбургская, Иркутская, Новосибирская, Республики: Коми, Удмуртская, область, Края: Алтайский, Красноярский	10
9	Области: Воронежская, Томская	2
10	Курская область, Краснодарский край	2
11	Вологодская область	1
12	Республика Адыгея, Волгоградская область	2
13	Ставропольский край	1
21	Костромская область	1

* составлено автором по данным http://base.consultant.ru/regbase/

Таблица 5

Группировка регионов по количеству ставок (установленных в региональных центрах) при применении УСН с объектом доходы, уменьшенные на величину расходов*

Количество налоговых ставок	Субъект РФ	Итого субъектов в группе
1 ставка — 15%	Области: Тверская, Калининградская, Нижегородская, Новосибирская, Омская, Амурская, Республики: Ингушетия, Северная Осетия-Алания, Адыгея, Края: Краснодарский, Алтайский, Приморский	12
1 ставка, но менее 15%	Области: Липецкая, Ленинградская, Оренбургская, Тюменская, г. Санкт-Петербург, Республики: Дагестан, Кабардино-Балкарская, Карачаево-Черкесская, Чеченская, Чувашская, Ямало-Ненецкий АО, Камчатский край	12
2 ставки	Области: Брянская, Воронежская, Ивановская, Костромская, Курская, Московская, Орловская, Рязанская, Смоленская, Тамбовская, Тульская, Архангельская, Вологодская, Новгородская, Астраханская, Волгоградская, Ростовская, Пензенская, Самарская, Курганская, Свердловская, Челябинская, Кемеровская, Магаданская, Сахалинская, Республики: Коми, Калмыкия, Башкортостан, Марий-Эл, Мордовия, Татарстан, Удмуртская Алтай, Хакасия, Саха, Края: Ставропольский, Пермский, Забайкальский, Хабаровский, г. Москва	40
3 ставки	Области: Белгородская, Ярославская, Мурманская, Псковская, Ульяновская, Иркутская, Томская, Республики: Карелия, Бурятия, Тыва, АО: Ненецкий, Ханты-Мансийский, Чукотский, Красноярский край	14
4 ставки	Области: Владимирская, Калужская, Кировская, Саратовская, Еврейская АО	5

* составлено автором по данным http://base.consultant.ru/regbase/

обложения «доходы минус расходы» равна 15%. В п. 2 ст. 346.20 НК РФ было внесено изменение Федеральным законом от 26.11.2008 г. № 224-ФЗ, которое дало право субъектам РФ устанавливать дифференцированные ставки в пределах от 5 до 15%, с возможностью учета категории налогоплательщика.

Рассматривая таблицу 5, можно сказать 50% регионов установили 2 ставки по УСН. 24 субъекта имеют одну ставку. Из них 12 регионов установили максимальную ставку 15%, а остальная половина воспользовалась правом снижения ставки.

Следует отметить, что регионы неохотно используют такой метод, как изменение сроков уплаты налогов и сборов. Налоговые органы имеют своей целью максимизацию налоговых поступлений в бюджет, а предоставление отсрочек и рассрочек эти поступления снижает. Однако в последние годы отмечается положительная тенденция (рис. 1).

Рассматривая рисунок, можно отметить, что в 2010 и в 2011 годы предоставление отсрочек и рассрочек было единичным явлением, однако в 2012 и 2013 годы значительно возросло число регионов предоставляющих рассрочки. Что касается позиций регионов (табл. 6), то следует отметить, что 16 регионов пользуются как отсрочкой, так и рассрочкой, только отсрочкой пользуются лишь 2 региона, а только рассрочкой — 33.

Проделанный обзор нормативно-правовых актов региональных центров по использованию ими инструментов налогового регулирования, свидетельствует о присутствии среди всех регионов России различных позиций. Стоит отметить, что большинство субъектов Федерации используют свои права в части дифференциации ставок региональных и местных налогов, в части предо-

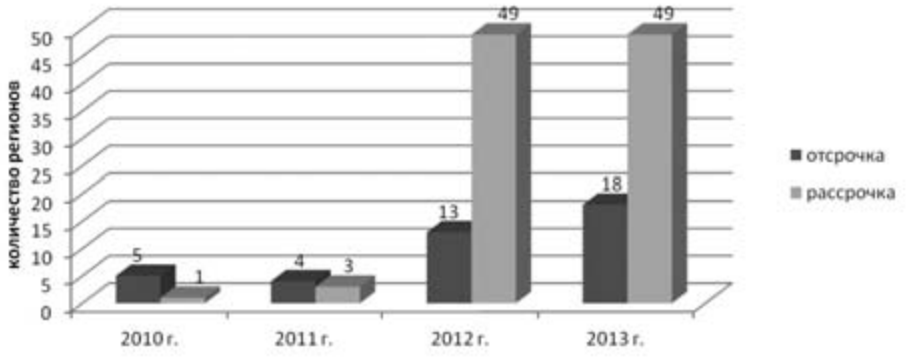

Рис. 1. Динамика количества предоставления отсрочек и рассрочек за 2010 — 2013 гг.

Таблица 6

Группировка регионов предоставляющих отсрочку и рассрочку 2013 г.*

Показатели	Субъект РФ	Итого субъектов в группе
Отсрочка и рассрочка	Области: Белгородская, Владимирская, Московская, Смоленская, Кировская, Нижегородская, Иркутская, Новосибирская, Омская, Республики: Коми, Хакасия, Саха, Края: Краснодарский, Ставропольский, Забайкальский, Красноярский	16
Отсрочка	Области: Липецкая, Новгородская	2
Рассрочка	Области: Брянская, Воронежская, Калужская, Курская, Тверская, Тульская, Ярославская, Архангельская, Вологодская, Ленинградская, Мурманская, Псковская, Волгоградская, Ростовская, Оренбургская, Самарская, Саратовская, Курганская, Свердловская, Кемеровская, Амурская, Республики: Карелия, Адыгея, Башкортостан, Марий Эл, Мордовия, Татарстан, Удмуртская, Края: Пермский, Алтайский, Камчатский, г. Москва, Санкт-Петербург	33

* составлено автором по данным http://base.consultant.ru/regbase/

ставления дополнительных льгот и т.д., большая часть которых направлена на повышение инвестиционной привлекательности территорий. Необходимо констатировать, что полнота и эффективность использования полномочий в области налогового регулирования существенно влияют на объем налоговых поступлений в субфедеральные бюджеты и предопределяют возможности региона по использованию и развитию налогового потенциала. РИСК

Библиографический список:

1. Закон РФ от 09.12.1991 г. № 2003-1 (ред. от 02.11.2013 г.) «О налогах на имущество физических лиц»

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (ред. от 28.12.2013 г.)

3. Троянская М.А. Оценка налоговой конкуренции субъектов Приволжского федерального округа / Актуальные вопросы теории и практики финансов, учета и налогообложения. Сборник научных трудов: материалы международной научно-практической конференции, г. Москва, 31 августа 2013 г. / АНО содействия развитию современной отечественной науки, издательский дом «Научное обозрение»; редкол. М.В. Васильева. — М.: Планета, 2013. — С. 38 — 43.

4. http://base.consultant.ru/regbase/

KTR-ONLINE.RU

логистика • маркетинг • аналитика

новости экономики, новости логистики, новости рынков,
аналитические материалы и статьи,
журналы по логистике и маркетингу, пресс-релизы,
интервью, мероприятия

Ж. Кеворкова,
д.э.н., профессор кафедры аудита и контроля,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Предмет экспертного исследования как критерий разграничения экономической экспертизы по видам

Аннотация: становление рыночной экономики расширяет границы применения экономических экспертиз, поскольку появляются новые объекты бухгалтерского учета. В современных условиях вопрос об определении предмета экономической экспертизы неоднозначен. К исследованию его содержания применимы различные подходы, однако предмет любой экспертизы ограничен вопросами, поставленными на ее разрешение. Поскольку основная категория экономической экспертизы – это понятие ее предмета, то он является критерием разграничения экспертиз по видам, что и раскрывается в данной статье.

Ключевые слова: экономическая экспертиза, виды экономических экспертиз, бухгалтерская, финансово-экономическая, финансово-аналитическая, финансово-кредитная, инженерно-экономическая, налоговая, по ценам и ценообразованию, оценочная, при банкротстве.

Annotation: establishment of a market economy expands the application of economic expertise, as new accounting items. In modern conditions, the question of defining the subject of economic expertise is ambiguous. To study its contents apply different approaches, but the subject of any examination is limited to issues raised in its resolution. Since the main category of economic expertise – this notion of its subject, it is a criterion of differentiation by type of expertise that is revealed in this article.

Keywords: economic expertise, types of economic assessments, accounting financial and economic, financial, analytical, financial credit, engineering and economic, fiscal, prices and pricing, valuation, in bankruptcy.

Появление в учебных планах подготовки студентов по специальности «Экономическая безопасность», а также во многих магистерских программах по направлению «Экономика» дисциплины «Экономическая экспертиза» требует раскрытия ее концептуальных основ, разработки адекватного современным условиям понятийного аппарата экономической экспертизы как научного направления, формулирования классификационных признаков, определения организационно-методических подходов к формированию ее информационного обеспечения и ряда других принципиальных вопросов методологии и практики.

Экономические экспертизы широко используются в экспертной практике. Их проведение поручается как на стадии предварительного расследования дел, в ходе уголовного, гражданского, арбитражного, административного судопроизводства, так и по инициативе заинтересованного лица (собственника, учредителя, адвоката, кредитора и др.).

Разработки в области классификации экспертиз представляют собой необходимое условие эффективного использования специальных знаний при расследовании правонарушений в сфере экономики.

Одним из первых оснований для классификации экспертиз по мнению Е.Р. Россинской было их разделение по базовым наукам и методам исследования. [16] Сегодня о принадлежности каких-либо методов к конкретной науке говорить нельзя в силу их адаптации и дифференциации. На наш взгляд, в настоящее время признаками классификации экспертиз являются, прежде всего, предмет и содержание исследуемых объектов в совокупности с решаемыми задачами. [13]

Результаты обзора экономической литературы и исследования автора позволили сделать вывод, что одной из первых работ, в которой рассмотрен вопрос классификации экономических экспертиз, была работа А.И. Винберга и Н.Т. Малаховской «Судебная экспертология». [9] В составе экономической экспертизы они выделяют бухгалтерскую, планово-финансовую, экономико-технологическую, ценообразования, экономическую хозяйственной деятельности. Г.А. Матусовский в числе видов экономических экспертиз называет планово-экономическую, финансово-экономическую, ценообразования, бухгалтерскую. [14] Г.А. Шумак рассматривает экономическую экспертизу как ее самостоятельный вид. [18]

В работах Степутенковой В.К. [19], Н.Г. Гаджиева, А.Н. Гаджиева [10] можно увидеть, что их авторы в составе экономических экспертиз выделяют бухгалтерскую, финансово-экономическую и инженерно-экономическую, положив в основание классификации предмет и применяемые специальные методики.

В руководстве для экспертов органов внутренних дел Н.К. Болдова в составе экономических называет судебно –бухгалтерскую, финансово-экономическую, планово-экономическую и инженерно-экономическую экспертизы. [6] М.В. Чалдин предлагает свою классификацию, положив в ее основание экономические дисциплины, изучающие специфику производственных отношений в отдельных отраслях хозяйствования во взаимодействии с производительными силами, техникой и технологическим процессом. [13]

Результаты исследований позволяют констатировать, что при формировании новых видов экспертиз определяющим фактором являются процессы интеграции и дифференциации научных знаний. Так, Р.С.Белкин рассматривая процесс формирования новых видов экспертиз полагал, что он может протекать двояко: 1) как результат дробления ее традиционных видов в связи с появлением новых объектов данного класса, новых методов, задач; 2) как следствие поиска инструментальных средств и методов решения традиционных криминалистических задач. [7]

Согласно определения, приведенного в словаре русского языка « род означает направление, образ деятельности». В свою очередь, род экспертизы подразделяется на виды. В том же источнике «вид раскрывается как подразделение в систематике, входящее в состав высшего раздела-рода». [15] Исходя из содержания определения сущности «рода» и «вида», экономическую экспертизу как род судебной экспертизы, в специальной литературе принято подразделять на виды. Систематизация и обобщение результатов анализа процесса формирования новых родов и видов экспертиз позволяют сделать вывод по мере их развития выделяются специфические объекты исследования — вещественные доказательства, формируются задачи, свойственные данному виду экспертной деятельности, разрабатывается соответствующий инструментарий их решения. На этом этапе возникает необходимость создания конкретных частных методик экспертного исследования. При этом видовое деление экономических экспертиз осуществляется по содержанию исследуемых объектов.

Сегодня все имеющиеся классы судебных экспертиз находятся на разных стадиях своего формирования, поэтому выделить единое основание для их классификации на виды невозможно. Считаем, что основной единицей классификации экономических экспертиз следует считать ее вид, который связан с конкретными задачами, предметом экспертизы и содержанием объектов исследования.

В теории экспертиз приводятся различные классификации судебно-экономических экспертиз. Так, одни авторы выделяют в составе экспертиз экономико-статистическую, экономики труда, планово-экономическую. [17]

Другие — рассматривают в ее составе судебно-бухгалтерскую, планово-экономическую и экспертизу экономики труда. При этом ими выделяются новые виды экономических экспертиз: финансово-экономическая, инженерно-экономическая, по ценам и ценообразованию. [16,23]

Следует отметить, что в учебнике по криминалистике под ред. А.Г. Филиппова дается несколько другой подход к классификации судебных экспертиз. Авторы учебника классифицируют экспертизы на классы, роды, подвиды. Так, ими выделяется класс судебно-экономических экспертиз, который образуют судебно-бухгалтерские и судебно-товароведческие экспертизы. [21] Однако, следует отметить, что в содержании учебника сущности данных экспертиз не раскрывается.

В учебнике под ред. М.К. Треушникова дается перечень видов экспертиз, в классификацию которых положен характер применяемых специальных знаний. Ими выделяются виды экспертиз без разделения их на классы и роды. Авторами учебника как бухгалтерская экспертиза, так и экономическая, выделяются в самостоятельный вид. [20] Считаем, что данное утверждение не совсем точно. Это объясняется тем, что бухгалтерская экспертиза является частью экономической в силу специфики ее производства, поскольку, для исследования отдельного правонарушения в сфере экономики необходимы не только объекты учетного характера, но и различные внеучетные документы (управленческого характера, оценочные, расчетные).

Классификация экспертиз с учетом следственной, судебной и экспертной практики была предложена А.Р. Шляховым. Исходя из трехмерного основания классификации (предмет, метод, методика исследования в рамках экспертизы) им было выделено шесть классов судебных экспертиз [22] , из которых 4 класс составляли экономические экспертизы. В их составе он выделял судебно-бухгалтерские, финансово-кредитные и комплексные (комиссионные). Считаем, что приведенная А.Р. Шляховым классификация не совсем полно дифференцирует виды экономических экспертиз, однако, она может оказаться полезной при организации их проведения.

Новую видовую классификацию бухгалтерских экспертиз предлагает Д.Н. Борисов. [8] В Комментарии к положениям Уголовно-процессуального кодекса РФ по проведению судебно-экономических экспертиз, ревизий и документальных проверок он предлагает считать экспертизу, в ходе которой исследуется правильность и достоверность исчисления различных налогов, сборов, платежей, судебно-налоговедческой. При этом он выделяет ее из состава судебно-бухгалтерской экспертизы. Он полагает, что если в процессе производства бухгалтерской экспертизы исследуются не только проблемы правильности исчисления налоговых баз, но и вопросы других поставленных задач экономического профиля, то такую экспертизу следует считать судебно-экономической. Сущность представленной классификации он объясняет тем, что не следует объединять воедино вопросы бухгалтерского учета и налогообложения. По нашему мнению, выделенные виды экспертиз взаимосвязаны между собой, однако, между ними

Таблица 1

Эволюция появления новых видов экономических экспертиз в российском законодательстве

Нормативный документ	Виды экспертиз						
	бухгалтерская	финансово-экономическая	финансово-аналитическая	финансово-кредитная	инженерно-экономическая	налоговая	по ценам и ценообразованию
Приказ Минюста РФ от 30 ноября 2000г. №363 «Об утверждении примерного Перечня видов экспертиз, выполняемых в судебно-экспертных учреждениях Министерства юстиции Российской Федерации» [1]	+	+		+	+		+
Приказ Минюста РФ от 14 мая 2003г. №114 «Об утверждении перечня родов (видов) экспертиз, выполняемых в государственных судебно-экспертных учреждениях Минюста РФ и перечня экспертных специальностей, по которым предоставляется право самостоятельного производства судебных экспертиз в государственных судебно-экспертных учреждениях Министерства Юстиции [2]	+	+					
Приказ МВД России от 14 января 2005г. №21 «Об аттестации экспертов на право самостоятельного производства судебных экспертиз и о порядке пересмотра уровня их профессиональной подготовки [3]	+		+	+		+	
Приказ МВД России от 29 июня 2005г. №511 «Вопросы организации производства судебных экспертиз в экспертно-криминалистических подразделениях органов внутренних дел РФ» [4]			+	+			
Методические рекомендации по взаимодействию следователей подразделений по расследованию налоговых преступлений органов предварительного следствия и экспертов экспертно- криминалистических подразделений органов внутренних дел по назначению и проведению экономических экспертиз [5]	+		+	+		+	
Рекомендации о порядке производства экономических экспертиз экспертно-криминалистическими подразделениями органов внутренних дел [6]	+		+	+		+	

существует много различий, включая законодательство в области бухгалтерского учета, финансов, налогообложения. Считаем, что данную точку зрения следует считать верной.

На наш взгляд, следует выделить исследования А.М. Зимина и Н.П. Майлис. Они делят экспертизы на классы (типы), роды, виды, разновидности (подвиды). В системе их классификации экономическая экспертиза подразделяется на три подвида: бухгалтерские, финансово-экономические и инженерно-экономические. [12]

Практический интерес представляют работы Т.М. Дмитриенко, в которых дается следующая классификация экономических экспертиз: судебно-бухгалтерские, судебные планово-экономические, судебные финансово-экономические. [11] Предлагая такую классификацию, Т.М. Дмитриенко исходит из содержания объектов экспертиз, которыми являются документы и регистры бухгалтерского учета и отчетности, система счетных записей о затратах и результатах финансово-хозяйственной деятельности, источниках финансирования деятельности организации и направлениях их использования. Однако, перечисленные ею объекты признаны большинством авторов как объекты бухгалтерских экспертиз. Поскольку экономическая экспертиза при исследовании отдельных объектов использует инструментарий экономического анализа исходных данных, содержащихся и в других доказательствах, то она позволяет установить фактические данные об обстоятельствах текущей, финансовой и инвестиционной деятельности экономического субъекта, сложившиеся под влиянием решений собственника или его представителя и имеющие значение для правильного разрешения дела. Следует отметить, что в практике экспертной деятельности производство экономических экспертиз находит все чаще свое применение. Это связано с тем, что в совершении экономических правонарушений участвуют распорядители кредитов и уполномоченные ими лица, наемные работники, связанные со всеми структурными подразделениями экономического субъекта и его контрагентами. Считаем, что роль и значение экономических экспертиз существенно возрастают в связи с усилением контрольных функций бухгалтерская учета в свете 402 ФЗ «О бухгалтерском учете» и совершенствованием российского законодательства. Результаты проведенных автором исследований позволяют говорить об эволюции появления новых видов экономических экспертиз и в законодательстве (табл.1)

Раскроем целевую направленность каждого вида экономических экспертиз, классифицированных автором в процессе исследования.

Бухгалтерская экспертиза. Ее целью является исследование записей бухгалтерского учета, отраженных в первичных документах, учетных регистрах и финансовой отчетности, для установления:

- правильности использованных методов при проведении бухгалтерской экспертизы;
- фактических данных, связанных с недостачей или излишком материально-производственных

запасов, денежных средств и других активов, периода их образования и причиненного материального ущерба;

♦ круга лиц, за которыми числятся недостающие материально-производственные запасы, денежные средства и другие активы;

♦ документальной обоснованности расходования материально-производственных запасов, денежных средств, списания внеоборотных и других активов;

♦ наличия или отсутствия материального ущерба с учетом заключений экспертов (специалистов) других областей знаний;

♦ соответствия отражения в бухгалтерских документах фактов хозяйственной жизни требованиям бухгалтерского учета и отчетности и действующим нормативным актам;

♦ соответствия сведений, получаемых из иных материалов дела (в частности, из протоколов допросов обвиняемых и свидетелей; неофициальной учетной документации и актов документальных ревизий), данным бухгалтерского учета и др. [13]

Целью *финансово-экономической экспертизы* является исследование:

♦ соблюдения законодательных актов, регулирующих финансовые отношения экономического субъекта с бюджетами разных уровней;

♦ выполнения договорных обязательств между поставщиками и подрядчиками, покупателями и заказчиками, инвесторами и эмитентами, другими контрагентами;

♦ показателей финансового состояния экономического субъекта и его текущей, финансовой и инвестиционной деятельности;

♦ признаков и способов искажения количественных показателей, оказывающих влияние на финансовый результат;

♦ признаков и способов искажения данных о финансовых показателях, характеризующих ликвидность и платежеспособность экономического субъекта, др.

Финансово-кредитная экспертиза. Целевой направленностью данного вида экономической экспертизы является:

♦ исследование соблюдения законодательных и нормативных актов, регулирующих кредитные отношения экономического субъекта;

♦ исследование признаков и способов искажения данных о показателях, характеризующих кредитоспособность экономического субъекта;

♦ целевое использование кредитов банков и займов других организаций и их возвратность и др.

Финансово-аналитическая экспертиза. Ее целями являются исследования:

♦ показателей, характеризующих финансовое состояние деятельности экономического субъекта и его структурных подразделений;

♦ причин изменения аналитических показателей;

♦ выявления и изменения причинно-следственных связей между показателями бухгалтерской (финансовой) отчетности;

♦ правильности применения использованных аналитических процедур и др.

Налоговая экспертиза. Ее целевая направленность определяется:

♦ соблюдением законодательных и нормативных актов, регулирующих отношения экономического субъекта с бюджетом и внебюджетными фондами;

♦ установлением искажений в налоговом учете и проведением анализа их воздействия на величину налоговой базы;

♦ установлением достоверности величины налоговой базы, исчисления и уплаты всех видов налогов и других обязательных взносов;

♦ выявлением соответствия между величинами налоговой базы, налоговых отчислений и нормами российского законодательства;

♦ исследованием иных документов и сведений, позволяющих раскрыть действительную причину, возникновения спорных ситуаций и др.

Инженерно-экономическая экспертиза. В ее цели входит исследование:

♦ фактов необоснованных начислений и несвоевременно выплаченной заработной платы и других выплат;

♦ фактов начисленной, но своевременно не выплаченной заработанной платы и других выплат;

♦ правильности произведенных расчетов с работником при прекращении трудового договора;

♦ исследование показателей, характеризующих формирование размера оплаты труда с целью установления отклонений от действующих норм;

♦ исследование обоснованности показателей бизнес-плана;

♦ исследование эффективности текущей, финансовой и инвестиционной деятельности экономического субъекта в разрезе структурных подразделений и др.

Экспертиза по ценам и ценообразованию. Целью данной экспертизы является исследование показателей ценообразования для установления искажений при их формировании и влиянии на результаты текущей, финансовой и инвестиционной деятельности экономического субъекта.

Анализ результатов проведенных исследований позволяет констатировать, что имеющаяся классификация экономических экспертиз основывается на теоретических рассуждениях по поводу разграничения общих понятий и их составляющих. Данные виды экспертиз непосредственно связаны с текущей, финансовой и инвестиционной деятельностью экономического субъекта. Они имеют схожие предметы, задачи и объекты экспертного исследования. При их производстве используются достижения не только экономиче-

ских, но и смежных с ними наук. Однако, по нашему мнению требует выделения как самостоятельного вида экономических экспертиз оценочная экспертиза и экспертиза при банкротстве экономических субъектов.

Оценочная экспертиза представляет собой совокупность процедур и действий специалиста по определению рыночной стоимости и коммерческой привлекательности всех компонентов экономического субъекта: земельных ресурсов, объектов природопользования, движимого и недвижимого имущества, других активов.

Целевая направленность оценочной экспертизы включает:

- ♦ исследования по правильности и достоверности аттестации экономического субъекта;
- ♦ исследования по достоверности стоимости бизнеса, имущественного комплекса и других активов;
- ♦ исследование капитала организации, структуры его распределения, возникающих рисков;
- ♦ исследование вопросов капитализации бизнеса, экономической стратегии;
- ♦ достоверность расчета долей учредителя в имуществе экономического субъекта; при его выходе из состава, а также размера дивидендов по результатам финансового года и др.

Экспертиза при банкротстве. Ее целью является исследование поведения должника, его коммерческих сделок, активов и обязательств, показателей, отраженных в бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия решения о фиктивном или преднамеренном банкротстве экономического субъекта.

Представленная классификация видов экономических экспертиз позволяет выделить не только предмет, объект и задачи экспертизы, но и предложить их дальнейшую классификацию в соответствии с которой экспертом решается вопрос о применяемых методах и методике экспертного исследования. РИСК

Библиографический список:

1. Приказ Минюста РФ от 30 ноября 2000г. №363 «Об утверждении примерного Перечня видов экспертиз, выполняемых в судебно-экспертных учреждениях Министерства юстиции Российской Федерации»: [Электронный ресурс]// Справочно-правовая система «Консультант Плюс». — URL: локальный. — (дата обращения: 07.04.2014)

2. Приказ Минюста РФ от 14 мая 2003г. №114 «Об утверждении перечня родов (видов) экспертиз, выполняемых в государственных судебно-экспертных учреждениях Минюста РФ и перечня экспертных специальностей, по которым предоставляется право самостоятельного производства судебных экспертиз в государственных судебно-экспертных учреждениях Министерства Юстиции: [Электронный ресурс]// Справочно-правовая система «Консультант Плюс». — URL: локальный. — (дата обращения: 07.04.2014)

3. Приказ МВД России от 14 января 2005г. №21 «Об аттестации экспертов на право самостоятельного производства судебных экспертиз и о порядке пересмотра уровня их профессиональной подготовки: [Электронный ресурс]// Справочно-правовая система «Консультант Плюс». — URL: локальный. — (дата обращения: 07.04.2014)

4. Приказ МВД России от 29 июня 2005г. №511 «Вопросы организации производства судебных экспертиз в экспертно-криминалистических подразделениях органов внутренних дел РФ»: [Электронный ресурс]// Справочно-правовая система «Консультант Плюс». — URL: локальный. — (дата обращения: 07.04.2014)

5. Методические рекомендации по взаимодействию следователей подразделений по расследованию налоговых преступлений органов предварительного следствия и экспертов экспертно-криминалистических подразделений органов внутренних дел по назначению и проведению экономических экспертиз

6. Рекомендации о порядке производства экономических экспертиз экспертно-криминалистическими подразделениями органов внутренних дел

7. Белкин Р.С. Курс советской криминалистики./ Р.С. Белкин Т.2 — М.: Юридическая литература, 1978

8. Борисов Д.Н. Комментарий к положениям УПК РФ по проведению судебно-экономических экспертиз, ревизий и документальных проверок. — М.: Юстицинформ,2003

9. Винберг А.И., Малаховская Н.Т. Судебная экспертология. — М.: Юридическая литература, 1980

10. Гаджиев Н.Г., Гаджиев А.Н. Бухгалтерская экспертиза в системе экспертных исследований/ Н.Г.Гаджиев, А.Н.Гаджиев // Аудиторские ведомости. — 2001, №8

11. Дмитриенко Т.М. Новые виды судебно-экономических экспертиз / Т.М. Дмитриенко // Хозяйство и право. — 1993, №10

12. Зимин А.М., Майлис Н.П. Судебная экспертиза: Учебн.пособие. — М.: Право и закон; изд. Юрайт, 2002

13. Кеворкова Ж.А. Бухгалтерская экспертиза хозяйствующих субъектов: методология и практика. — Ставрополь: Ставропольское книжное издательство, 2007

14. Матусовский Г.А. Экономические преступления. Криминалистический анализ. — Харьков, Консум, 1999

15. Ожегов С.И. Словарь русского языка. — М.: Советская энциклопедия, 1975
16. Россинская Е.Р. Судебная экспертиза в гражданском, арбитражном, административном и уголовном процессе. — М.: Норма, 2005
17. Смирнова С.А. Судебная экспертиза на рубеже XXI века. Состояние, развитие, проблемы. 2-е изд., перераб. и доп. — СПб: Питер, 2004
18. Современные возможности судебных экспертиз / Под ред. Ю.Г. Корухова. — М.: Триада, 2000
19. Степутенкова В.К. Основные методы судебно-экономической экспертизы. — М., 2002
20. Криминалистика: Учебник / Под ред. М.К. Треушникова. — М.: Бек, 1996
21. Криминалистика: Учебник / Под ред. А.Г. Филлипова — М.: Спарк, 2000
22. Шляхов А.Р. Судебная экспертиза. Организация и проведение. — М.: Юридическая литература, 1979
23. Энциклопедия судебной экспертизы / Под ред. Т.В. Аверьяновой, Е.Р.Россинской. — М.: Юрист, 1999

Издательский дом «Экономическая газета»

«Русская классическая библиотека. Экономика и духовность»

Вы можете приобрести книги:

► в интернет-магазине: www.eg-online.ru
(499) 152-8690; e-mail: sale@eg-online.ru
► в киоске издательства: Москва, ул. Черняховского, 16

реклама

А. Булеев,
д.э.н., начальник отдела,
Институт ИТКОР

Оценка конкурентоспособности промышленных предприятий города

Аннотация: в статье представлена методика оценки конкурентоспособности промышленных предприятий города. Выявлены основные факторы, характеризующие конкурентоспособность промышленных предприятий. Разработан интегральный коэффициент оценки конкурентоспособности, включающий производственную, социальную, экономическую и сбытовую составляющие.

Ключевые слова: конкурентоспособность, промышленные предприятия, методика оценки конкурентоспособности.

Annotation: the article presents a methodology for assessing the competitiveness of industrial enterprises of the city. The main factors that characterize industrial competitiveness. Designed integral coefficient estimation of competitiveness, including: industrial, social, economic and marketing components.

Keywords: competitiveness, industrial enterprises, the estimation procedure competitiveness.

Данная статья продолжает цикл работ по использованию синергетического подхода в различных сферах услуг, в частности, в оценке конкурентоспособности услуг консалтинговой и лизинговой деятельности [1], в повышении конкурентоспособности товара на базе учета интересов всей логистической цепочки: производитель — оптовое звено — потребитель [2], в сфере рекреационных услуг [3], в разрешении конфликтных ситуаций [4]. Ниже приведена методика оценки конкурентоспособности промышленных предприятий города.

Следуя аксиоматическому методу, в основу концепции работы положена синергетическая аксиома, согласно которой природа эволюции систем подобных экономической является информационной. Отличительным признаком таких нелинейных динамических систем является наличие обратных связей. Отличие синергетического подхода от традиционного, линейного, состоит в переходе от детерминированных систем к сложным, от закрытых к открытым, от линейности к нелинейности, от рассмотрения процессов равновесия к нестабильности, к изучению того, что происходит вдали от равновесия.

Конкурентоспособность промышленных предприятий, зависит от производственной, социальной, экономической и сбытовой составляющих, характеризующих эффективность и значимость для города промышленного предприятия. Влияние каждой из составляющих на конечную эффективность и значимость для города промышленного предприятия различна. В связи с этим возникла необходимость определения весовых коэффициентов, которые могут быть присвоены каждой из этих составляющих. Вес каждого из коэффициентов выбирается, исходя из его совокупного положительного или отрицательного воздействия на социальную среду, инфраструктуру и экономику города.

Для выбора и назначения весовых коэффициентов был использован опрос 40 экспертов. Экспертам было предложено выбрать весовые коэффициенты для каждого из критериев, входящих в производственную, социальную, экономическую и сбытовую составляющие промышленного предприятия. Причем, ни один из критериев не мог равняться нулю, а сумма всех критериев должна была равняться единице. Крайние мнения не учитывались, а остальные значения усреднялись и округлялись с точностью 0,05.

Для выбора численных значений коэффициентов следует определиться с диапазоном, в рамках которого эти значения будут присваиваться. Субъективная способность человека различать находится в весьма ограниченном диапазоне и, когда есть значительная несоразмерность между сравниваемыми объектами, действиями или обстоятельствами, предположение субъектов тяготеют к тому, чтобы быть произвольными, и обычно оказываются далекими от действительности. Способность субъекта производить качественные разграничения хорошо представлена пятью категориями: очень слабый, слабый, равный, сильный, очень сильный. Поэтому обычные пределы сравнения находятся в пределах 5 ± 2. В качестве численных выражений сравнения промышленных предприятий можно использовать следующие:

1 — промышленное предприятие значительно уступает среднему уровню;

2 — промышленное предприятие незначительно уступает среднему уровню;

3 — промышленное предприятие соответствует среднему уровню по данному коэффициенту;

4 — промышленное предприятие незначительно превосходит средний уровень;

5 — промышленное предприятие значительно превосходит средний уровень.

Таким образом, значения каждого из коэффициентов выбираются из интервала от 1 до 5.

Интегральная оценка промышленного предприятия включает критерии, характеризующие производственную, социальную, экономическую и сбытовую составляющие.

Максимальный вес, как показали опросы экспертов, имеет группа критериев, формирующих производственную составляющую промышленного предприятия. Производственная составляющая характеризуется тремя коэффициентами: конкурентоспособностью продукции, техническим и технологическим уровнем производства и

инновационно-инвестиционной перспективой предприятия.

Конкурентоспособность продукции — это свойство товаров, характеризующих их возможность быть востребованными потребителем на рынке. Конкурентоспособность определяется сочетанием характеристик качества и стоимости, которые, главным образом, и определяют возможность реализации продукции на рынке.

Конкурентоспособность определяется только теми свойствами, которые представляют заметный интерес для покупателя. Все характеристики товара, выходящие за рамки этих интересов, рассматриваются при оценке конкурентоспособности как не имеющие к ней отношения в данных конкретных условиях. Превышение норм, стандартов и правил может не только не улучшить конкурентоспособность товара, но и наоборот снизить ее, так как с точки зрения покупателя ведет к росту цены без увеличения потребительной ценности. Оптимальное соотношение цены и качества товара, его технических характеристик и потребительских свойств определяется покупателем в каждом конкретном случае. Поэтому значимость влияния этих двух параметров на конкурентоспособность товара может быть различной. Как свидетельствует мировая практика, параметр качества очень часто является решающим, особенно для новых товаров, хотя они продаются по существенно более высокой цене.

Уровень конкурентоспособности наряду с параметрами, раскрывающими непосредственную потребительскую ценность товара в сопоставлении с аналогами-конкурентами, определяется также внешними по отношению к собственно товару факторами и характеристиками, не обусловленными его свойствами: сроками поставки, дополнительным сервисом, изменением соотношения спроса и предложения, рекламой.

Среди многообразия факторов, влияющих на коммерческий успех товара, в промышленно развитых странах на первое место, как показали многочисленные опросы, потребителями ставятся сервис и качество, затем идет цена и только потом — кредитная политика, упаковка, реклама. Товаропроизводителя, желающего стать конкурентоспособным на рынке непродовольственных товаров, в первую очередь должно интересовать, как обеспечить соответствие между собой свойств товара и потребности в нем, то есть способности товара удовлетворять те или иные пожелания потребителей.

Но ключевой остается следующая истина: всякий товар является мультиатрибутивным, то есть обладающим набором многих атрибутов. Сила товаропроизводителя — в понимании, какие атрибуты весомее, как обеспечить их присутствие в своем товаре и как сделать, чтобы это присутствие четко ощутил потребитель, а также в умении при этом уложиться в приемлемый уровень затрат на производство, чтобы дать конкурентную цену.

В связи с этим, коэффициент, характеризующий конкурентоспособность продукции, имеет более высокий вес равный 0,2.

К показателям, которые определяют технический и технологический уровень производства, относятся показатели, характеризующие соответствие производства мировому уровню развития данной отрасли. Естественно, предприятию, оснащенному устаревшим оборудованием и работающему по технологиям середины 20 века невозможно конкурировать с предприятиями, обновляющими свой станочный парк каждые 5-10 лет, а иногда, и чаще. В производстве, как и во всех видах человеческой деятельности, проявляются две тенденции: первая — концентрация промышленной деятельности в тех отраслях, где существуют наилучшие условия ее развития, причем, чем выше концентрация, тем лучше условия; и вторая — привлекательность производств, уникальных с точки зрения своей деятельности — независимо от вида выпускаемой продукции.

Естественно, что при оценке конкурентоспособности промышленных предприятий, необходимо учитывать технический и технологический уровень производства. Вес коэффициента, характеризующего технический и технологический уровень производства, равен 0,15.

Показатели, характеризующие инновационно-инвестиционные перспективы предприятия, можно разбить на две группы. Первая группа — это инновационная направленность проектов, реализуемых на промышленном предприятии. Одно дело, если реализация проекта направлена на приобретение новейшего оборудования и технологий, позволяющих предприятию выпускать продукцию конкурентоспособную на мировом рынке, другое, если проект направлен на приобретение устаревшего оборудования и отжившей технологии, которая позволит предприятию продержаться еще 2-3 года на рынке. Небольшая часть промышленных предприятий, используя инновационные подходы, оснащается передовыми технологиями и оборудованием. Вместе с тем, многие промышленные предприятия работают на оборудовании установленном в советское время и без реализации инновационных проектов обречены на «вымирание».

Вторая группа характеризует инвестиционную привлекательность промышленных предприятий. Не секрет, что чем больше инвестиций привлекает предприятие, тем больше у него возможностей модернизировать и обновить оборудование, прилечь на свое производство современные технологии и, как следствие, выпускать продукцию конкурентоспособную не только на российском, но и на мировом рынке. Создание современных высо-

ко технологичных промышленных предприятий является актуальной задачей.

Вес коэффициента, характеризующего инновационно-инвестиционные перспективы предприятия, равен 0,1.

Социальная составляющая промышленного предприятия характеризуется социальной значимостью предприятия, экологической безопасностью и обеспеченностью кадрами. Важным фактором развития социальной сферы является обеспечение занятости жителей города. Социальная значимость предприятия значительно возрастает, если оно обеспечивает занятость сотням и тысячам жителей города. Достижение максимального обеспечения населения города гарантированной высоко оплачиваемой работой является актуальной задачей для промышленности.

В качестве численных значений сравнения промышленных предприятий по данному показателю используются следующие: 1 — когда численность промышленного предприятия менее 10 человек, 2 — когда численность промышленного предприятия от 10 до 50 человек, 3 — когда численность промышленного предприятия от 50 до 100 человек, 4 — когда численность промышленного предприятия от 100 до 500 человек, 5 — когда численность промышленного предприятия более 500 человек.

Вес коэффициента, характеризующего социальную значимость, равен 0,1.

Экологическая составляющая промышленного предприятия, определяется стандартным сравнением с предельно-допустимой нормой концентрации вредных веществ и предельно-допустимым уровнем воздействий на окружающую среду, а также специфическими свойствами места расположения предприятия. Вес коэффициента, характеризующего экологическую безопасность, равен 0,15.

Обеспеченность кадрами для промышленного предприятия, является тем фундаментов, на который можно затем поставить и высоко технологичное оборудование, и современные технологии, и выпускать конкурентоспособную продукцию, а без квалифицированных кадров любое самое современное оборудование и технологии просто «железо». Вес коэффициента, характеризующего обеспеченность кадрами, равен 0,05.

Экономическая составляющая показывает коммерческую эффективность промышленного предприятия. Коммерческая эффективность промышленного предприятия характеризуется системой экономических показателей, на основе которых может быть оценена экономическая (коммерческая) привлекательность промышленного предприятия и можно судить об экономических преимуществах одних предприятий над другими.

Экономическая эффективность промышленных предприятий напрямую зависит от величины налогов, которые получает город. Это относится как к фирмам, специализирующимся на выпуске непродовольственных товаров народного потребления, так и к фирмам, специализирующимся на выпуске высоко технологичной оборонной продукции. Если реализация продукции промышленных предприятий растет, то это благоприятно скажется не только на данном конкретном бизнесе, но и на городе в целом, т.к. налоговые поступления в бюджет города будут расти. Вес коэффициента, характеризующего экономическую составляющую, равен 0,15.

Сбытовая составляющая показывает эффективность сбыта продукции промышленного предприятия. В современной экономике главное не выпуск продукции, а доведение продукции до своей потребительской группы. Даже самая качественная и конкурентоспособная продукции, если она не доведена до потребителя, не может быть реализована. Эффективная и отлаженная система сбыта промышленного предприятия позволяет ему активно конкурировать не только на близлежащих рынках своего региона, но и в других регионах России и стран ближнего и дальнего Зарубежья. Вес коэффициента, характеризующего сбытовую составляющую, равен 0,1.

Сформированные группы критериев, с их весовыми коэффициентами, позволяют разработать интегральный критерий оценки и отбора перспективных промышленных предприятий. В качестве критерия, позволяющего учитывать производственные, социальные, экологические, экономические и другие факторы, значимые для предприятия и города, предлагается использовать интегральный коэффициент оценки конкурентоспособности промышленных предприятий.

Составляющие интегрального коэффициента оценки конкурентоспособности промышленных предприятий приведены в таблице 1.

Используя интегральный коэффициент оценки конкурентоспособности промышленных предприятий, можно оценивать различные промышленные предприятия и ранжировать их по значимости для города.

Если интегральный коэффициент конкурентоспособности промышленного предприятия меньше 2,5 баллов, то вряд ли целесообразна деятельность данного предприятия на территории города.

Если интегральный коэффициент конкурентоспособности промышленного предприятия находиться в диапазоне от 2,5 до 3,0 баллов, то оценивается целесообразность деятельности данного предприятия на территории города. Если принимается решение о целесообразности продолжение промышленной деятельности данного предприятия в черте города, то разрабатывается программа по выводу предприятия из кризиса и повышению его конкурентоспособности.

Таблица 1.

Интегральный коэффициент оценки конкурентоспособности промышленных предприятий

№ п/п	Наименование коэффициента	Задачи, характеризуемые коэффициентом	Значение веса коэффициента	Интервал значений коэффициента
1	Конкурентоспособность продукции (товара)	Сохранение лидирующих позиций в отрасли	0,2	1,0 — 5,0
2	Технический и технологический уровень производства	Соответствие производства мировому уровню	0,15	1,0 — 5,0
3	Инновационно-инвестиционная перспектива предприятия	Создание инновационной и инвестиционной привлекательности предприятия	0,1	1,0 — 5,0
4	Производственная составляющая	п.1 +п.2+ п.3	0,45	1,0 — 5,0
5	Обеспеченность кадрами	Повышения уровня профессиональной подготовки сотрудников	0,05	1,0 — 5,0
6	Социальная значимость	Повышение уровня занятости населения города	0,1	1,0 — 5,0
7	Экологическая безопасность	Снижение экологической загрязненности города	0,15	1,0 — 5,0
8	Социальная составляющая	п.5 + п.6+п.7	0,30	1,0 — 5,0
9	Экономическая составляющая	Экономическая выгода города от поступлений налогов	0,15	1,0 — 5,0
10	Сбытовая составляющая	Совершенствование системы сбыта продукции	0,1	1,0 — 5,0
11	Интегральный коэффициент оценки конкурентоспособности промышленных предприятий	п. 4 + п.8+ п.9+п.10	1,0	1,0 — 5,0

Если интегральный коэффициент конкурентоспособности промышленного предприятия находиться в диапазоне от 3,0 до 4,0 баллов, то деятельность данного предприятия на территории города скорее целесообразна, чем нет. Решение о выводе предприятия за черту города, в этом случае, должно приниматься исходя из учета дополнительных факторов, в частности: месторасположения предприятия, возможных перспектив развития и т.п.

Если интегральный коэффициент конкурентоспособности промышленного предприятия больше 4,0 баллов, то целесообразность промышленной деятельности данного предприятия в черте города не вызывает сомнений. Деятельность таких предприятий должна поощряться.

Рассмотрим пример расчета оценки конкурентоспособности предприятий.

В таблице 2 приведены результаты расчета оценки конкурентоспособности предприятий микроэлектроники.

В выборку были включены 4 предприятия: ОАО «Ангстрем»; ОАО «НИИ молекулярной электроники и завод Микрон» («НИИМЭ и Микрон»); ОАО «Владыкинский механический завод»; ФГУП «Государственный завод «Пульсар».

Из анализа таблицы 2 следует, что в рейтинге конкурентоспособности на первом месте стоит ОАО «Ангстрем», на втором — ОАО «НИИМЭ и Микрон», на третьем ФГУП «Государственный завод «Пульсар», на четвертом — ОАО «Владыкинский механический завод».

Первое место ОАО «Ангстрем» обусловлено постоянным ростом объемов производства при сокращении численности работников, высокой социальной значимостью (2200 чел.), большими объемами экспортных поставок, активной инновационной деятельностью, которая увеличивается ежегодно на 20%, участием предприятия в различных московских программах. Однако, у предприятия имеются проблемы в обеспеченности кадрами.

Второе место ОАО КО «НИИМЭ и Микрон» обусловлено высокой социальной значимостью (1500 чел.), ростом объемов выпуска продукции и ростом объемов экспорта при сокращении численности работающих. Однако, крупных инновационных проектов на предприятии не было, оборудование устаревшее и в настоящее время только готовится реконструкция старого производства. Проблем со сбытом нет.

Третье место ФГУП «Государственный завод «Пульсар» обусловлено тем обстоятельством, что при ежегодном росте объемов производства, а также росте объемов выпуска конкурентоспособной продукции доля экспорта у завода относительно невелика и составляет не более 3% от объема выпуска. Продукция завода конкурентоспособна на российском и на мировом рынке. Инновационная деятельность достаточно активная (ежегодный рост 5-10%), объемы инвестиций растут (на 30-40%). Износ производственных фондов составляет 72%, у завода имеются проблемы в обеспеченности кадрами. Имеются некоторые проблемы со сбытом продукции.

Таблица 2.

Интегральный коэффициент оценки конкурентоспособности промышленных предприятий

№ п/п	Наименование коэффициента	Значение веса коэффициента	Ангстрем	НИИМЭ и Микрон	Владыкинский механический завод	Завод Пульсар
1	Конкурентоспособность продукции (товара)	0,2	5	5	5	4
2	Технический и технологический уровень производства	0,15	4	4	3	4
3	Инновационно-инвестиционная перспектива предприятия	0,1	5	4	3	5
4	Производственная составляющая	0,45	2,1	2,0	1,75	1,9
5	Обеспеченность кадрами	0,05	4	4	3	4
6	Социальная значимость	0,1	5	5	4	5
7	Экологическая безопасность	0,15	5	5	5	4
8	Социальная составляющая	0,30	1,45	1,45	1,3	1,3
9	Экономическая составляющая	0,15	5/0,75	5/0,75	3/0,45	4/0,6
10	Сбытовая составляющая	0,1	5/0,5	5/0,5	4/0,4	4/0,4
11	Интегральный коэффициент оценки конкурентоспособности промышленных предприятий	1,0	4,8	4,7	3,9	4,2

Четвертое место ОАО «Владыкинского механического завода» обусловлено тем обстоятельством, что хотя объемы выпуска продукции возрастают на 20-25% в год и продукция завода конкурентоспособна и на российском, и на мировом рынке. Но в настоящее время экспортных поставок нет. На предприятии имеются кадровые проблемы, оборудование устаревшее, обновления основных фондов не было давно. Предприятие является экологически чистым, со сбытом проблем нет.

Проведенный анализ показывает, что предложенный метод оценки конкурентоспособности промышленных предприятий объективно оценивает конкурентоспособность предприятия и позволяет руководству города принимать управленческие решения на основе взвешенной оценки всех сопутствующих факторов.

Разработанная методика позволяет оценить конкурентоспособность промышленных предприятий города. РИСК

Библиографический список:

1. Адамов Н.А., Булеев А.И., Конкурентоспособность услуг на примере консалтинговой и лизинговой деятельности. — М.: Экономика и жизнь. 2011

2. Гордеев Д.С., Булеев А.И. Повышение конкурентоспособности товара на базе учета интересов всей цепочки: производитель — оптовое звено — потребитель. //РИСК. — 2012. — №1.

3. Милютина О.А., Булеев А.И. Развитие синергетического подхода в сфере рекреационных услуг // РИСК. — 2013. — № 1

4. Милютина О.А., Булеев А.И. Повышения эффективности консалтинговой деятельности в конфликтных ситуациях на основе использования синергетически-ориентированного подхода // РИСК. — 2013. — № 4

маркетинг и логистика

- новости
- аналитические материалы, статьи
- законодательство, нормативные акты, комментарии
- маркетинговые исследования

www.itkor.ru

К. Милорадов,
к.э.н., доцент кафедры гостиничного и туристического бизнеса,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Применение технологий ERP на предприятиях индустрии гостеприимства

Аннотация: рассмотрены концепция контроллинга и инструменты ее реализации в индустрии гостеприимства на основе информационных систем класса ERP, компоненты информационных систем класса ERP, показаны возможности ERP-систем для повышения эффективности деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: контроллинг, индустрия гостеприимства, информационная система ERP, повышение эффективности.

Annotation: the concept of controlling and the tools of it's implementation in the industry of hospitality based on ERP information systems, the components of ERP information systems are considered, ERP systems possibilities for the enterprises of hospitality business activity's efficiency increase are shown.

Keywords: controlling, the industry of hospitality, ERP information system, efficiency increase.

Одной из современных тенденций развития предприятий индустрии гостеприимства и туризма является усиление конкуренции ([2, 3, 5]). В условиях усиления конкуренции на рынке услуг гостеприимства возрастают требования к оперативности и качеству управления. Руководителям предприятий индустрии гостеприимства необходимо в оперативном режиме получать данные о состояния дел на предприятии и в его отдельных подразделениях. Информационной базы, формируемой на основе бухгалтерской отчетности, для этого недостаточно. В этих условиях возрастает роль контроллинга как одного информационно-аналитических инструментов поддержки принятия решений.

Анализ научных публикаций, посвященных развитию концепций контроллинга [1, 7, 8, 9], позволяет выделить следующие подходы к его рассмотрению:

— контроллинг рассматривается как концепция управления затратами;

— контроллинг рассматривается как информационное обеспечение управления на основе данных бухгалтерского и управленческого учета;

— контроллинг рассматривается как инструмент реализации бюджетирования, оперативного и стратегического планирования;

— контроллинг рассматривается как координирование системы принятия решений для достижения целей управления. .

В научной литературе [7, с. 45] приводятся различные определения этого термина:

— контроллинг — ориентированное на долгосрочное и эффективное развитие система информационно-аналитической, методической и инструментальной поддержки руководителей предприятия по достижению поставленных целей, обеспечивающая реализацию цикла управления по всем функциональным сферам и процессам посредством измерения ресурсов и результатов деятельности;

— философия и образ мышления руководителей, ориентированные на эффективное использование ресурсов и развитие предприятия в долгосрочной перспективе.

С точки зрения величины горизонта планирования деятельности предприятия рассматривается оперативный (на период до одного года) и стратегический контроллинг.

Практическая реализация концепции контроллинга невозможна без достижения достаточно высокого уровня информатизации предприятия индустрии гостеприимства ([4]). Такой уровень в целом обеспечивают современные системы управления предприятиями индустрии гостеприимства (Property Management Systems), в которых реализуются функциональные возможности информационных систем класса ERP.

В соответствии со Словарем APICS (American Production and Inventory Control Society), термин «ERP-система» (Enterprise Resource Planning — управление ресурсами предприятия) может употребляться в двух значениях. Во-первых, это — информационная система для идентификации и планирования всех ресурсов предприятия, которые необходимы для осуществления продаж, производства, закупок и учета в процессе выполнения клиентских заказов. Во-вторых (в более общем контексте), это — методология эффективного планирования и управления всеми ресурсами предприятия, которые необходимы для осуществления продаж, производства, закупок и учета при исполнении заказов клиентов в сферах производства, дистрибуции и оказания услуг . В качестве методологии и технологии управления ресурсами предприятия ERP больше распространена в производственной сфере, но находит все более широкое применение и в сфере услуг.

В [6] приводится такое определение ERP-систем: «ERP — это класс компьютерных систем управления предприятием, построенных на базе алгоритмов управления MRPII, а также позволяющих реализовать концепции TBB («точно вовремя») и теории ограничений. Современные ERP-системы также включают в себя модули синхронного планирования, CRM и решения для электронного бизне-

са». Концепция Just-In-Time («точно вовремя») и опыт ее реализации на производственном предприятии подробнее описаны в [11].

Теория ограничений представляет собой пример применения системного подхода к анализу деятельности предприятия или организации. В соответствии с теорией ограничений , любая организация рассматривается как система, состоящая из ресурсов, связанных между собой процессами, в которых они участвуют. Все эти ресурсы работают на достижение целей организации, причем достижение этой цели считается единственным критерием успеха или неудачи. При этом под ограничением («узким местом», «критическим ресурсом») понимается все то, что мешает системе на пути достижения своей цели (см. [6, 10]).

ERP — концепция согласованного решения задач учета, контроля, планирования и управления производственными и финансовыми ресурсами предприятия, называемая иногда также системой планирования ресурсов в масштабе предприятия. ERP-система — это модульная тиражируемая интегрированная информационная система управления, позволяющая создать единую среду для автоматизации планирования, учета, контроля, управления и анализа всех основных хозяйственных процессов предприятия, реализующая концепцию ERP.

Несмотря на недостаточную четкость определения самого термина «информационная система класса ERP», в качестве функциональных признаков таких систем отмечается, что информационные системы ERP являются интегрированными (используют единую корпоративную базу данных) и включают инструменты планирования и оптимизации операционной деятельности компании.

На российском рынке информационных систем класса ERP в отрасли «Туризм, гостиничный и ресторанный бизнес» (http://www.tadviser.ru) ведущее место занимают такие системы, как Epicor iScala (компания Epicor Software Corporation), Microsoft Dynamics Navision и Microsoft Dynamics Axapta (компания Microsoft), ERP-система «КОМПАС» (компания «Компас», РФ, Санкт-Петербург), информационные системы на базе программной платформы «1С:Предприятие 8» (компании 1С: Первый БИТ, 1С:Рарус), ERP-система компании «Корпорация Галактика».

Автоматизированная система управления предприятием Epicor iScala предназначена для подразделений и зависимых предприятий корпораций международного уровня, расположенных в разных странах, и для больших компаний местного или регионального уровня, для которых характерно наличие большого числа операций между подразделениями. В нее входят интегрированные системы управления ресурсами предприятия (ERP), снабжением, проектами, фондом заработной платы и другие, построенные на основе инфраструктуры Microsoft .NET и Web-сервисов

В состав информационной системы Epicor iScala могут входить программные пакеты (подсистемы):

— управление взаимоотношениями с клиентами;
— управление логистикой;
— управление обслуживанием;
— управление проектами;
— управление финансами;
— бизнес-аналитика;
— веб-портал предприятия.

На российском рынке широко распространены информационные системы на основе платформы «1С:Предприятие» с элементами функциональности ERP-систем, которые ориентированы в основном на малые и средние гостиничные предприятия. К их числу относится программный продукт «1С:Предприятие 8. Отель» компании «Рарус», который предназначен для автоматизации гостиниц, пансионатов, домов отдыха , а также «1С-Рарус: Управление отелем», «1С-Рарус: Управление санаторно-курортным комплексом», «1С:Предприятие 8. Ресторан», 1С-«Рарус: Управление рестораном».

Программа «1С:Предприятие 8. Отель» автоматизирует рабочие места: портье (администратора), менеджера отдела бронирования, супервайзера службы номерного фонда, менеджера службы бронирования конференц-залов, сотрудника планово-экономической службы.

«1С:Предприятие 8. Отель» интегрируется с «1С:Бухгалтерией», фронт-офисом ресторана, системами тарификации телефонных разговоров, Интернет, платного телевидения и позволяет построить единую учетную систему. В «1С:Отель 8» включены интерфейсы с оборудованием (контрольно-кассовыми машинами, электронными замками, платежными системами для авторизации кредитных карт).

В программе реализованы все необходимые отчеты: оперативные, аналитические и регламентированные. В число основных функциональных возможностей входят:

— учет загрузки номерного фонда;
— индивидуальное и групповое бронирование;
— взаиморасчеты с контрагентами;
— взаиморасчеты с гостями;
— бронирование ресурсов для мероприятия (конференц-залы и т.п.);
— планирование мероприятий и банкетов;
— размещение гостей;
— ведение журнала регистрации иностранных граждан;
— управление тарифами по дням недели, по сезонам;
— управление скидками;
— управление квотами номеров;
— управление службой номерного фонда, формирование заданий на уборку, планирование и контроль над выполнением работ в номерах;

— модуль онлайн бронирования;

— работа с кредитными картами через банковские терминалы;

— учет в одной базе данных любого количества гостиниц и корпусов;

— многоязычный интерфейс пользователя (русский/английский);

— печать документов из программы на разных языках;

— ведение учета от имени нескольких юридических лиц;

— возможность работы с разными валютами;

— подробный аудит действий пользователей системы;

— возможность построения распределенной мультигостиничной базы средствами управления распределенными информационными базами, включенными в платформу «1С:Предприятие 8».

Следует также отметить появление нового прикладного решения «1С:ERP Управление предприятием 2.0». «1С:ERP Управление предприятием 2.0» является комплексным решением, охватывающим основные контуры управления и учета, которое позволяет организовать единую информационную систему для управления различными аспектами деятельности предприятия. Оно охватывает управление финансами, в том числе инструменты бюджетирования, автоматизацию бухгалтерского и налогового учета, включает средства построения иерархической модели целей и целевых показателей деятельности предприятия, их мониторинга и анализа, управление персоналом и расчет заработной платы, улучшенные средства планирования и управления производством, средства управления продажами и закупками, управление складом и запасами. Благодаря использованию платформы «1С:Предприятие 8.3» улучшена производительность и масштабируемость системы, возможна работа с системой через Интернет, в режиме тонкого клиента или веб-клиента (через обычный интернет-браузер), в том числе в «облачном» режиме, с использованием планшетов и смартфонов под управлением iOS или Android.

Использование систем управления и комплексной автоматизации бизнес-процессов, обладающих функциональностью ERP-систем, позволяет гостиничным предприятиям решать задачи оперативного управление операционной деятельностью предприятия и получения данных о состоянии и результатах деятельности предприятия и его отдельных подразделений для формирования информационной базы управленческого учета.

ERP-системы, как правило, включают подсистему электронной коммерции B2B (business-to-business), позволяющую оптимизировать процесс взаимодействия между компанией и корпоративным клиентом.

В последнее время получают развитие «облачные», в частности, SaaS-версии информационных систем. SaaS (Software as a Service) — программное обеспечение как услуга — способ аренды информационной системы или компьютерной программы путем загрузки из сети Интернет без установки на компьютер пользователя. В этом случае пользователь не несет затрат, связанных с установкой и развертыванием программного обеспечения в корпоративной компьютерной сети, а оплачивает только время работы с приложениями информационной системы, установленной в сети Интернет. Использование «облачных» технологий для обработки корпоративных данных имеет как достоинства, так и недостатки. Часто в случае использования «облачных» сервисов происходит снижение затрат на IT-инфраструктуру, что позволяет использовать «облачные» информационные системы и небольшим по финансовым возможностям предприятиям индустрии гостеприимства.

Анализируя функционал информационных систем класса ERP, назначение корпоративных систем контроллинга и опыт их использования в отрасли, можно сделать вывод о том, что ERP-системы выступают в качестве инструмента реализации оперативного контроллинга.

Таким образом, внедрение технологий и инструментов контроллинга, в частности, на основе информационных систем класса ERP, является одним из важных направлений повышения эффективности управления предприятиями индустрии гостеприимства. **РИСК**

Библиографический список:

1. Вебер Ю., Шеффер У. Введение в контроллинг. Пер. с нем. / Под ред. и с предисл. проф., д.э.н. С.Г. Фалько. — М.: Изд-во НП «Объединение контроллеров», 2014. — 416 с.

2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Инфра-М, 2010. — 320 с.

3. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг, гостеприимство, туризм. ЮНИТИ, 2005. — 1063 с.

4. Милорадов К.А. Информационные технологии как фактор повышения эффективности деятельности гостиничного предприятия / Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития: сборник материалов I Международной научно-практической конференции / Под общ. редакцией С.С.Чернова. — Новосибирск: Издательство НГТУ, 2011. С. 233-236.

5. Мировой опыт развития индустрии гостеприимства / Под ред. проф. М.Ю.Лайко. М.: ГОУ ВПО «РЭА им. Г.В.Плеханова», 2008. — 512 с.

6. Питеркин С.В., Оладов Н.А., Исаев Д.В. Точно вовремя для России. Практика применения ERP-систем. 2-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2003. — 368 с.

7. Фалько С.Г. Контроллинг для руководителей и специалистов. М.: Финансы и статистика, 2008. — 272 с.

8. Фольмут Й.Х. Инструменты контроллинга от А до Я: пер. с нем. / под ред. и с предисл. М.Л.Лукашевича и Е.Н.Тихоненковой. М.: Финансы и статистика, 2001. — 288 с.

9. Хан Д. ПиК. Планирование и контроль: концепция контроллинга. М.: Финансы и статистика, 1997. — 800 с.

10. Goldratt E.M., Cox J. The Goal: A Process of Ongoing Improvement (Second Revised Edition), 1992.

11. Monden Y. Toyota Production System: An Integrated Approach to Just-In-Time (Third Edition). 1998. Engineering & Management Press, Norcross, Georgia.

Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

Институт ИТКОР – один из ведущих в России консалтинговых центров в области логистики, маркетинга и финансов – предлагает всем желающим программы дополнительного образования по программам:

- Профессиональная переподготовка
- Повышение квалификации
- Семинары
- Корпоративное обучение

Будущее за теми, кто обладает знаниями!

РЕКЛАМА

Контакты: тел.: (499) 156-75-41 / 152-18-23; e-mail: office@itkor.ru

Н. Мищенко,
к.э.н., доцент кафедры экономики и управления,
Камчатский государственный технический университет

Методические рекомендации по разработке стратегического плана деятельности предприятий

Аннотация: в работе предложена концепция стратегического планирования рыбохозяйственных предприятий. Рассмотрены этапы формирования стратегического плана, особенности стратегического анализа предприятий рыбной отрасли.

Ключевые слова: стратегический план, факторы внешней и внутренней среды.

Annotation: the paper presents the concept of strategic planning of fishery enterprises. The stages of formation of a strategic plan, especially the strategic analysis of fisheries.

Keywords: strategic plan, factors external and internal environment.

Составление стратегического плана предприятия является довольно сложным творческим процессом, требующим высокой квалификации исполнителей. Прежде всего, оно базируется на прогностической оценке условий осуществления предпринимательской деятельности (его климата) и конъюнктуры трудового, товарного и финансового рынков как в целом, так и в разрезе отдельных его сегментов, что является довольно трудоемким процессом. Сложность этого процесса заключается в том, что при формировании стратегического плана деятельности предприятия идет общий поиск и оценка возможных управленческих решений, наиболее полно соответствующих имиджу предприятия, его целям и задачам. Определенная сложность состоит в том, что он не является неизменным, а требует периодического уточнения, адаптации с учетом меняющихся внешних условий и новых возможностей развития предприятия. Нами предлагается концепция стратегического планирования рыбохозяйственных предприятий:

1. целеполагание и выработка плановых ориентиров, нацеленных на получение высокой и устойчивой прибыли;

2. изучение потребностей, создание и вывод продукта на рынок, определение необходимого объема производства в соответствии с конъюнктурой рынка, создание и совершенствование каналов распространения и продвижения продукции, а также ценообразование;

3. разработка и реализация научно-технической политики в области создания новой конкурентоспособной продукции и совершенствование средств технологического оборудования, обеспечивающего максимально возможное соответствие технического уровня производственных фондов предприятия требованиям гибкого регулирования на изменение целей и ориентиров;

4. организация эффективного производственного процесса на основе оптимального сочетания факторов производства, выявление и реализации резервов;

5. создание, сохранение и изменение финансовых ресурсов предприятия, а также определение их оптимального использование для достижения поставленных целей (включая инвестиционную деятельность);

6. обеспечение нормального воспроизводства рабочей силы и сохранение нормального микроклимата;

7. совершенствование организационной и производственной структуры для обеспечения максимально возможного соответствия системы управления требованиям непрерывного повышения эффективности использования материальных, трудовых, финансовых и информационных ресурсов предприятия;

8. природоохранная деятельность.

Разработка стратегии деятельности предприятия предполагает определение места и роли предприятия в прогнозируемом периоде в экономике регионов, в экономике страны и рыбного хозяйства в целом; формирование целей и разработку задач по реализации этих целей; установление научно-технических, экономических, социальных, внешнеэкономических, экологических и других угроз и возможностей, реализация которых должна обеспечить решение перспективных задач; определение предпосылок развития предприятия в перспективе; выявление и оценку факторов, которые могут оказать существенное влияние на реальность и эффективность решения задач; формирование возможных сценариев и вариантов развития предприятия, их оценку и выбор наиболее рациональных.

Исходной предпосылкой формирования стратегического плана рыбохозяйственного предприятия является общая стратегия развития объединения, союза, ассоциаций, которая, в свою очередь, должна быть увязана со стратегией развития экономики региона, отрасли и страны в целом [1]. По отношению к ним стратегия деятельности рыбохозяйственного предприятия носит подчиненный характер и должна согласовываться с ними по целям, этапам и временным периодам реализации. При этом стратегия деятельности предприятия должна рассматриваться как один из главных факторов обеспечения эффективности развития объединения, союза, ассоциации малого

предпринимательства в соответствии с избранной ими общей стратегией развития.

В методическом плане формирование стратегического плана можно представить в виде двух основных блоков вопросов:

1) установление этапов процесса формирования стратегии и обеспечение их взаимосвязи;

2) формализация решения задач на каждом этапе.

Анализ и обобщение результатов исследований и разработок в области стратегического планирования, прогнозирования развития рыбного хозяйства и смежных отраслей агропромышленного комплекса позволяют нам весь процесс формирования стратегии рыбохозяйственных предприятий условно представить в виде двух взаимосвязанных и взаимообусловленных этапов: анализа и планирования. Эта комбинация является необходимой предпосылкой для научной разработки и обоснования целей развития предприятия в будущем. При этом анализ выступает в качестве исходного пункта планирования. Анализ осуществляется путем качественных оценок и количественных определений, основывается на оценках тенденций и закономерностей, объективно вытекающих из развития изучаемых явлений, их прошлого и настоящего. Однако такое управление будет эффективным при наличии соответствующей информации не только о будущих параметрах развития экономики предприятия, но и о факторах, положительно или отрицательно влияющих на ее развитие. Точность, надежность, достоверность, эффективность управленческих решений, принимаемых в процессе реализации стратегических целей, в большей степени определяются той исходной информацией, теми результатами исследований, которые будут получены в процессе анализа деятельности предприятия, выступающего в качестве объекта управления, и в последующем должна быть заложена в модель развития предприятия в будущем. Поэтому анализ производственной деятельности предприятия является одним из решающих этапов формирования стратегии, без которого невозможно эффективно использовать весь аппарат стратегического менеджмента.

Действенность, эффективность проведения анализа зависит, прежде всего, от степени его соответствия предъявляемым к нему требованиям: комплексности, реальности, объективности, непрерывности. Важнейшей составной частью стратегического анализа предприятия является диагностика внешней среды, и в первую очередь оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия. Это позволяет при формировании стратегии в перспективе избежать постановки непродуманных целей и принятия вследствие этого ошибочных управленческих решений. При установлении сильных и слабых сторон обращается внимание на выявление тех отраслей деятельности, в которых предприятие превосходит конкурентов или существенно отличается от них, на установление сфер деятельности, нуждающихся в улучшении. При проведении этой работы, как правило, делается попытка определить наиболее отличительные черты, которые часто называют сильными сторонами деятельности предприятия, развивая которые можно получить преимущественно в конкуренции с другими предприятиями [2]. Состав слабых и сильных сторон, перечень и содержание вопросов, с помощью которых осуществляется анализ слабых и сильных сторон, как показывает отечественная и зарубежная практика, могут существенно отличаться в зависимости от направления деятельности, отраслевых особенностей, временного периода. При этом используется принцип сопоставимости показателей по составу, содержанию, периоду времени, методике расчета. Сталкиваясь с конкуренцией, предприятие должно обеспечить такой уровень компетенции по концепции товара, на которой базируется его деятельность, качеству, цене, финансам, торговле (методам коммерческой работы), послепродажному обслуживанию, внешней политике, предпродажной подготовке.

Количество областей деятельности и содержание направлений в зависимости от специфики рассматриваемой предпринимательской деятельности может изменяться. Оценка сильных и слабых сторон может осуществляться отдельно как в рамках внутреннего и внешнего рынков, так и в комплексе.

Таким образом, в процессе анализа деятельности предприятия, являющегося началом разработки стратегии, по сути, определяются рыночные ниши для предприятия, его продукции, услуг. Сегодня для любого российского предприятия важнейшей задачей становится оценка конкурентоспособности производимого им товара и оказываемых услуг. При этом важно не только исходить из реальных и предполагаемых в перспективе изменений характера спроса на конкретные виды товаров, но и знать и ориентироваться на отраслевые и территориальные сдвиги в структуре производства и сбыта.

Важнейшим результатом исходного этапа стратегического анализа, является выявление факторов и условий, обеспечивающих развитие предприятия, оценка воздействия их на результативность отдельных направлений деятельности, формирование проблем развития предприятия и выявление предпосылок их решения.

Высокий уровень интеграции рыбохозяйственных предприятий, тесная связь их с Мировым рыболовством, непосредственная зависимость их экономики от природной среды делают одной из важнейших задач стратегического анализа изучение основных факторов и условий развития предприятия в ретро – и перспективе.

С точки зрения оценки результатов деятельности предприятия, и воздействия их на параметры его функционирования все факторы можно подразделить по степени отношения к производству, способу влияния, природе образования, степени отражения явления, широте распространения, степени ранжирования, периодичности воздействия, степени охвата, месту возникновения, характеру оценки и по содержанию [3]. Под условиями понимаются обстоятельства, обстановка, среда. Как и факторы, они могут классифицироваться по приведенным выше признакам.

Состав и методы оценки факторов и условий будут определяться специфическими особенностями деятельности предприятия, целью и уровнем иерархии проводимого анализа.

Результаты анализа и обобщения отечественного и зарубежного опыта в области прогнозирования рыбного хозяйства позволили сформировать группу основных факторов, определяющих специфику развития рыбохозяйственных предприятий в перспективе, к ним относят: сырьевую базу, рынки товаров, труда и финансов, научно-технический прогресс, внешнеэкономические связи, международное научно-техническое сотрудничество, законоположения. Для более широкого изучения деятельности предприятия круг исследования факторов может быть расширен.

Выявленные факторы и условия, обусловливающие развитие предприятия, а также оценка их воздействия на их поведение, в последующем должны позволить сформулировать главные проблемы развития предприятия и определить основные предпосылки их решения.

Все проблемы, связанные с развитием предприятий рыбного хозяйства, можно условно подразделить на внутренние и внешние. Решение внутренних проблем в основном зависит от усилий коллектива предприятия, форм и методов хозяйствования, применяемых ими, наличия и состояния производственных ресурсов (трудовых, материальных, финансовых), а также политики, проводимой руководством предприятия в области совершенствования системы управления деятельностью предприятия, научно-технического прогресса, использования сырьевых, материальных, трудовых и финансовых ресурсов, социального развития.

Внешние проблемы определяют окружающую среду предприятия. Они определены необходимостью использования общих водных биологических ресурсов, транспортной системы, производственной и непроизводственной инфраструктуры, потребностью выхода на рынки труда, товаров, финансов, требованиями системного и комплексного развития экономики регионов в целом и отдельных ее отраслей, в том числе рыбного хозяйства, участием государства в управлении предпринимательской деятельностью, в том числе малых предприятий в рыбном хозяйстве.

В заключение стратегического анализа осуществляется изучение предпосылок развития предприятия, принципиальной возможности решения выявленных проблем в перспективном периоде.

Результаты изучения проблем на рыбохозяйственных предприятиях, исходя из отраслевых особенностей, а также требований рыночной экономики, позволили нам разработать основные предпосылки, которые целесообразно оценить в процессе проведения стратегического анализа. К ним относятся: природные, ресурсные, рыночные, экономические, социальные.

Природные предпосылки характеризуются климатическими условиями, возможностью организации промысла в течение всего года, расположением основных районов относительно базовых портов и обрабатывающих комплексов, состоянием водных биологических ресурсов, возможностью организации воспроизводства водных биологических ресурсов в районах промысла судов предприятия. То есть, по сути, природные предпосылки определяют сырьевую базу предприятия и перспективы ее развития.

В составе ресурсных предпосылок рассматриваются, прежде всего, наличие и состояние производственного потенциала: промыслового флота, основной береговой материально-технической базы и ее производственной инфраструктуры, трудовых и финансовых ресурсов. Важнейшими для малого предпринимательства являются рыночные предпосылки.

Их изучение предполагает оценку возможностей проникновения предприятия на отечественные и зарубежные рынки товаров, труда и финансов, направлений и степени участия государства в становлении и развитии рыночной экономики страны.

Экономические предпосылки развития рыбохозяйственных предприятий проявляются в соответствии уровня адаптации организационных форм предприятия требованиям рыночных отношений, в его финансовом состоянии, в наличии, глубине и эффективности технологических и экономических связей в регионе, отрасли и стране в целом, в уровне развития и углубления международной специализации и кооперирования.

Социальные предпосылки обусловлены наличием и уровнем градообразующего характера предприятия в регионе и соответствующей жизненно важной необходимостью продолжения функционирования предприятия в районе его расположения; сложившейся на нем социальной инфраструктуры, направленной на обеспечение потребностей как работников предприятия и их семей, так и населения, проживающего в этих же районах, социально-бытовыми услугами.

Второй этап формирования стратегии рыбохозяйственных предприятий предполагает:

1) формулирование стратегических целей и постановку задач по реализации этих целей;

2) формирование сценариев и определение возможных вариантов развития предприятия;

3) оценку ресурсных возможностей реализации сценариев и вариантов развития предприятия;

4) определение эффективности функционирования предприятия при различных сценариях и вариантах развития и выбор рациональных.

К стратегическим целям предприятия предъявляются определенные требования: во-первых, выбираются только реально достижимые в рассматриваемый период цели: во-вторых, цель должна быть количественно измерима, что дает возможность контролировать и анализировать ее выполнения; в-третьих, установление целей предполагает определенную иерархию. То есть, стратегическая цель предприятия должна исходить, прежде всего, из системы целей общей стратегии развития экономики региона, его рыбохозяйственного комплекса, экономики рыбного хозяйства и страны в целом. В свою очередь, от стратегической цели предприятия должно распространяться дерево так называемых опосредующих конкретных целей, без осуществления которых стратегическая цель не может быть достигнута. Эти конкретные цели и определяют направления деятельности отдельных подразделений предприятия.

Главной целью любого предприятия в рыночных условиях является повышение прибыльности на основе реализации современных рыночных технологий, которая может быть достигнута не только через повышение конкурентоспособности продукции, но и через грамотное производственное планирование. Все рассмотренные стратегии направлены на решение ряда организационно-технических вопросов, проектно-конструкторских, производственно-сбытовых, кредитно-финансовых, инвестиционных и кадровых вопросов, в комплексе обеспечивающих эффективную производственную деятельность предприятий [4].

Чаще всего, одна цель не может быть поставлена и достигнута вне зависимости от других. Конкретные частные цели могут служить средством для достижения других, более высоких для данного текущего момента. Так, конкретная цель – обеспечение дополнительных капитальных вложений на техническое перевооружение обрабатывающих предприятий – может быть средством для стабилизации и снижения издержек на рыбохозяйственных предприятиях; снижения импорта рыбных продуктов питания; поддержания занятости и хозяйственной конъюнктуры в данном регионе; снятия в этих районах социального напряжения, вызванного угрозой закрытия предприятия; оказания давления на цены других предприятий и организаций.

Социально-экономическая ситуация, в которой оказались сегодня рыбохозяйственные предприятия, характеризуется изменчивостью условий. Следовательно, на основании проведенного анализа можно предложить следующие мероприятия, позволяющие эффективно реализовывать стратегию развития предприятия.

1. Включение в систему существующих плановых заданий, направленных на достижение стратегических целей. Использование системы планов позволяет наладить связь между стратегическим и оперативным планированием, что предполагает ликвидацию такого существенного недостатка, как недостаточная коммуникация стратегических целей в оперативные сферы деятельности.

2. Группировка мероприятий в различные целевые программы.

3. Разработка целевых программ на среднесрочную перспективу.

4. Разработка комплексных программ на долгосрочную перспективу. Формирование таких программ позволяет осуществлять интеграцию всех стадий научно-технического цикла, объединять деятельность различных организаций. **РИСК**

Библиографический список:

1. Хорин А.Н. Стратегический анализ: учебное пособие /А.Н. Хорин, В.Э. Керимов. – М.: Эксмо, 2009. — 480 с.

2. Любанова Т. П.. Стратегическое планирование на предприятии / Т.П. Любанова, Л.В. Мясоедова, Ю.А. Олейникова. – М.: ИКЦ «МартТ»; Ростов на Дону: Издательский центр «МарТ», 2005. – 400 с.

3. Коломийцев Ф.И. Методические рекомендации по разработке программы развития рыбохозяйственного комплекса Камчатской области на период до 2010 года / Ф.И. Коломийцев, Ю.А. Шпаченков. – Петропавловск-Камчатский.: КамчатГТУ, 2002. – 118 с.

4. Методические аспекты формирования производственной стратегии предприятий рыбной отрасли в условиях риска / Мищенко Н.Г. //Вестник Камчатского государственного технического университета. — Петропавловск-Камчатский: КамчатГТУ. – 2012. – № 19. – С. 70-78.

И. Лукаш,
аспирант кафедры экономики городского хозяйства и сферы обслуживания,
Московский университет имени С.Ю. Витте

Направления повышения эффективности функционирования российских предприятий теплоэнергетики в городском хозяйстве

Аннотация: в статье рассматриваются основные направления повышения эффективности функционирования теплоэнергетических предприятий. В условиях развития экономической системе требуется дополнительное количество ресурсов, необходимых для воспроизводственного процесса. Одним из таких наиболее значимых ресурсов являются энергоресурсы. Однако на сегодняшний день этот фактор производства связан с определенным рядом проблем, которые необходимо решать для получения положительного экономического эффекта.

Ключевые слова: энергоресурсы, энергодефицит, энергоэффективность, энергосервисные услуги, инвестирование.

Annotation: the article considers the main ways of increasing the efficiency of the thermal power plants. With the development of the economic system requires additional resources required for the reproduction process. One of these resources is the most important energy resources. To date, however, this factor is associated with the production of a certain number of problems that must be addressed to achieve a positive economic effect.

Keywords: energy, power shortage, energy efficiency, energy services, investment.

Одной из основных задач развития российской экономики на современном этапе является обеспечение стабильного экономического роста, который должен происходить не только высокими темпами, но и со структурными изменениями самой экономики. С социально-экономической точки зрения рост в экономике невозможен, если не обеспечивает повышения качества жизни населения, не решает проблем социальной дифференциации, безработицы, экологической безопасности окружающей среды и других. На сегодняшний день основными и приоритетными целями хозяйствующих субъектов должны быть не только финансовая прибыль и капитализация предприятия, но и социальные цели — развитие человеческого капитала, безопасность жизни и здоровья потребителей, забота об окружающей среде и т.п.

Современное состояние экономики России обусловлено воздействием большого количества факторов внутренней и внешней среды. Даже в условиях минимального роста экономической системе требуется дополнительное количество ресурсов, необходимых для воспроизводственного процесса. Одним из таких наиболее значимых ресурсов являются энергоресурсы. Однако на сегодняшний день, этот фактор производства связан с определенным рядом проблем, которые необходимо решать, для получения положительного экономического эффекта.

На данный период времени стало очевидным, что спрос на энергоресурсы, а точнее на электричество и тепло, гораздо выше предложений обеспечения данных ресурсов, и потребности современной отечественной экономики, равно как и жилищно-коммунальных хозяйств непреклонно возрастают. Существующее явление энергодефицита, как объективная проблема вполне реальна. Энергодефицит приводит к сокращению возможностей промышленных предприятий, потому разрешение данной проблемы стало приоритетной задачей, стоящей перед Правительством страны и региональными органами власти. Дефицит выработки электроэнергии, сокращение возможностей энергоснабжения населения на сегодня обусловлен неэффективной работой по их генерации. Кроме того, отмечается низкий коэффициент полезного действия производства, недостаточный для современных экономических условий. Несомненно, способствует этому неизбежный процесс устаревания, как с физической, так и с моральной точки зрения, вырабатывающего энергию оборудования. Подавляющая часть функционирующих на данный момент отечественных электростанций, а также систем распределения энергии была введена в эксплуатацию еще в 60-70-е годы прошлого века. Кроме того, объем выработки ресурсов данных предприятий электроэнергетики составляет выше 60% в каждом отдельном случае. Данный аспект приводит к тому, что современная российская энергетика оказывается в зоне особого риска, не исключены поломки и аварийные ситуации, которые с каждым годом будут только учащаться[1].

В условиях модернизации отечественной экономики особую роль приобретает процесс развития энергетических предприятий, как основного элемента национальной ресурсной системы России, обеспечивающего полноценную жизнедеятельность населения. Одним из показателей деятельности энергетических предприятий является энергоэффективность. Под этим понятием можно определить процесс технологического,

1 Современные проблемы развития ТЭЦ // Информационный потрал «Энергостанции России» 2013. URL: http://www.nrk-energomash.ru/teplo/112-sovremennye-problemy-razvitiya-tec.html (дата обращения 10.05.2014).

Таблица 1

Мероприятия по снижению уровня рисков инвестирования в теплоэнергетические предприятия РФ.

Риск	Описание риска	Мероприятия, проводимые собственниками предприятий
Инфляционные риски	Потеря в реальной стоимости дебиторской задолженности при существенной отсрочке или задержке платежа; Обесценивание активов, размещенных в денежных средствах.	Мониторинг, анализ и учет макроэкономических факторов при планировании деятельности; Переход на прямые расчёты с потребителями.
Рост дебиторской задолженности	Дефицит денежных средств для реализации в полном объеме ремонтных и прчих программ; Невыполнение собственных обязательств перед кредиторами по оплате за ресурсы.	Постоянный мониторинг платежной дисциплины потребителей тепловой энергии с целью своевременного принятия мер по недопущению увеличения дебиторской задолженности.
Изменение налогового законодательства; требований по лицензированию	Изменение ставок налога; Введение новых видов налога; Изменение требований по лицензированию.	Мониторинг изменений налогового законодательства; Мониторинг судебной и административной практики; Мониторинг требований по лицензированию.
Производственные риски	Технические риски, связанные с эксплуатацией оборудования; Совершение ошибок оперативным персоналом; Нарушение диспетчерского графика и дисциплины.	Страхование персонала, имущества, транспорта, гражданской ответственности; Пополнение запасов материалов, топлива, запчастей; Проведение мероприятий по повышению надежности энергосистемы.

экономического и инновационного развития рынка энергетических ресурсов, энергетических коммуникаций, а также генерирующих предприятий, которые в совокупности, позволяют получать населению и предприятиям качественный продукт. Повышение энергоэффективности должно проходить комплексно, предполагая проведение централизованных мероприятий, которые охватили бы весь технологический процесс производства, предачи и потребления энергии[2].

Здесь следует сказать о энергосервисном рынке и услугах по оказанию энергетического сервиса. Энергосервисные услуги — одно из важных направлений повышения энергетической эффективности организации. Ключевая задача — поддержка работоспособности систем электроснабжения, водоснабжения, теплоснабжения, газоснабжения, в оптимизации потребления энергоресурсов, а также в обеспечении энергетической безопасности предприятия[3].

При проведении энергосервисных мероприятий, в качестве оборудования могут выступать как отдельные счетчики, так и крупные автоматизированные системы, охватывающие значительное число конечных потребителей. На сегодняшний день происходит активное развитие энергосервисного рынка вследствие активных модернизационных преобразований в энергетической промышленности. Успешная реализация комплекса энергосервисных услуг может повлиять на достижение следующих социально-экономических задач:

♦ контроль реального количества энергоресурсов, оплаченного поставщику;

♦ поддержание работы систем отопления и водоснабжения в оптимальном режиме;

♦ экономия финансовых средств на оплату ресурсов;

♦ создание системы стимулов для рационального использования энергоресурсов.

Все из вышеперечисленных задач связаны с практическими направлениями повышения энергоэффективности и имеют прикладной характер. Благодаря целенаправленной реализации данных мероприятий постепенно развивается рынок энергоресурсов, происходит процесс согласованного межотраслевого развития[4].

Основой повышения эффективности промышленного производства является система управления. Если структура управления неэффективна, то и самое совершенное оборудование и техника не может использоваться с максимальной экономической отдачей.

Поскольку в сфере городского хозяйства теплоэнергетические предприятия в основном находятся в муниципальной собственности, то возникает вопрос, связанный с эффективностью используемого имущества, а также финансированием таких предприятий.

Дефицитность муниципальных бюджетов, большая нагрузка по дотациям и субсидиям способствует тому, что собственник не может обеспечивать оптимальное воспроизводство муниципального имущества, и как следствие, наладить надежное электро- и теплоснабжение.

Унитарное предприятие имеет меньшую эффективность с экономической точки зрения. Постоянный уровень оплаты труда приводит к уменьшению производительности такого пред-

2 Теплышев В.Ю. Концептуальные основы инновационного развития энергетической системы России на базе развития энергосервисного рынка в контексте формирования умных сетей // Вольное экономическое общество России. – 2011. – том 155 . – С. 14.

3 Энергосервис // Экспертный портал по вопросам энергосбережения эффективности 2014. URL: http://gisee.ru/energy_service/ (дата обращения 10.05.2014).

4 Теплышев В.Ю. Концептуальные основы инновационного развития энергетической системы России на базе развития энергосервисного рынка в контексте формирования умных сетей // Вольное экономическое общество России. – 2011. – том 155 . – С. 16.

приятия, поскольку отсутствуют мотивационные составляющие для работников. Кроме того важен тот факт, что на предприятиях с такой организационно-правовой формой, имущество может быть задействовано в целях извлечения личной выгоды, наблюдается воровство, присутствует высокий уровень бюрократии.

Эффективное функционирование и развитие энергетических предприятий городского хозяйства не может происходить без инвестиций, которые в свою очередь должны сопровождаться благоприятной экономической и правовой обстановкой. Высокий уровень политической нестабильности, зависимость от бюджетных средств, большой износ основных фондов делают инвестиции в такие предприятия неоправданно рискованными и непривлекательными[5].

Для снижения уровня инвестиционных рисков можно предложить мероприятия, представленные в таблице 1.

Как видно из данной таблицы, с помощью организационных мероприятий, проводимых собственниками предприятий, можно создать устойчивую систему мониторинга за основной производственной деятельностью, уменьшив тем самым уровень рисков по инвестированию в данной сфере.

Таким образом, для устойчивого и планомерного развития национальной экономики требуется непрерывное и комплексное развитие многих отраслей. Деятельность предприятий энергетического комплекса является составной частью такого развития, обеспечивая основу существования и полноценной жизнедеятельности населения, крупных предприятий, малого бизнеса, экономики РФ в целом. **РИСК**

Библиографический список:

1. Теплышев В.Ю. Концептуальные основы инновационного развития энергетической системы России на базе развития энергосервисного рынка в контексте формирования умных сетей // Вольное экономическое общество России. — 2011. — том 155 . — С. 13-18.

2. Мустафина Е.С. Совершенствование управления предприятиями малой теплоэнергетики: диссертация кандидата экономических наук: 08.00.05. — Новосибирск, 2005. — 190 с.

3.Энергосервис // Экспертный портал по вопросам энергосбережения эффективности 2014. URL: http://gisee.ru/energy_service/ (дата обращения 10.05.2014).

4. Современные проблемы развития ТЭЦ // Информационный потрал «Энергостанции России» 2013. URL: http://www.nrk-energomash.ru/teplo/112-sovremennye-problemy-razvitiya-tec.html (дата обращения 10.05.2014).

Институт исследования товародвижения
и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

Журналы для профессионалов

«Конъюнктура товарных рынков»

Обзор состояния и развития товарных рынков и актуальных вопросов товародвижения, маркетинга и логистики.

«РИСК:
Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция»

Теоретическое и научно–практическое аналитическое издание, публикующее результаты исследований по широкому кругу проблем экономики, связанных с логистикой, рыночной конъюнктурой, финансами
и информационным обеспечением управления.

Журнал включен в перечень ВАК.

ПОДПИСКА

В редакции: (499) 152-86-94
sales@itkor.ru

Через интернет-каталог «Российская периодика»: www.arpk.org

В любом отделении почтовой связи:
■ по объединенному каталогу «Пресса России»;
■ по каталогу Агентства «Роспечать» – «Газеты. Журналы».

5 Мустафина Е.С. Совершенствование управления предприятиями малой теплоэнергетики: диссертация кандидата экономических наук: 08.00.05. – Новосибирск, 2005. – 88 с.

Сущность и особенности гостиничного качества

Р. Гареев,
старший преподаватель кафедры гостиничного и туристического бизнеса,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Аннотация: цель статьи – рассмотреть специфические особенности гостиничного качества. Выявить требования, стандарты и документы, которые устанавливают и регулируют гостиничное качество. Проанализировать систему управления качества и установить ее основные элементы и влияние на качество обслуживания в отелях.

Ключевые слова: качество, гостиница, система, стандарт, контроль.

Annotation: the purpose of article is to consider specific features of the hotel quality, to identify requirements, standards and documents that regulate the quality of hospitality, to analyze the quality management system and establish basic elements and the impact on the quality of service in hotels.

Keywords: quality, hotel, system, standard, control.

В настоящее время залогом коммерческого успеха любого гостиничного предприятия становится умение его руководства и сотрудников предугадать любое желание потенциального клиента и исполнить его. Исполнить — значит предоставить качественную услугу в краткий промежуток времени, удовлетворяющую всем пожеланиям потребителя [15, С.5].

Существует три современных подхода к определению качества гостиничных услуг.

Во-первых, качество предполагает точное определение потребностей клиентов для их последующего выполнения. В гостиничном обслуживании главное — удовлетворить все потребности гостей. Предложение конкретных услуг и постоянная работа над повышением их качества позволяет достигать конкурентных преимуществ на гостиничном рынке.

Второй подход предполагает, что качество это не только оказание услуг и выполнение желаний клиентов, а также их правильное предоставление. Если услуги будут оказываться, но сотрудники гостиницы будет предоставлять их недоброжелательно, то, скорее всего, удовлетворения от подобных услуг клиент не получит.

В-третьих, гостиничное качество должно быть постоянным. Однотипные услуги должны оказываться многократно, сохраняя при этом постоянное качество. Гость, регулярно останавливающийся в одном и том же отеле, не должен видеть значительной разницы между услугами, оказанными в первый раз, и во все последующие посещения отеля [2, С. 43].

Организация обслуживания в гостиничном предприятии — это процесс создания условий, включающих в себя подготовку персонала, различной документации, техники, рабочих мест и внутреннего оформления предприятия согласно выбранной концепции для оказания услуг проживания, питания, телефонной связи, интернет-связи, оздоровительных и лечебных процедур и других, как входящих в стоимость проживания, так и оказываемых за дополнительную плату, направленных на удовлетворение личных и общественных потребностей гостей.

Гостиничное качество состоит из двух взаимосвязанных составляющих: качества обслуживания и качества услуг [1, С.35].

Качество обслуживания — это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей гостей [12, С.150].

Качество обслуживания в гостиничном предприятии — это совокупность потребительских свойств гостиничных услуг, отражающих удовлетворение индивидуальных потребностей гостей, как в процессе производства услуги, так и в процессе обслуживания.

Качество обслуживания является одним из самых важных показателей работы любой гостиницы.

Известный маркетолог Ф. Котлер в одной из своих работ отметил, что «наиболее важный способ улучшения качества обслуживания состоит в том, чтобы установить стандарты обслуживания и его цели, а затем обучить этому служащих и управленцев. Эти стандарты должны непрерывно повышаться. Служащие, которые предоставляют хорошее обслуживание, должны вознаграждаться».

Качественная услуга — это услуга, предоставляемая сотрудниками гостиничного предприятия, в соответствие с ее назначением, соответствующая эстетическим, правовым и технологическим нормам, ожиданиям потребителей, способная удовлетворить их запросы и потребности во время пребывания в гостинице.

Зачастую каждый потребитель гостиничной услуги оценивает процесс организации обслуживания, его качество с тем, что он ожидал получить. Оценка, прежде всего, зависит от опыта общения с производителями гостиничных услуг; от знания процесса обслуживания; информации, полученной из СМИ, рекламы, журналов; личных желаний; бренда отеля [6, С.27].

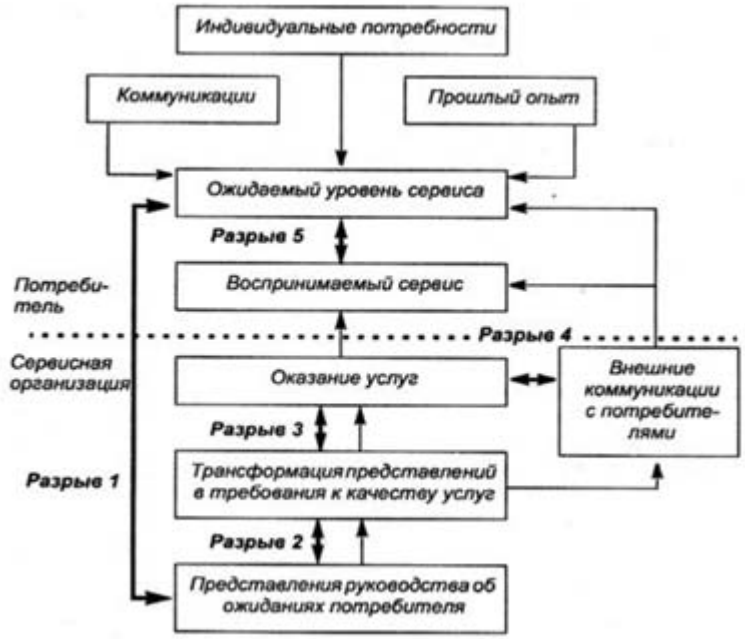

Рис. 1. Модель качества услуг.

В гостиничном бизнесе широкое применение получила модель качества обслуживания — пятиступенчатая модель А. Парасурмана, В. Зейтамля, Л. Бери. Данная модель определяет качество обслуживания с точки зрения удовлетворения ожиданий потребителей. По мнению авторов модели, первым шагом в обслуживании является знание того, чего ожидает клиент и какая непредвиденная ситуация может возникнуть в процессе его обслуживания. Структура этой модели предполагает наличие пяти ступеней, которые представлены на рис. 1.

Ступень 1. Ожидания потребителя и реакция руководства. В ряде случаев руководители не понимают пожелания клиентов и не могут полностью удовлетворить их потребности.

Ступень 2. Восприятие руководства и спецификации качества обслуживания. Данная ступень проявляется в ситуациях, когда менеджеры знают, чего хотят их гости, но неспособны или не желают развивать системы, которые это обеспечат.

Ступень 3. Спецификации качества обслуживания и предоставления услуг. На данном этапе осуществляется непосредственное обслуживание, когда руководство понимает, какие потребности есть у клиентов, и разрабатывает соответствующие методики для их выполнения, но персонал неспособен или не желает предоставить такой уровень сервиса [10, С.135].

Ступень 4. Предоставление обслуживания и внешние связи. Существует множество примеров, когда гостиничное предприятие обещает людям больше, чем может им реально предоставить. Причины такого несоответствия могут быть самые разные — от недостоверности рекламы услуг до стремления к минимизации издержек.

Ступень 5. Ожидаемый уровень сервиса и восприятие предоставленного обслуживания. Ожидаемое качество — это то, что гость ожидает получить от размещения в том или ином отеле. Предоставленное качество это то, что гость чувствует на самом деле. Если гость получает меньше, чем ожидал, то остается неудовлетворен [10, С.137].

ГОСТ Р 50691-94 определяет качество гостиничной услуги как совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителей.

В рамках нормативно-правовой документации, наряду с пониманием качества, существует несколько точек зрения на содержание понятия «качество гостиничной услуги».

Качество понимается как комплекс свойств и особенностей гостиничной услуги, которые вызывают удовлетворение потребителя, и как отсутствие недостатков, усиливающее чувство удовлетворения у клиента. Данный тип качества увеличивает издержки. Потребители должны быть согласны оплатить повышенные затраты на дополнительные особенности и свойства услуги, либо эти особенности должны делать потребителей более лояльными и расположенными к ее приобретению [3, С.61].

Второй тип качества рассматривается как техническое и функциональное качество. Техническое качество — это то, с чем остался клиент после взаимодействия с сотрудниками гостиниц [14, С.54]. Функциональное качество — это сам процесс предоставления гостиничных услуг, во время которого потребители проходят множество этапов в их взаимодействии с персоналом отеля. Функциональное качество может улучшить впечатление клиента от номера или услуги, которые не оправдали его ожидания [8, С.91].

Четвертый тип качества — общественное (этическое) качество. Это качество убеждения, которое не может быть оценено потребителем перед покупкой, и в большинстве случаев его невозможно оценить и после приобретения услуги.

В обобщенном виде основные отличительные характеристики услуг и, связанные с ними проблемы управления, включают: неосязаемость, участие клиента, единство процессов доставки и потребления, непостоянство качества, несохраняемость.

Все услуги, предоставляемые в гостинице должны соответствовать требованиям, предусматривающим дополнительные удобства для потребителей, престижность и привлекательность услуг. К рекомендуемым требованиям и условиям каче-

ственного обслуживания относятся: соответствие назначению; своевременность исполнения; комплексность; комфортность; этичность обслуживающего персонала; эргономичность, безопасность, эстетичность.

Под сертификацией гостиничных услуг понимается подтверждение органом по сертификации соответствия реализуемых потребителю услуг требованиям законодательных и нормативных документов по обслуживанию туристов [11, С.152].

Сертификация услуг гостиниц является важным механизмом управления качеством обслуживания, который позволяет объективно оценить уровень услуг, подтвердить их безопасность для потребителя. В условиях рыночной экономики в рамках индустрии гостеприимства потребитель является ключевой фигурой при реализации требований стандартов на предоставляемое ему качество услуг в зависимости, от которого находится цена.

Целями стандартизации в гостиничной индустрии являются подтверждение и обеспечение поддержания заявленного уровня качества и безопасности потребления услуг, защита интересов потребителей от недобросовестной конкуренции на рынке [5, С.30].

Для обеспечения качества, согласно международному стандарту ИСО 9000 требуется:

— необходимая материальная база (средства размещения);

— квалифицированный персонал, заинтересованный в качественной работе (человеческий фактор);

— продуманная организационная структура и четкое управление предприятием.

Требования к качеству в индустрии гостеприимства в настоящее время задаются национальными стандартами, нормативными документами международных, в том числе профессиональных, организаций, формулируются в рамках систем качества.

Абсолютное качество в гостиничных предприятиях не может быть достигнуто в силу его обусловленности человеческим фактором. Однако в рыночных условиях решение вопросов качества — это успех в конкурентной борьбе. Одним из ключевых вопросов является минимизация непостоянства качества, чему должна способствовать разработка систем качества, соответствующих международным стандартам ИСО [9, С.373].

Система качества — это совокупность структур, относящихся к различным сферам деятельности гостиничного предприятия и оказывающих наибольшее влияние на качество услуг установленными методами с использованием необходимых ресурсов предприятия.

Технический комитет международной организации по стандартизации (ИСО) разработал стандарты серии 9000, в которых содержатся требования к системе качества и определяются элементы, необходимые для включения в систему качества:

— ИСО 9000-94 (9000:2008) «Стандарты по общему руководству качеством и обеспечению качества». Основное назначение стандарта — помочь предприятию в выборе и применении стандартов ИСО 9000. Стандарт содержит также ряд концептуальных положений о современных системах качества;

— ГОСТ Р ИСО 9001 — 96 (9001:2008) «Системы качества. Модель обеспечения качества при проектировании, разработке, производстве, монтаже и обслуживании»;

— ГОСТ Р ИСО 9002 — 96 «Системы качества. Модель обеспечения качества при производстве, монтаже, обслуживании»;

— ГОСТ Р ИСО 9003 — 96 «Системы качества. Модель обеспечения качества при окончательном контроле и испытаниях».

— ГОСТ Р ИСО 9004 — 2010 «Система менеджмента качества. Руководящие указания по улучшению качества». Описывает механизм дальнейшего развития таких систем до уровня, превышающего требования стандарта ИСО-9001. Стандарт ИСО-9004 внедряется после установки и сертификации на предприятии системы качества, отвечающей требованиям стандарта ИСО-9001, и направлен на совершенствование всей деятельности предприятия.

Организация работ по управлению качеством в гостиничных предприятиях предполагает создание систем качества, соответствующих рекомендациям стандартов ИСО 9000, и принятие необходимых мер по обеспечению их эффективного функционирования.

Под созданием систем качества понимается их разработка и внедрение в деятельность предприятий.

Стандарты позволяют объективно подойти к вопросу оценки качества. Стандарты обслуживания обычно дополняются лицензированием и сертификацией.

Стандарт — документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе гостиничной, и доступный широкому кругу потребителей [13, С.261].

Стандарт предназначен для установления минимально необходимых требований, делающих процесс обслуживания, любую услугу соответствующими своему назначению по формализованным показателям качества, безопасности и т.д.

Стандарты ИСО 9001:2000 и ИСО 9004:2000 могут использоваться как вместе, так и раздельно. Они основаны на одних принципах, но назначение и сфера их применения различны. Первый стандарт предназначен для целей сертификации и содержит требования для создания системы управления каче-

ством. Второй стандарт призван помочь предприятиям различных форм собственности, видов и масштабов деятельности непрерывно совершенствовать свои бизнес-процессы и повышать эффективность работы. Стандарт ИСО 9004:2000 носит рекомендательный характер и не предназначен для целей сертификации. Цель данного стандарта — переход предприятия на следующую ступень к вершинам качества — на концепцию глобального управления качеством (TQM, Total).

TQM или система Всеобщего управления качеством, ориентирована на удовлетворение потребностей клиентов. В TQM также включается и обеспечение качества, которое трактуется как система мер, обеспечивающая уверенность у потребителя в качестве продукции.

Система качества представляет собой совокупность структур, выполняющих функции обеспечения и управления качества установленными методиками. Ее разработка заключается в том, чтобы определить, какие процессы и структуры необходимо включить в систему качества и какие функции они должны выполнять для обеспечения требуемого качества услуг, а в дальнейшем разработать все необходимые нормативные документы для обеспечения этих функций [13, С.81].

Система качества содержит в себе следующие обязательные элементы:

1. Эффективное управление предприятием на основе маркетинга.

Предприятия индустрии гостеприимства функционирует в условиях развивающихся рынков. При усилении воздействия рыночных сил, требуется повышение конкурентоспособности и удовлетворение потребителя, а также обеспечение благополучия предприятия, его работников и владельцев.

2. Создание корпоративной культуры.

Корпоративная культура — это комплекс ценностей и убеждений, который разделяют все сотрудники. Это коллективное сознание и менталитет организации. Корпоративная культура определяет поведение между работниками гостиницы, их взаимоотношения с потребителями, руководством, поставщиками и т.д.

3. Внедрение стандартов технического качества обслуживания.

Внедрение стандартов технического качества обслуживания означает приведение предприятия в соответствие с отраслевыми стандартами на основе существующей классификации гостиниц.

Для этого проводится техническое обследование гостиничного предприятия (здание и территория, жилые, общественные и служебные помещения, технологическое оборудование и т.д.). Если выявляются технические отклонения от стандарта, то они должны быть устранены.

В результате этой работы составляется «Паспорт гостиницы», в котором отражены все основные технические характеристики объекта по вышеупомянутому примерному перечню. Управление техническим качеством гостиничного предприятия предполагает поддержание его технического состояния в соответствии с характеристиками технического паспорта [8, С.146].

4. Внедрение стандартов функционального качества обслуживания.

Данный этап включает в себя внедрение квалификационных требований работников, разработку технологии производственных процессов, введение нормирования труда, его оценку и мотивацию.

5. Входной контроль качества на продукцию и услуги поставщиков.

Входной контроль качества предполагает разработку системы работы с поставщиками продукции и услуг для гостиничного предприятия.

6. Выходной контроль качества на предоставляемые услуги в гостинице и их сбыт посредниками.

Выходной контроль качества предполагает как установление контроля над качеством предоставляемых услуг, так и контроль качества работы сбытового аппарата гостиничного предприятия [8, С.153].

Перечисленные элементы не только нуждаются в контроле, но и требуют постоянного совершенствования, в условиях меняющегося рынка и потребностей потребителей.

Формирование стандартов качества, в том числе системы качества на основе стандартов ИСО, в гостиницах во многом зависит от того, имеет ли предприятие официальную категорию, в результате прохождения процедуры сертификации. РИСК

Библиографический список:

1. Агарков А. П. Управление качеством: учебное пособие для вузов. — М.: Дашков и К, 2009. — 228 с.

2. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. — К.: Дакор, 2008. — 288 с.

3. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник. — М.: Инфра-М, 2007. — 212 с.

4. Брашнов Д.Г. Гостиничный сервис и туризм: учебное пособие. — М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. — 224 с.

5. Дехтярь Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме. — М.: Финансы и статистика, 2006. — 256 с.

6. Ехина М.А. Организация обслуживания в гостиницах. — М.: Академия, 2008.— 208 с.

8. Кобяк М.В., Скобкин С.С. Управление качеством в гостинице: учеб. пособие. — М.: Магистр, 2010. — 511 с.

9. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. — М.: Юнити-Дана, 2007. — 1046 с.
10. Кусков А.С. Гостиничное дело: Учебное пособие. — М.: Дашков и Ко, 2009. — 328 с.
11. Маслов Д.В. От качества к совершенству. Полезная модель EFQM. — М.: РИА «Стандарты и качество», 2008. — 152 с.
12. Новицкий Н.И. Управление качеством продукции. — М: Новое знание, 2002. — 367 с.
13. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2007. — 432 с.
14. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учеб. пособие. — М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. — 304 с.
15. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: учебное пособие. — М.: ФОРУМ: Инфра-М, 2009. — 352 с.

АКАДЕМИЯ МБА
www.a-mba.ru

Академия менеджмента и бизнес-администрирования

ЖУРНАЛЫ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ

«Российский экономический журнал»
www.re-j.ru

Всестороннее освещение хода реформы в России, пропаганда современных экономических знаний, содействие подготовке экономистов нового поколения — теоретиков и практиков.

Журнал включен в перечень ВАК.

«Финансовая жизнь»
www.flife-online.ru

Научно-практическое аналитическое издание объединяющее интересы профессионалов финансовой, банковской и налоговой сферы, а также сближающее науку, образование и бизнес.

Журнал включен в РИНЦ.

«Менеджмент и бизнес-администрирование»
www.mba-journal.ru

Предоставление комплексной и систематизированной информации по теории и практике, направленной на повышение качества и эффективности управленческих процессов на различных уровнях хозяйствования.

Журнал включен в перечень ВАК.

Подписка

► **В редакции: (499) 152-0490; dirpp_m3@ideg.ru**

► **Через интернет-каталог «Российская периодика»: www.arpk.org**

► **В любом отделении почтовой связи**

РЕКЛАМА

В. Сулейманов,
д.э.н., главный научный сотрудник,
Институт ИТКОР

Создание конкурентных преимуществ путем использования кластерного подхода в агропромышленной отрасли Азербайджана

Аннотация: проанализированы особенности государственной политики Республики Азербайджан в области развития аграрного сектора. Обосновано применение кластерного подхода для создания дополнительных конкурентных преимуществ предприятий аграрного сектора.

Ключевые слова: аграрная политика Азербайджана, кластерный подход, конкурентные преимущества, модели аграрной политики, экспорт сельскохозяйственной продукции.

Annotation: analyzed features of state policy of the Republic of Azerbaijan in the development of the agricultural sector. The application of the cluster approach to create additional competitive advantages agricultural enterprises.

Keywords: agrarian policy of Azerbaijan, the cluster approach, competitive advantages, model agricultural policy, agricultural exports.

В условиях рыночной экономики Азербайджан все более активно будет участвовать в мировом рынке, а это означает, что сельскохозяйственные производители столкнутся с конкурентным нажимом международных рынков и вместе с этим получат более широкие возможности для экспорта.

Чтобы воспользоваться этим шансом производители должны быть конкурентоспособными, а это означает, что производимые и предлагаемые ими товары должны удовлетворять своим качеством и ассортиментом все более требовательных потребителей.

В рыночных условиях создание конкурентных производств не входит в прямые обязательства государства. Его ответственность выражается в обеспечении благоприятной среды для развития аграрного бизнеса: создании хорошей инфраструктуры, эффективной системы обучения и квалификации, отвечающей современным требованиям фискальной и торговой политики.

Политика очень часто в зависимости от финансовых возможностей государства решает проблемы в краткосрочном плане. Собственно, ее задача состоит в том, чтобы поддерживать у производителей стимулы к инвестициям и технологическому обновлению в долгосрочном плане. Расширение рыночной доли сельскохозяйственной продукции посредством политики поощрения экспорта является правильным, но недостаточным. Сильно развитые в аграрном отношении страны все чаще рассматривают конкурентоспособность как непрерывное и устойчивое повышение производительности, ведущей к увеличению оплате труда. Все больше утверждается точка зрения, согласно которой конкурентоспособность основывается уже не только на наличии дешевой рабочей руки и налоговых льгот. Усилия направлены на создание более высокой добавленной стоимости посредством активного внедрения высоких технологий и инноваций[1].

Раздробленность земли и наличие многочисленных мелких хозяйств в Азербайджане препятствуют внедрению современной высокопроизводительной техники. Исторический опыт многих стран показывает, что укрупнение земельной собственности — исключительно медленный процесс, требующий значительного финансового ресурса.

Чтобы быть конкурентоспособными на международном рынке, производителям следует предлагать значительные по объему однородные партии качественной продукции. В последние годы на внутренний рынок выходят крупные торговые сети, которые тоже требуют больших количеств аграрных продуктов. Если страна не в состоянии предложить собственную продукцию, то нужная продукция поставляется за счет импорта. Конкурентный нажим на местных производителей усиливается все больше, и конкуренция может вытеснить их с внутреннего рынка, если не имеют достаточной защиты.

По нашему мнению, в сложившейся ситуации необходимо повышения конкурентоспособности достичь с использованием нового, инновативного подхода к совершенствованию организации производства и реализации продукции, предложенного мировой экономической наукой. «Бриллиант конкурентоспособности» М. Портера показывает такую возможность, потому что позволяет не только оказывать воздействие на каждый из его детерминантов, но и улучшить взаимодействие между ними

Особое значение для повышения конкурентоспособности сельскохозяйственного производства имеет совершенствование определяющих ее факторов, таких, как повышение квалификации рабочей силы, обеспечение доступа к финансовым средствам, создание устойчивой инфраструктуры, более полное использование научно-исследовательского потенциала, эффективное управление, применение инновативных технологий.

1 Желязков К.Иновациите – европейски, национални и регионални политики, В:Кластери и иновации-възможна парадигма на обновлението, Фондация «Приложни изследвания и комуникации», ARCFUND.

Независимо от того, что этот подход создан для достижения конкурентных преимуществ в промышленности, я считаю, что его можно успешно применить в организации производства и экспорта сельскохозяйственной продукции.

В диссертации К. Терзийской[2] предлагается использование кластера в организации производства овощей, отсталость и раздробленность которого аналогичны и характерны для ряда производства в Азербайджан.

Явление «кластеризация» представляет бесспорный интерес и для развития конкурентоспособных производств в стране. Кластерный подход предоставляет возможность создания специфических сетей, состоящих из заинтересованных и технологически связанных хозяйственных субъектов, юридических лиц, поставщиков, торговцев, обучающих организаций, научных звеньев, публичных администраций, предоставляющих услуги в данной области.

Миссия кластера — достичь более эффективной концентрации ресурсов для повышения конкурентоспособности в возможно больше сферах деятельности. Этот подход особенно важен для малых и средних хозяйств, которые обычно не располагают всем тем спектром ресурсов, каким располагают крупные предприятия и фирмы.

Общая характеристика кластера показывает, что участники системы организуются вокруг какого-либо объединяющего их продукта, который привлекателен как для местных, так и для иностранных инвесторов. Чтобы действовать эффективно кластер должен отвечать следующим условиям:

- территориальная концентрация хозяйств, предприятий и фирм;
- усиленная специализация в производстве какого-либо одного или нескольких сходных продуктов;
- объединение средств, сооружений и ноу-хау, используемых предприятиями одной и той же отрасли.

Такая функциональная логика предполагает действительное и устойчивое сотрудничество между участниками кластера, что означает интенсивность формальных и не формальных, материальных и нематериальных, коммерческих и некоммерческих связей.

Кластеры дают возможность малым и средним хозяйственным единицам выживать в условиях высокой конкуренции благодаря доступу к большему количеству специализированных ресурсов, актуальной информации, высокой степени гибкости и инновативной.

Кластеры испытывает влияние общих тенденций развития национальной или региональной экономики. Границы кластера зависят от поставленных целей. Они могут разрабатываться на уровне района, региона, на национальном уровне. Некоторые из них активно привлекают прямые иностранные инвестиции, а другие группируются в сеть с целью преодоления давления конкуренции. В большинстве случаев кластерная политика разрабатывается в долгосрочной перспективе.

Кластер работает по решению проблем путем координации и партнерства между аграрным бизнесом, научными и образовательными учреждениями, государственной администрацией. В кластере участники сотрудничают друг с другом в вертикальных или горизонтальных форматах для получения дополнительной добавленной стоимости и повышения конкурентоспособности.

В своем исследовании о бизнес-кластерах в Европе Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)[3] указывает на факторы, способствующие уменьшению затрат членов кластера, а именно:

- облегченный доступ к сырью;
- возможности повышения объема производства;
- предложение новых продуктов и услуг;
- наличие промежуточных продуктов и товаров, производство которых будет стимулировано посредством создания кластера;
- географически сконцентрированный мультиплицирующий эффект;
- эффективная организация разработки, внедрения и распространения инновационных продуктов;
- внутрисетевое сотрудничество с обучающими и научно-производственными организациями;
- улучшенная инфраструктура и коммуникации.

Выгода от создания кластеров проистекает главным образом из эффекта охвата и более высокой степени знаний.

Охват позволяет объединившимся хозяйственным субъектам делать то, что одно хозяйство (фирма) не в состоянии сделать само.

Получение знаний требует анализа потребностей в образовании и более высокой квалификации работающих в кластера; разработки программ и организации обучения для повышения образования; проведение специализированных курсов и семинаров, обмена опытом при освоении лучшей практики между участниками кластера, с тем чтобы все могли продвигаться вперед; создания и внедрения новшеств, высокопроизводительных технологий, эффективного менеджмента.

Эти два аспекта взаимодействуют друг с другом, объединяются идеи и финансовые средства с целью достижения лучшего результата.

2 К.Терзийска, Конкурентоспособност на зеленчукопроизводството на вътрешнем и външнего рынок - дисертация, ССА, Институт по аграрна икономика, 2011 г.

3 Business Clusters: Promoting Enterprise in Central and Eastern Europe,OECD,2005.

В настоящем исследовании доказывается, что в Азербайджане экспорт фруктов и овощей в свежем и переработанном состоянии имеет самые большие конкурентные преимущества и потенциальные возможности.

В сельскохозяйственном производстве Азербайджана подходящими для применения являются как национальный секторный кластер, так и региональные кластеры, расположенные на территории определенных экономических районов, где сконцентрировано большое число производителей данного продукта, перерабатывающих предприятий, рынков, экспортеров. Вызов, с которым должны справиться хозяйственные организации, поставщики, предприятия и социально-экономические партнеры, состоит в том, чтобы найти верное и работающее сочетание, отвечающее непосредственным экономическим интересам всех.

Мы предлагаем схему национального кластера «Фрукты».

Губа-Хачмакский экономический регион является подходящим центром кластера «Фрукты», потому что в нем сконцентрированы самые большие яблочные насаждения — 70,0% от производства страны. Исследования в рамках принятого периода показали, что площади под яблоки увеличиваются, и производство показывает восходящий тренд развития. Район обладает естественными экономическими преимуществами по отношению к местоположению, почвенно-климатическим условиям, рабочей силе и традициям выращивания этой культуры. В данном случае планирование производства яблок будет совпадать с развитием самого кластера, который, будучи инновацией, создает более высокую конкурентную позицию, как отрасли, так и региона. В аграрной политике все большее внимание следует уделять разработке конкретных политик, которые поощряют сотрудничество большого числа участников, базированных по местоположению.

Цель создаваемо кластера — производить и продавать устойчивые и конкурентоспособные продукты в рамках одной сети различных видов деятельности для переработки с целью экспорта готовой продукции и продуктов для потребления в свежем виде. На практике это означает, что объединение заинтересованных сторон должно осуществляться в поле множества сегментов, объединенных под наименованием кластер «Фрукты».

Устойчивая конкурентоспособность сектора достигается посредством:

- объединения и интегрирования усилий всех хозяйственных единиц, производящих фрукты и овощи в данных двух регионах и их ориентации на требования международного рынка;
- создания центра информации, стратегических изысканий и исследований в области производства фруктов;
- разработки системы сбора, обработки, актуализации и распространения информации о научно-исследовательской деятельности и инновациях в сфере производства фруктов;
- сотрудничества с местными и международными организациями, институтами для совместной работы по проектам и программам финансирования и инвестиций в данных секторах.
- налаживания и поддержания связей с государственными, общинными, общественными организациями и учреждениями, имеющими отношение к целям кластера.

Приоритетные задачи кластера состоят в популяризации выгоды от его функционирования, привлечении новых членов, анализе возможностей развития сектора и его экономической значимости.

Стержнем кластера, ключевым субъектом являются экспортноориентированные фамильные хозяйства, сельскохозяйственные предприятия и частные хозяйства. Обычно в роли главных действующих лиц и инициаторов выступают предприятия и фирмы, которые имеют непосредственные экономические интересы. Их следует мотивировать целью и конечным эффектом их участия.

Взаимоотношения в кластерах основываются на сотрудничестве, кооперировании и взаимной связанности в условиях рыночной экономики. При соблюдении принципа добровольности объединение основных участников кластера осуществляется по инициативе производителей, которые являются ведущей организацией. Конкурентоспособность кластера не является простой суммой характеристик его членов.

Специфическая структура кластеров подталкивает субъекты, конкурирующих друг друга в рамках кластера, к постоянному улучшению и обновлению своей деятельности, чтобы поддерживать свое преимущество. Трансфер образования и знаний это «кровь жизни», а квалифицированный труд — «генетический фонд» кластеров[4].

Производители тесно связаны со своими потребителями — перерабатывающими предприятиями, торговыми сетями розничной торговли, рынками и фирмами-экспортерами аграрных продуктов.

В качестве участников кластера перерабатывающие предприятия, с одной стороны, будут ставить свои требования по отношению к виду, количеству и качеству необходимого им сырья, а, с другой — будут обеспечивать своевременный выкуп продукции, предназначенной для переработки.

Рынки и торговые ряды будут обеспечивать информацию о потребительском спросе населения и о том, в какой степени потребительские требования на внутреннем рынке совпадают с требования-

4 Jacobs, J. The Nature of Economies, New York: Modern Library, 2000.

ми на внешнем рынке. В некоторых случаях внутренние индикаторы быстрее ориентируют производителей о том, что произойдет на международном рынке. На базе ожидаемых изменений спроса будут сажаться и выращиваться новые виды и сорта культур, за которые потребитель склонен платить более высокую цену. Что касается продукции, оставшейся для внутреннего рынка, то торговые сети как крупные потребители свежих овощей и фруктов, цитрусовых плодов в состоянии реализовывать в течение круглого года крупные количества этих продуктов. Они имеют подходящие склады и хранилища, которые позволяют хранить продукт в торговом виде на более длительный период.

Располагая высококачественной продукцией, фирмы-экспортеры сельскохозяйственных продуктов в свежем и переработанном виде будут стремиться расширять свою рыночную долю, искать новые рыночные ниши, информировать производителей о потребительском спросе на свежую и переработанную продукцию отдельных рынков.

Цепочка вспомогательных видов деятельности, которая будет помогать участникам кластера, будет осуществляться следующими субъектами: поставщики семян сельскохозяйственной техники, удобрений и препаратов для борьбы с вредителями; предприятия по переработке фруктов и овощей; фирмы, экспортирующие продукцию; рынки.

К поддерживающей инфраструктуре кластера относятся:

♦ Структуры обучения: научно-исследовательские институты, сельскохозяйственные университеты, колледжи, гимназии, сельскохозяйственные училища. Через них осуществляется трансфер новых научных и прикладных технологий, совершенствование организации производства. Они предлагают новые сорта, высококачественные семена, современные технологии и технологические решения со стратегическим значением. Повышают квалификацию занятых в отрасли и предлагают высококвалифицированных специалистов.

♦ Хозяйственные палаты: земледельческая и торговая палаты. Если в регионе нет таких организаций, при необходимости создаются. Эти организации или их рабочие команды выполняют координирующую роль и обеспечивают предоставление услуг кластерам и интеграцию их деятельности с другими структурами региональной экономики –

♦ Ассоциация земледельческих производителей; союзы производителей овощей, производителей фруктов, перерабатывающих предпринимателей:

♦ Региональные и общинные административные структуры. Они могут разрабатывать или поощрять меры в поддержку кластеров

♦ Политический субъект: государство

Государство включается в осуществление своей политики поддержки специфических нужд отдельных кластеров различными способами. Обычно они связываются с активным участием и поощрением публично-частных партнерств и реализацией совместных проектов посредством различных структурных фондов. Государство может инициировать новаторские программы поддержки и поощрения создания кластеров, партнерство кластеров, предоставлять им финансирование за счет национальных фондов

На национальном уровне в Министерстве сельского хозяйства создается экспертная группа, которая должна взять на себя роль координирующего звена, периодически оценивающего политику и работу кластеров.

Нет общепринятой политики в отношении кластеров. Она создается и применяется в зависимости от конкретных целей и интересов,

Сравнительные преимущества кластера доказаны в результате его применения в ряде западных стран. Они порождаются возможностью кооперирования и возникновения синергического эффекта, которого можно добиться в результате:

♦ Наличия значительно более широких возможностей для увеличения объема производства и экспорта;

♦ Объединения усилий в осуществлении совместной деятельности, что повысит эффективность отдельного хозяйственного субъекта.

♦ Уменьшения затрат на производство единицы продукции в результате внедрения высокопроизводительных технологий, также на основе территориальной близости производителей и потребителей;

♦ Внедрения инноваций в области производства и переработки.

♦ Улучшения инфраструктуры и коммуникации в результате полученных профессиональных, финансовых, юридических и других услуг. Усиление социальных и неофициальных связей;

♦ Извлечения выгоды от улучшения внутрисетевого сотрудничества между производителями и поставщиками ресурсов в результате более высокого качества услуг, предоставляемых в кластере.

♦ Повышения квалификации занятых по цепочке в рамках кластера; ускоренного внедрения последних достижений аграрной науки вследствие участия специализированных научно-исследовательских институтов.

♦ Выделения финансового ресурса на научно-исследовательскую деятельность, направленную на разработку, внедрение и распространение инновационных продуктов

♦ Улучшения потоков информации.

Региональная концентрация участников кластера и относительная близость других экономических субъектов предполагают возникновение дополнительных эффектов, таких, как, например, более эффективное использование квалифицированной рабочей силы в данном регионе, муль-

типликация уже завоеванных рыночных позиций и другие.

Но самым важным достижением кластера является практическое продвижение по направлению бизнес-кооперирования и стимулирования развития активов, технологий, инфраструктуры и совместных инвестиций — результатов, которых отдельный участник кластера сам не мог бы добиться. Создание кластера ведет к существенному уменьшению затрат членов сети. Близость участников оказывается решающим элементом успеха кластерных инициатив, несмотря на то, что современные информационные технологии позволяют общаться все легче. Она особенно важна, когда нужно передавать неформальные знания и информацию в поддержке эффективных и своевременных технологических решений и инноваций. Не менее важным, а во многих случаях и решающим для успеха подобных инициатив, является наличие четкой визии относительно развития кластера.

Опыт других стран показывает, что кластерную инициативу реализовать легче, если одна фирма или организация принимает на себя ведущую роль с необходимого согласия других потенциальных и заинтересованных участников. С этой задачей малые кластерные формации справляются значительно лучше, чем мегакластеры. В больших кластерах применяется другая стратегия — объединение вокруг территориального продукта, марка которого идентифицирует уникальность данного региона, где развита определенная промышленность или производится определенная продуктовая группа

Для учреждения кластера возможны две организационно-правовые формы — Консорциум (открытый для новых членов после создания) и Объединение с некоммерческой целью (Некоммерческая организация).

В отношении предложенного кластера более подходящей является форма открытого консорциума. В поддержку этого имеются следующие соображения:

1. Создание консорциума является делом сельскохозяйственных производителей. Повышение конкурентоспособности производства и, соответственно, географического региона, требует готовности объединенных в кластер участников инвестировать собственные или привлеченные средства по различным программам и проектам для нужд кластера. Это означает четко регламентированные правила разделения между участниками финансовых результатов произведенных в общую пользу инвестиций. Поэтому объединение с некоммерческой целью (некоммерческая организация) не является подходящей юридической формой для кластера.

Опыт ведущих промышленных стран и фирм убедительно свидетельствует, что в большинстве случаев усилия направлены, прежде всего, на создание эффективно управляемой модели сочетания публичных и частных инвестиций при модернизации отдельного производства или всей отрасли.

2. Стержень кластера состоит из сельскохозяйственных производителей: кооперативов, семейных хозяйств, предпринимательских хозяйств и других. В данном случае некоторые из них должны объединиться в более крупные хозяйства, чтобы у них действительно была ведущая роль. Независимо от поддержки государственных и областных структур и учреждений, отраслевых организаций, основным показателем измерения пользы от создания кластера является финансовый результат — прибыль. Индикатором устойчивого и конкурентоспособного сельскохозяйственного продукта, кроме прибыли, является также возможность сохранения и воспроизводства основных агроэкологических ресурсов. Гарантом этого должны быть государственные и местные структуры посредством проведения общей или местной политики. **РИСК**

Библиографический список:

1. Business Clusters: Promoting Enterprise in Central and Eastern Europe, OECD, 2005

2. Jacobs, J. The Nature of Economies, New York: Modern Library, 2000

3. Желязков К.Иновациите — европейски, национални и регионални политики, В:Клустери и иновации-възможна парадигма на обновлението, Фондация «Приложни изследвания и комуникации", ARCFUND

4. Сулейманов В.Э. Модели аграрной политики и пути повышения конкурентоспособности аграрного экспорта республики Азербайджан // Российский экономический интернет-журнал, № 1, 2014.

5. Сулейманов В.Э. Особенности государственной политики Азербайджана в области стимулирования аграрного экспорта // Российский экономический интернет-журнал, № 2, 2014.

6. Терзийска К., Конкурентоспособност на зеленчукопроизводството на вътрешнем и външнего рынок — дисертация, ССА, Институт по аграрна икономика, 2011 г.

7. Государственная программма по социально-экономическому развитию регионов Азербайджанской Республики(2004-2008г.)

8. Государственная программма «Развитие сельского хозяства и регулирования рынков сельскохозяственной продукции, сыря и продовольствия на 2008-2012 гг.»

9. Государственная программа по надежному обеспечению продовольственной продукцией населения Азербайджанской Республики на 2008-2015 гг.

10. Закон Азербайджанской Республики «Об аграрных реформах» 18 февраля, 1995 г.

П. Беленец,
букинг- и эвент-менеджер,
ООО «ПИ ЭМ ОНЛИ»

Основные тенденции и проблемы развития франчайзинга в России

Аннотация: автором в статье показан зарубежный опыт развития франчайзинга, выявлены проблемы развития франчайзинга в России и предложены пути их решения. Выявлены основные движущие силы роста данного направления экономической деятельности для России в 2008–2013 годах, проанализированы основные тенденции развития франчайзинговых операций в различных областях предпринимательской деятельности, и определены перспективные возможности их решения.

Ключевые слова: экономика, анализ, предпринимательство, франчайзинг, законодательство.

Annotation: the author of the article shows the foreign experience of franchising, the basic problems of the development of franchising in Russia and proposed solutions. The basic driving forces of the growth of this area of economic activity in Russia in 2008-2013, analyzes the main trends in the development of franchise operations in different areas of business and identified promising opportunities to solve them.

Keywords: economics analysis, entrepreneurship, franchising legislation.

Современный франчайзинг является относительно новым явлением в экономике, несмотря на то, что его корни уходят в средневековье. [8, с.14] До сих пор юридический термин «франшиза» в США и Австралии обозначает передачу кому-либо прав государственной властью, а в Великобритании — передачу прав от имени короля. В средневековой Англии король предоставлял представителям знати различные права, такие как сбор налогов на определенной территории в обмен на требуемые власти услуги. Гражданам давались разрешения (франшиза) продавать товары на рынках и участвовать в ярмарках. До настоящего времени в Великобритании продолжают действовать древние франшизы, предоставляющие их владельцам права на содержание рынков, проведение ярмарок, содержание мостов и паромов.

Таким образом, издревле власть делегировала часть своих полномочий в обмен на капитал или требуемые услуги, тем самым закладывая фундамент современного франчайзинга на протяжении веков. Что касается торговой практики, то в Лондоне в XVII веке были учреждены системы торговых гильдий, отдаленно похожих на современные системы франчайзинга. [9, с.36] Опять же в Великобритании в начале девятнадцатого столетия была введена система «связанных домов», суть ее заключалась в предоставлении властями прав на торговлю спиртными напитками только владельцам постоялых дворов по специальной лицензии. У большинства владельцев не было достаточного количества средств для приведения постоялых дворов в порядок, на оплату лицензии. Эту систему прекрасно использовали пивовары, предоставляя владельцам постоялых дворов займы или сдавая им в аренду имущество, а получая взамен рынок сбыта своего пива и других спиртных напитков.

В настоящее время теорию и практику франчайзинга изучают многие ученые в России.

США, Канада, Австралия, Корея и Япония считаются признанными лидерами франчайзинга и экспортерами франшизного бизнеса в мире. Лидерами Европы являются Германия, Франция, Великобритания [3, с.63]. На сегодняшний день в мире насчитывается более 16 500 франчайзеров и более 165500 франчайзи. Наибольшее количество компаний-франчайзеров в 2012 году находятся в США (около 1500), а также в Южной Корее (1300), Канаде (1200), Японии (1100), Бразилии (1000). В Европе по количеству франчайзеров лидирует Германия (950), Франция (720), Великобритания (670). Наиболее активно развивается азиатская сеть предприятий-франчайзи: в Японии (200000), Южной Корее и Филиппинах (100000). [14, с.246]

В настоящее время во всем мире франчайзинг признан самой прогрессивной формой ведения бизнеса и давно является неотъемлемым атрибутом развития экономики. Во многих экономически развитых странах мира франчайзинг поддерживается со стороны государственных и негосударственных, а также частных организаций. Например, в Италии каждый новый франчайзи получает от итальянской ассоциации франчайзинга 50000 евро, из которых 50 % — грант, 50 % — кредит под низкий процент [5, с.125]. Такие меры позволили практически за 5-6 лет более чем вдвое увеличить количество франчайзи.

Но в нашей стране франчайзинг только начинает делать свои первые шаги и находить сторонников. Это происходит в данный момент за счет активного развития внутреннего франчайзинга, который представляет собой достаточно специфический сплав зарубежных франчайзинговых технологий и отечественных подходов к ведению бизнеса. Большинство зарубежных компаний пока предпочитают обеспечение своего присутствия на российском рынке собственными силами, вкладывая значительные средства в новое строительство, приобретая на территории России хорошо отлаженный бизнес или арендуя его. Однако в последние годы в России наметилась положительная тенденция усиления заинтересованности со стороны крупного международного

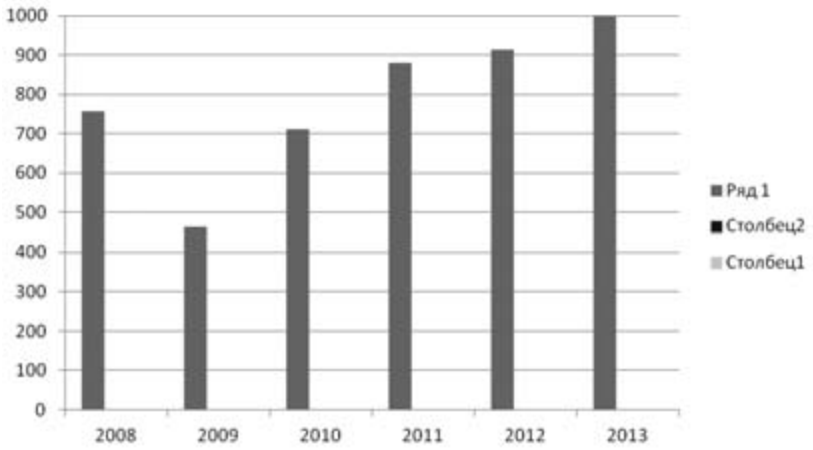

Рис. 1. Динамика роста числа франчайзеров в России.

бизнеса к сотрудничеству с российскими партнерами на основе франчайзинга, при котором большая часть капитальных затрат осуществляется местной стороной. Российские бизнесмены, в свою очередь, также начинают осознавать все преимущества использования известной торговой марки и отработанной технологии ведения бизнеса международных компаний.

Так, по разным оценкам экспертов, в России в настоящее время функцинируют от 110 до 130 франчайзинговых сетей (табл. 1). Наибольшее распространение франчайзинг в нашей стране получил в таких сферах, как: торговля — 64,3 %, общественное питание — 13,1 %, сфера услуг — 20.5,%, производство — 1,5 %, информация — 0.6 %. [2, с.80]

Наибольшее количество франчайзеров в России за период с 2008 по 2013гг. включительно было отмечено лишь в 2013 году — 1018, а наименьшее в 2009г — 464. Стоит отметить, что количество франчайзеров в России в течение 2008–2013гг. в целом росло, что объясняется заинтересованностью выхода иностранных предприятий-инвесторов на российский внутренний рынок, а также заинтересованностью к развитию франчайзинга в Росси, как одной из перспективных форм распространения своих товаров во всех регионах страны без использования значительных финансовых ресурсов. [2, с.82]

Спад количества франчайзеров наблюдался в России лишь в 2008–2009 годах, что можно объяснить объективными причинами разрастания мирового экономического кризиса, который затронул и экономику России, выразившийся закрытием многих отечественных предприятий, в том числе и франчайзинговых (рис.1).

Подробная статистическая информация о деятельности франчайзинговых предприятий в России приводится в аналитическом маркетинговом исследовании, подготовленным группой NeoAnaiytics, по заказу Ассоциации франчайзинга в России (АФР). По представленным в отчете данным, по состоянию на 31.09.2013 в России функционировало 1018 франчайзеров (рис. 1) [2,с.82-85,87].

Распределение франчайзинговых сетей в России по видам деятельности представлено нами в таблице 1. [2, с.88]

5,9 млрд долларов — вот примерная сумма, в которую эксперты оценивают современный оборот франчайзинга в России, это составляет около 4 % товарооборота страны. Если учесть, что в развитых странах во франчайзинге вращается от 40 до 60 % общего товарооборота, то мы можем

Таблица 1

Динамика распределения франчайзинговых сетей в России за 2012-2013гг.

Сегмент	Количество отраслей		Количество брендов		Количество франчайзе-ров		Количество точек		Количество франч. точек	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Торговля	49	56	1129	1136	187	199	35555	39427	16403	17562
Услуги потребителям	18	24	316	321	91	98	6518	6602	1939	2741
Сфера услуг	13	15	253	260	63	78	2937	4247	1890	3156
Общепит	7	7	84	84	21	25	2535	2543	2116	2124
Информация	7	7	47	47	8	11	385	422	128	165
Производство	6	6	34	36	12	14	558	734	389	561
Вендинг	5	7	17	18	11	11	6200	6203	1195	1195
Финансы	6	7	14	15	3	4	638	707	93	108
Всего	111	129	1894	1917	396	4440	55326	60885	23793	27612

Источник [2, с.89]

понять, какой есть потенциал у франчайзинга в России. [2, с.88]

Сегодня наибольшее число франчайзинговых проектов сосредоточены в таких городах как Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург. Объясняется это тем, что в крупных мегаполисах крутится больше денег, и имеются квалифицированные специалисты в этой области. Однако франчайзинг в России постепенно приходит и в небольшие города, поскольку с развитием его рынка точки уже начали появляться и в городах с 300-тысячным населением.

Особо следует отметить активно развивающийся в последние года в России франчайзинг в банковском секторе экономики. Так, по данным международной ассоциации франчайзинга (IFA) обнародованы статистические данные, исходя из которых, в настоящий момент, благодаря кредитам категории«Бизнес-старт»,выдаваемым«Сбербанком России», франчайзинг является наиболее безопасным видом стартапа в России. Именно в области приобретения франшизы показатели на территории Российской Федерации достигли 25–30% увеличения в минувшем году. Ожидается, что 2014 году этот список пополнится и другими финансовыми учреждениями, которые также захотят отхватить свой «кусок пирога» в активно развивающемся мире франчайзинга.[6, с.32]

в России более всего распространен производственный франчайзинг, особенно в производстве безалкогольных напитков, так как их централизованное производство и доставка до конечного потребителя невыгодны из-за высокого содержания воды в составе напитка. Такие компании, как «Кока-кола», «Пепси», «Севен-ап» и др. обеспечивают своих франчайзи концентратами напитков, из которых последние в дальнейшем, следуя определенной технологии, производят готовый напиток, разливают его, маркируют товарным знаком компании-франчайзера и реализуют через систему местных распространителей. Чаще франчайзер предоставляет своим франчайзи специальные ингредиенты, без которых производство невозможно. [11, с.72] После передачи оборудования и технологии производства связь между франчайзером и франчайзи не прекращается. Данные отношения носят долговременный характер. Франчайзи обслуживает клиентов, а франчайзер обеспечивает производство ресурсами. Каждый из российских разливочных и пакетированных заводов является франчайзи от основной компании. Примером является ТЕТРА ПАК. Они выполняют все технологические операции с использованием ингредиентов, предоставленных франчайзером. При этом главное, чтобы товар не отличался по своим качествам от аналогичного товара, который производит франчайзер [4, с.47].

Однако, российские бизнесмены в настоящее время в значительной степени предпочитают покупать франшизы в западных предприятиях, а не продвигать свою торговую марку за рубежом. Дело в том, что в российском законодательстве, в отличие от других экономически развитых стран мира, сегодня отсутствует четкое понятие «франчайзинга» как разновидности договоров, по которым осуществляется коммерциализация объектов интеллектуальной собственности. В России франчайзинг получил название «коммерческая концессия», которому посвящена глава 54 Гражданского Кодекса РФ. [1, с.73-85]

Различия менталитета, сложность контроля франчайзи, невысокая конкурентоспособность отечественных изделий, таможенные и транспортные расходы — вот причины, которые тормозят продвижение отечественных товаров на мировые западные рынки. [5, с.123] Но вопреки вышеизложенному, в России франчайзинг по прежнему имеет достаточно привлекательные показатели эффективности организации и ведения бизнеса. Например, при сотрудничестве отечественного предпринимателя с крупной иностранной фирмой на региональном рынке обеспечивается хорошая скорость развития бизнеса, максимальная доходность при минимальном объеме инвестиций, невысокие риски. Франчайзинг также предусматривает и повсеместно внедряет эффективную систему обучения ведению малого бизнеса. При этом предприниматель получает качественный практический опыт от преподавателей-профессионалов, которые заинтересованы в успехе своих учеников. Таким образом, начинающий предприниматель может достаточно быстро стать профессиональным, успешным менеджером, что, несомненно, является основой успеха в любом виде бизнесе.

Бесспорным преимуществом развития франчайзинга в России является также возможность понижения операционных расходов компании и повышение на этой основе эффективности её производственной деятельности, что особенно важно для России в современных условиях. Кроме того, франчайзинг как метод ведения бизнеса, предполагает создание однородных предприятий, имеющих единую торговую марку (товарный знак) и придерживаются одинаковых условий, форм, методов продажи, единые требования к качеству и единые цены. [7, с.18]

Таким образом, за фиксированную плату франчайзи получает квалифицированную помощь, которая в других случаях является для него слишком дорогостоящей, а также получает преимущества, главным из которых является освоение новых рынков сбыта без вложения в бизнес существенных капиталовложений. При таких условиях ведения бизнеса, франчайзер имеет возможность нанимать оптимальное, минимальное количество административного персонала и тем самым уменьшает расходы на заработную плату, в то время как

доходы компании растут, поскольку франчайзи имеют больший стимул достижения высоких показателей и результатов, по сравнению с другими категориями наемных работников.

Однако, несмотря на такое значительное количество преимуществ, рынок франчайзинга имеет ряд серьезных проблем, требующих решения. К таким проблемам следует отнести:

1.Несовершенство правового обеспечения реализации механизма франчайзинга в нашей стране. К сожалению, в российском законодательстве сегодня нет четкого определения франчайзинга, а есть лишь понятие «коммерческая концессия», которое прописано в 54 главе Гражданского кодекса. Не принят до сих пор и «Закон о франчайзинге» в России, что существенным образом сдерживает его развитие в нашей стране, по сравнению с другими развитыми странами мира. Так, к примеру, в США только на федеральном уровне создано более сотни различного рода законов, так или иначе касающиеся франчайзинга, в то время как в нашей стране закон о франчайзинге находится пока на этапе разработки. Таким образом, можно констатировать факт, что отсутствие сегодня в России единой нормативно-правовой базы регулирования франчайзинга, в конечном итоге привело к увеличению числа поданных сторонами судебных исков по ведению бизнеса на условиях франчайзинга в период с 2008–2013 г [2, с.131] Это заставляет франчайзеров обратить внимание на уже подписанные договоры и обращаться к специалистам за подготовкой новых договоров.

2.Отсутствие подробной информации о франчайзинге как методе ведения бизнеса. К сожалению, в России на сегодняшний день имеется не так много специальной литературы, посвященной тонкостям ведения франчайзинговых операций, а та информация, которая в них содержится, не является достаточной для овладения техникой и методикой ведения такими операциями в нашей стране. В настоящее время франзайзинговые компании не предоставляют в налоговые органы финансовую отчетность о своей деятельности, что затрудняет и делает практически невозможным формирование государственной статистики о деятельности франчайзинговых компаний на территории нашей страны. Такая информация, как правило, находится в закрытом доступе, а в аналитических маркетинговых исследованиях рынка франчайзинга в России, которые проводятся ведущими исследовательскими институтами на коммерческой основе по просьбе заказчика. Доступ к таким ресурсам платный, его стоимость очень высокая, что существенно осложняет получение достоверной информации о динамике франчайзинговых операций, совершаемых на территории РФ. А отсутствие должной правовой базы регулирования франчайзинговых операций в России, по мнению автора, носят сегодня системный, объективный характер и вызваны особенностями специфики развития правовой системы в нашей стране. К числу таких особенностей можно отнести следующие:

Во-первых, существующий в России бюрократизм. Во франчайзинге он проявляется очень явственно. Прежде всего, это касается задержек государственной регистрации договора, когда зачастую её процедура затягивается на целый год. Бюрократизм проявляется также и в том, что усилия ассоциации франчайзинга в законотворчестве не могут воплотиться в жизнь.

Во-вторых, наследие советского характера понимания правовой действительности в области частных отношений. Наше общество до сих пор и не способно перейти от тотального контроля за частной сферой жизни человека. Этим можно объяснить желание Роспатента прочитать при регистрации весь договор, хотя его интересуют лишь пара страниц последнего. Те же принципы они распространяют и на другие аспекты, пытаясь осуществлять не всегда оправданный контроль.

В-третьих, консерватизм нашего понимания прав. Этим объясняется, например, желание государства сделать отношения франчайзинга устойчивыми, вводя норму о преимуществе франчайзи при повторном заключении договора, а раньше и о «консервации» условий прежнего договора.

Мы отличаемся разобщенностью мнений еще со времен Думы РИ. И как результат — одно и то же отношение регулируется в разных ключах, в силу чего наши законы противоречат друг другу. Так, например, условие о приоритетном заключении нового договора (ст.1035) сосуществует с правилом свободного расторжения договора с предупреждением за 6 месяцев (ст.1037).

Воздействует на проблему сформированная в 90-х годах иллюзия вседозволенности, что способствует оппортунистическому поведению сторон, с другой стороны, это ведет к желанию государства урегулировать каждую мелочь в отношениях.

Нарушения могут идти не только со стороны контрагента, но и со стороны нашего коррумпированного аппарата чиновников. Именно поэтому, многие франчайзеры, в особенности иностранные, опасаются утечки конфиденциальной информации, которая по службе попадает к чиновникам в России.

Россия исторически любила идти своим путем, игнорируя остальной мир. Так, например, в мировой практике принято правило, согласно которому франчайзер является поручителем за кредит франчайзи, однако в России такого механизма нет. Более того, некоторыми нормами (например, о расторжении ДКК и ответственности франчайзера перед потребителями) Россия «девальвирует» два ключевых принципа франчайзинга: стабильность отношений и независимость сторон.

Таким образом, можно выделить следующие проблемы, которые, стоят на пути эффективного правового регулирования данного рода отношений, это: некорректность употребления понятия коммерческой концессии к отношениям франчайзинга; недочеты юридической техники в гл.54 ГК РФ; необходимость разработки основных дефиниций отношений и общих начал регулирования франчайзинга в РФ; необходимость регламентации смежных договоров (напр., дистрибуции); излишняя государственная регистрация ДКК, не обеспечивающая должной защиты; преддоговорное раскрытие информации о франшизе; проблема ответственности сторон по договору и контроля качества; проблема расторжения ДКК и стабильности отношений; постдоговорная ответственность сторон и проблема защиты ноу-хау; проблемы особого регулирования иностранных франчайзеров; проблемы создания благоприятного экономического климата (кредитования и т.п.).

3. Отсутствие методов оценивания готовности и возможностей предприятий различного уровня, с наименьшей степенью риска совершать франчайзинговые операции. За рубежом франчайзер не имеет права продавать франшизу, при отсутствии апробации ведения бизнеса с этой франшизой [3, с.65]. В России же есть практика продажи совершенно новой франшизы без ведения франчайзером коммерческой деятельности по данному направлению бизнеса. Соответственно, такая практика недопустима, ведь продажа описанных процессов ведения бизнеса, не отработаных на своих торговых точках, является в большинстве случаев убыточным. Отсюда и боязнь провала у субъектов франчайзинговой системы — франчайзера и франчайзи; отсутствие должного уважения к интеллектуальной собственности, очень частое нарушение авторских прав.

4. Нестабильное развитие экономики России и проблемы финансово-кредитного характера. Франчайзинговые схемы требуют стабильности и предсказуемости экономики. Отсутствие у большинства предпринимателей стартового капитала для вхождения во франчайзинговую систему, сложность, а порой и невозможность получения кредитов для создания стартового капитала, существенно замедляет развитие франчайзинга не только на федеральном, но и на региональном уровне.

Указанные выше проблемы рынка франчайзинга являются, по нашему мнению, основными, но не следует забывать и о других проблемах, которые сегодня существуют в нашей стране и мешают широкому использованию франчайзинговых схем, в отличие от других государств с более развитой экономикой. Это прежде всего:

— значительная стоимость франшизы в сравнении с низкой покупательной способностью покупателей;

— отсутствие квалифицированных кадров;

— сложные условия и барьеры организации и ведения бизнеса.

— нестабильность развития экономики России и проблемы финансово-кредитного характера;

— отсутствие соответствующих консультационных структур.

Все эти факторы доказывают, что дальнейшее развитие франчайзинга в нашей стране (наряду с развитием малого бизнеса и внешней торговли) зависят не только от государственной финансовой поддержки, но и ряда других обстоятельств. К последним можно отнести высокие административные и налоговые барьеры, сложные условия для экспорта продукции, которые сложились с вступлением России в 2013г. в ВТО. Все это влечет за собой высокий уровень издержек для экспортеров.

Так, к примеру, в опубликованных Doing Business исследованиях обнаружено, что оформление одного стандартного контейнера (официальные расходы Правительства РФ) из Москвы во Франкфурт (Германия) стоили в 2013г. более чем 1300 долларов (без транспортных расходов). [10, с.87] Для сравнения: китайскому предпринимателю оформление аналогичного контейнера с экспортом в Германию стоит всего 355 долларов, то есть одна четвертая часть того, что это стоит его российскому коллеге. Принимая во внимание тот факт, что Китай находится гораздо дальше от Германии, чем Россия, но низкие административные расходы, которые существуют в Китае, делают экспорт в Китае более привлекательным, чем в нашей стране. Получается, что дешевле поставить китайский товар из Китая в Германию, чем из России в Германию [10,с.88]. Это обстоятельство также тормозит развитие франчайзинговых отношений в России.

Исходя из перечисленных проблем, следует отметить, что для их решения необходимо:

1.Включить системы развития франчайзинга в правительственную программу поддержки малого предпринимательства.

2.Обеспечить целевое финансирование начальных франчайзи.

3.Усовершенствовать законодательство в области регулирования франчайзинговых отношений. Для реализации любых бизнес-проектов необходимо решить ряд важнейших юридических вопросов, начиная с создания и регистрации организации и дальнейшего регулирования ее деятельности, разрешения корпоративных конфликтных ситуаций и заканчивая судебной защитой и потенциальной ликвидацией организации. Чтобы решить проблему развития договора франчайзинга в России, необходимо укрепить законодательную базу путем принятия федерального закона РФ «О франчайзинге», где предусмотреть все стадии регулирования франчайзинговых отноше-

ний, включая порядок регулирования преддоговорных отношений между франчайзером и франчайзи, особенности правового регулирования товарного, производственного, делового франчайзинга, отразить порядок и особенности регулирования регионального франчайзинга, на основе использования передового опыта ведущих развитых стран мира и международного законодательства, с учетом специфики экономического и исторического развития России. А также:

1. Создать систему льгот для франчайзи в области налогообложения, особенно на начальном этапе развития франчайзинговой системы.

2. Предоставить возможность франчайзи применять упрощенную систему бухгалтерского учета.

3. Сократить перечень и объем платежей на экспортно-импортные операции.

4. Расширить протекционистские меры для отечественных франчайзи в международной торговле.

5. Создать сеть учебно-консультационных центров по франчайзингу, как в крупнейших мегаполисах, так и в малых городах по всей стране.

Проведенный анализ позволяет сделать выводы о том, что создание благоприятных условий в России для развития бизнеса — это глобальная проблема, которая предусматривает разработку и принятие целого ряда пакетов законопроектов, а также пересмотр налоговой и финансово-кредитной политики государства с целью создания современных прогрессивных организационных форм ведения бизнеса. Чтобы создать благоприятную среду для развития франчайзинговых отношений в нашей стране, в первую очередь необходимо внести изменения в уже существующую сегодня законодательную базу, ликвидировав все имеющиеся в ней пробелы. Необходима подготовка и принятие федерального закона о франчайзинге. Требуется повысить доступность кредитных ресурсов для малого бизнеса, способствовать различными способами повышению эффективности деятельности предпринимательских структур не только на федеральном, но и на региональном уровнях, снизив для этого административные и налоговые барьеры. **РИСК**

Библиографический список:

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации.-М:ЮНИТИ-2013-351с..

2. Аналитический отчет о маркетинговом исследовании NeoAnaiytics «Российский рынок франчайзинга», М:АПН-2013-143с.

3. Аниськина Е. В. Франчайзинг в малом бизнесе. / Е. В. Аниськина // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (г. Москва, октябрь 2013 г.). — М.: Буки-Веди, 2013. — С. 111-114.

4. Акопян С.А. Качественная оценка направлений влияния макроэкономических показателей на уровень кредитного риска коммерческого банка// Российский Экономический Интернет Журнал — 2012. — №2

5. Балахонцев, А.А. Формирование инфраструктуры франчайзингового бизнеса в России / А.А. Балахонцев, А.М. Годин // Вопросы гуманитарных наук. — 2008. — №3. — С. 63-67.

6. Дробышева, И. Приключения франчайзинга в России / И. Дробышева // Дальневосточный капитал. — 2005. — № 4. — С. 46-47.

7. Евпланов А. Российские предприниматели все больше интересуются франчайзингом // Российская Бизнес-газета — 2009 №729 (45) от 24 ноября 2009 г.

8. Качканов В.П. Система франчайзинга в России: проблемы и перспективы// Российский Экономический Интернет Журнал— 2006. — №3

9. Ковалева, Л.Ф. Франчайзинг как форма инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства в регионе / Л.Ф. Ковалева // Экономика и управление. — 2008. — № 1. — С. 122-125.

10. Кочетков Г. Социальная функция франчайзинга// Человек и труд–2009. –№2-С.32-36

11. Лебедева С.Ю. Мировая практика поддержки малого и среднего предпринимательства крупными фирмами/ Москов.гос.ун-т междунар. Отношений-М.-2000-23с.

12. Ливандовская, А.Д. Франчайзинг в России: состояние, проблемы и перспективы развития / А.Д. Ливандовская, В. Бирюкова // Вестник ДВГАЭУ. — 1999. — № 3 (11). — С. 23-32.

13. Мендельсон М. Руководство по франчайзингу. Пер. с англ.Л.Т. Исаенковой, и.Г. Миневрина–М:Соваминко–2008. –178с.

14. Рыжова Л.Т. Франчайзинг в деятельности отечественных производителей//Маркетинг в России и за рубежом–2008. –№1–С.81-88.

15. Рыжова Л.Т.Франчайзинг: новые технологии, методология. договоры –М.: Современнная экономика и право–2010-224с.

16. Стенворд Дж.,Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе–М.:Аудит, ЮНИТИ–2009-385с.

17. Тейванов С.В Организационный механизм регионального франчайзинга//Российский Экономический Интернет Журнал — 2008. — №2

18. Цират А.В. Руководство по составлению и заключению франчайзинговых договоров — Киев.: Истина — 2010

19. Шейн Скотт. От мороженого к Интернету. Франчайзинг как инструмент развития и повышения прибыльности вашей компании — Киев — Баланс Бизнес Букс — 2006-208 с.

20. Ян Мюррей. Франчайзинг (How to Choose a Franchise) — СПб — Питер — 2004-144с.

Профессиональные услуги экспертов в процессуальном, налоговом и таможенном законодательстве

Н. Князева,
д.э.н., главный научный сотрудник отдела исследования проблем экономики и управления хозяйствующими субъектами, Институт ИТКОР,
Н. Надеин,
студент специальности «Менеджмент организации», Самарский государственный университет

Аннотация: в данной статье авторы проводят анализ требований, содержащихся в действующем законодательстве, предъявляемых к экспертам – в процессуальном, налоговом и таможенном праве, а также в проекте Федерального закона «О судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации». Авторы вносят предложения по совершенствованию существующего законодательства и проекта Федерального закона и обосновывают необходимость введения дополнительных профессиональных стандартов в целях повышения контроля за качеством предоставляемых профессиональных услуг экспертами.

Ключевые слова: эксперт, процессуальное законодательство, Кодекс РФ, услуги эксперта, качество услуг, профессиональные требования, профессиональные стандарты.

Annotation: in this article authors carry out the analysis of the requirements for experts in the procedural, tax and customs law, and also in the project of the Federal law «About judicial and expert activity in the Russian Federation». Authors make suggestions for improvement of the existing legislation and the project of the Federal law for justification of need of introduction for development of additional professional standards for increase of control of quality of professional services provided by experts.

Keywords: consultant, expert, procedural legislation, Code of the Russian Federation, consulting services, quality of services, professional requirements , professional standards.

Экспертиза включает в себя очень широкий круг возможных тематических исследований, проводимых экспертами во многих областях жизнедеятельности человека

Экспертиза не является новым видом деятельности в экономических сфере, юридическом поле, производственном процессе и иных областях деятельности человека. Понятие эксперта в юридическом поле дается в ряде действующих в России Кодексов, в Федеральных законах.

Самое общее толкование понятий эксперт и экспертиза представлено в Современном экономическом словаре[1].

Эксперт (от лат. expertus — опытный) — квалифицированный специалист в определенной области, привлекаемый для исследования, консультирования, выработки суждений, заключений, предложений, проведения экспертизы.

Экспертиза — 1) анализ, исследование, проводимые привлеченными специалистами (экспертами), экспертной комиссией, завершаемые выпуском акта, заключения, в отдельных случаях — сертификата качества, соответствия; 2) проверка подлинности денежных знаков, ценных бумаг, документов; 3) проверка качества товаров, работ, услуг.

Несмотря на развитие научного знания, содержание термина «эксперт» невозможно определить однозначно, так как функции эксперта в различных областях различны и уточняются по мере возникновения новых задач, развития теоретических моделей и подходов к осуществлению экспертизы. Развития парадигмы экспертики свидетельствует о научной эволюции данного понятия.

Юридическое поле деятельности эксперта.

В своей статье «О юридическом положении эксперта», опубликованной в журнале «Эксперт-криминалист» N 2 за 2013 год доктор юридических наук, профессор кафедры Судебной власти и организации правосудия факультета права Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» Анатолий Васильевич Нестеров дает дефиницию термина «эксперт», а также наиболее часто используемые значения данного термина в различных областях знания, а также в соответствии с экспертикой показаны основные различия юридической роли эксперта от роли «так называемого эксперта».

Общая юридическая роль эксперта была рассмотрена д.ю.н., профессором А.В. Нестеровым в своей статье «О Юридическом положении». Профессор А.В. Нестеров указывает, что слово «эксперт» зародилось в юриспруденции, и в ней применяется в случаях, требующих использования специальных знаний, для обозначения юридической роли лиц, обладающих специальными знаниями в науке, технике, искусстве или ремесле, т.е. в определенной предметной области знания[2].

1 Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. "Современный экономический словарь" (ИНФРА-М, 2006).

2 Нестеров А.В. О юридическом положении эксперта // Эксперт-криминалист. 2013. N 2. С. 12 - 15.

В рамках данной статьи мы продолжаем исследование процессуального поля деятельности как области потребления профессиональных услуг и предлагаем акцентировать внимание на участие в процессуальном производстве именно экспертов.

Предметом нашего исследования является — эксперт, — в данной статье мы рассмотрим основные характеристики эксперта и его роль в процессуальном, налоговом и таможенном праве, основываясь на соответствующих законах и Кодексах.

В настоящее статье мы сужаем рассматриваемое юридическое поле реализации экспертных услуг. Здесь мы постараемся: определить статус и понятие эксперта в заданном правовом поле, обозначить , правовые основы и рамки экспертной деятельности, и проанализировать законодательное регулирование экспертной деятельности, показать порядок оказания экспертных услуг экспертами в рамках налогового, таможенного и процессуального законодательства, а также обозначить пути совершенствования законодательного регулирования экспертики в процессуальном, налоговом и таможенном праве.

При подготовке настоящей статьи автор опирался на Федеральный закон от 31.05.2001 N 73-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» (далее по тексту Федеральный закон № 73-ФЗ), а также на действующие на территории России Кодексы, а именно:

Экспертная деятельность, осуществляемая в рамках процессуального законодательства, регулируется Федеральным законом № 73-ФЗ в части проведения экспертизы государственными судебно-экспертными учреждениями. В сфере негосударственной экспертной деятельности действующего закона в настоящее время нет, но существует проект закона, на некоторых положениях которого мы остановимся ниже.

Определение понятия «эксперт» содержится в процессуальных Кодексах РФ. Определение понятий «экспертная деятельность», «услуги эксперта» не содержится в действующих на территории России Кодексах.

Одновременно, Налоговый кодекс РФ (НК РФ) и Таможенный кодекс ТС (ТК ТС) содержат указания на правила использования в рамках налогового и таможенного права институтов понятий и терминов.

В таможенном праве отведена определенная роль экспертной деятельности, что закреплено в Таможенном кодексе Таможенного Союза.

Возможность возникновения необходимости или ситуаций, в которых законодатель предусматривает обращение к эксперту за услугами обозначена также в Налоговом Кодексе РФ.

В статье 11 НК РФ указано, что институты, понятия и термины гражданского, семейного и других отраслей законодательства Российской Федерации, используемые в Налоговом Кодексе, применяются в том значении, в каком они используются в этих отраслях законодательства, если иное не предусмотрено Налоговым Кодексом РФ.

В статье 4 ТК ТС установлено, что термины гражданского и других отраслей законодательства, используемые в Таможенном Кодексе, применяются в каждом из государств — членов таможенного союза в том значении, в каком они используются в соответствующих отраслях законодательства этих государств — членов таможенного союза, если иное не предусмотрено Таможенным Кодексом.

Из действующих Кодексов следует, что *экспертиза — это специальный вид деятельности, по результатам которой компетентное лицо — эксперт, дает заключение в виде письменной информации или иного документа (сертификата), который позволяет дать оценку объекта экспертизы с определенной стороны его изучения или в рамках поставленных перед экспертом вопросов.*

№	Полное наименование документа	Сокращенное наименование
1	2	3
1	Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 N 95-ФЗ (ред. от 02.07.2013)	АПК РФ
2	Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации» от 14.11.2002 N 138-ФЗ (ред. от 02.07.2013)	ГПК РФ
3	Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации» от 18.12.2001 N 174-ФЗ	УПК РФ
4	Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 30.09.2013) (с изм. и доп., вступившими в силу с 22.10.2013)	КРФ об АП
5	Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 23.07.2013) (с изм. и доп., вступившими в силу с 01.10.2013)	НК РФ
6	Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 23.07.2013) (с изм. и доп., вступившими в силу с 01.10.2013)	ГК РФ
7	Таможенный кодекс Таможенного союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 N 17) (ред. от 16.04.2010)	ТК ТС
8	Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 23.07.2013, с изм. от 10.10.2013) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.09.2013)	УК РФ

В гражданском процессе, законодательное регулирование которого возложено на ГПК РФ и АПК РФ, участниками споров являются стороны, заявители, заинтересованные лица, прокурор, государственные органы, органы местного самоуправления, иные органы и организации, граждане, обратившиеся в арбитражный суд в случаях, предусмотренных соответствующими Кодексами РФ.

АПК РФ в статье 54 обозначает возможный состав иных участников арбитражного процесса. А именно, в арбитражном процессе наряду с лицами, участвующими в деле, могут участвовать их представители и содействующие осуществлению правосудия лица — эксперты, специалисты, свидетели, переводчики, помощник судьи и секретарь судебного заседания.

По смыслу статей 10, 35 и некоторых других статей ГПК РФ предусмотрено, что в необходимых случаях участвуют свидетели, эксперты, специалисты, переводчики. Статьей 47 ГПК РФ определена возможность участия в деле государственных органов, органов местного самоуправления для дачи заключения по делу. В статье 35 ГПК РФ определен перечень прав и обязанностей лиц, участвующих в деле, в общем контексте данной статьи указано, что лица, участвующие в деле, несут процессуальные обязанности, установленные ГПК РФ и другими федеральными законами.

Уголовное судопроизводство также определяет состав лиц в разделе II УПК РФ «Участники уголовного процесса», в число которых входят: суд (глава 5 УПК РФ), участники уголовного процесса со стороны обвинении (глава 6 УПК РФ), участники уголовного процесса со стороны защиты, (глава 7 УПК РФ), а также иные участники уголовного процесса (глава 8). В число иных участников уголовного процесса входят лица, предусмотренные соответствующими статьями главы 8 УПК РФ, среди которых эксперт (статья 57); специалист (статья 58), переводчик (статья 59), понятой (статья 60).

Административные правонарушения, регулируются КРФ АП, из содержания которого следует, что в делах об административных правонарушениях участвует следующий круг лиц: должностные лица, уполномоченные составлять протоколы об административных правонарушениях, предусмотренные законами субъектов Российской Федерации, лица, совершившие административные правонарушения, в том числе физические лица и юридические лица независимо от места нахождения, организационно-правовых форм, подчиненности, а также других обстоятельств (в том числе статьи 1.3.1. «Предметы ведения субъектов Российской Федерации в области законодательства об административных правонарушениях», статьи 1.4. «Принцип равенства перед законом» и многих других). В ряде спорных вопросов участвуют судьи.

В главе 25 КРФ АП предусмотрены участники производства по делам об административных правонарушениях их права и обязанности. Среди данных лиц выделены: лицо, (в том числе несовершеннолетнее физическое лицо), в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении (статья 25.1 части 1 и 4); судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дело об административном правонарушении (статья 25.1 часть 3); потерпевший — юридическое или физическое лицо (статья 25.2); законные представители физического лица (статья 25.3); законные представители юридического лица (статья 25.4); защитник и представитель (статья 25.5); свидетель (статья 25.6); понятой (статья 25.7); специалист (статья 25.8); эксперт (статья 25.9); переводчик (статья 25.10), прокурор (статья 25.11).

Очевидно, что переводчики, (равно как и адвокаты), — это лица, которые осуществляют свою профессиональную деятельность и в рамках процесса и продуктом данной деятельности является (работа) услуга, которая осуществляется непосредственно в течение всего процесса.

Специалисты — компетентные лица, консультирующие суд и(или) органы дознания, иных лиц, участвующих в процессе или в действиях, предусмотренных налоговым и таможенным законодательством, по определенному кругу вопросов, не проводя самостоятельные исследования. В статье «Консультационные услуги в налоговом, таможенном и процессуальном законодательстве», опубликованной в РИСК №4, 2013 г., дана дефиниция понятию «консультирующий специалист» и подробно рассмотрена роль специалистов-консультантов в заданных рамках юридического поля[3].

Итак, целью получения профессиональной помощи по определенному кругу вопросов, возникающих в процессуальном поле, судьи, органы дознания, и иные лица, которым предоставлено право, могут прибегнуть к помощи компетентных лиц — экспертов, специалистов.

Также разрешается привлекать государственные органы, которые выдают заключения по вопросам в рамках рассматриваемого дела. В силу статьи 47 ГПК РФ могут участвовать государственные органы с целью выдачу суду заключения по делу. Наличие в деле заключения государственного органа может быть необходимостью в силу закона.

Суд по своему усмотрению может привлечь к участию в деле государственные органы и в иных случаях, когда заключение компетентного органа необходимо для правильного разрешения дела и защиты законных интересов субъектов, а не только в случаях, прямо предусмотренных законом.

3 Князева Н.В. Консультационные услуги в налоговом, таможенном и процессуальном законодательстве. //РИСК, 2013, №4.

Квалификация и профессиональная компетентность эксперта.

Процессуальное юридическое поле, налоговое таможенное законодательство — как область потребления профессиональных услуг, в том числе услуг экспертов, — также является предметом исследования.

В соответствии со статьей 9 Федерального закона от 31.05.2001 N 73-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» судопроизводство — регулируемая процессуальным законодательством Российской Федерации деятельность суда или судьи в ходе судебного разбирательства гражданских, административных и уголовных дел, а также деятельность органа дознания, лица, производящего дознание, следователя или прокурора при возбуждении уголовного дела, проведении дознания и предварительного следствия.

Определение понятия «государственный судебный эксперт» дано Федеральным законом от 31.05.2001 N 73-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации».

Государственные судебные эксперты — не заинтересованные лица, которые осуществляют экспертизу, результатом которой является объективное заключение по поставленным перед ним вопросам или мотивированный отказ от выдачи заключения. При необходимости эксперт дает требуемые объяснения в связи с содержанием заключения.

Понятие эксперта определено в ряде действующих на территории России Кодексов.

Понятие «эксперт» определено в правовом поле в ряде Кодексов. Как мы отметили выше, в настоящее время действующего специального закона об экспертной деятельности в России нет.

Понятие «государственный судебный эксперт» определено в статье 12 Федерального закона от 31.05.2001 N 73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации». А именно: государственным судебным экспертом является аттестованный работник государственного судебно-экспертного учреждения, производящий судебную экспертизу в порядке исполнения своих должностных обязанностей.

Очевидно, что государственный судебный эксперт может быть привлечен для проведения экспертизы в рамках взаимодействия государственных органов между собой, в данном случае органов дознания и(или) судебных органов с одной стороны и государственного судебного экспертного учреждения с другой. Государственные судебно-экспертные учреждения создаются и ликвидируются в порядке, определяемом для учреждений в статье 120 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Статус государственного судебного экспертного учреждения определен статьей 11 названного Федерального закона от 31.05.2001 N 73-ФЗ. В частности в данной статье сказано: «Государственными судебно-экспертными учреждениями являются специализированные учреждения федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, созданные для обеспечения исполнения полномочий судов, судей, органов дознания, лиц, производящих дознание, следователей посредством организации и производства судебной экспертизы.

Организация и производство судебной экспертизы могут осуществляться также экспертными подразделениями, созданными федеральными органами исполнительной власти или органами исполнительной власти субъектов Российской

Наименование Кодекса.	Понятие «Эксперт» в налогом, таможенном и в процессуальном законодательстве.
1	2
АПК РФ	Статья 55 «Эксперт» 1. Экспертом в арбитражном суде является лицо, обладающее специальными знаниями по касающимся рассматриваемого дела вопросам и назначенное судом для дачи заключения в случаях и в порядке, которые предусмотрены настоящим Кодексом. 2. Лицо, которому поручено проведение экспертизы, обязано по вызову арбитражного суда явиться в суд и дать объективное заключение по поставленным вопросам. 3. Эксперт вправе с разрешения арбитражного суда знакомиться с материалами дела, участвовать в судебных заседаниях, задавать вопросы лицам, участвующим в деле, и свидетелям, заявлять ходатайство о представлении ему дополнительных материалов. 4. Эксперт вправе отказаться от дачи заключения по вопросам, выходящим за пределы его специальных знаний, а также в случае, если представленные ему материалы недостаточны для дачи заключения. 5. За дачу заведомо ложного заключения эксперт несет уголовную ответственность, о чем он предупреждается арбитражным судом и дает подписку. 6. В случае невыполнения требования арбитражного суда о представлении заключения эксперта в суд в срок, установленный в определении о назначении экспертизы, при отсутствии мотивированного сообщения эксперта или государственного судебно-экспертного учреждения о невозможности своевременного проведения экспертизы либо о невозможности проведения экспертизы по причинам, указанным в части 4 настоящей статьи, судом на руководителя государственного судебно-экспертного учреждения или виновного в указанных нарушениях эксперта налагается судебный штраф в порядке и в размерах, которые установлены в главе 11 настоящего Кодекса. (часть шестая введена Федеральным законом от 28.06.2009 N 124-ФЗ)

1	2
ГПК РФ	Специальная статья «Эксперт» отсутствует. Определение понятия «эксперт» в ГПК РФ не содержится.
УПК	Статья 57. «Эксперт» 1. Эксперт — лицо, обладающее специальными знаниями и назначенное в порядке, установленном настоящим Кодексом, для производства судебной экспертизы и дачи заключения. 2. Вызов эксперта, назначение и производство судебной экспертизы осуществляются в порядке, установленном статьями 195 — 207, 269, 282 и 283 настоящего Кодекса. 3. Эксперт вправе: 1) знакомиться с материалами уголовного дела, относящимися к предмету судебной экспертизы; 2) ходатайствовать о предоставлении ему дополнительных материалов, необходимых для дачи заключения, либо привлечении к производству судебной экспертизы других экспертов; 3) участвовать с разрешения дознавателя, следователя и суда в процессуальных действиях и задавать вопросы, относящиеся к предмету судебной экспертизы; (в ред. Федерального закона от 05.06.2007 N 87-ФЗ) 4) давать заключение в пределах своей компетенции, в том числе по вопросам, хотя и не поставленным в постановлении о назначении судебной экспертизы, но имеющим отношение к предмету экспертного исследования; 5) приносить жалобы на действия (бездействие) и решения дознавателя, следователя, прокурора и суда, ограничивающие его права; 6) отказаться от дачи заключения по вопросам, выходящим за пределы специальных знаний, а также в случаях, если представленные ему материалы недостаточны для дачи заключения. Отказ от дачи заключения должен быть заявлен экспертом в письменном виде с изложением мотивов отказа. (в ред. Федерального закона от 04.07.2003 N 92-ФЗ) 4. Эксперт не вправе: 1) без ведома следователя и суда вести переговоры с участниками уголовного судопроизводства по вопросам, связанным с производством судебной экспертизы; 2) самостоятельно собирать материалы для экспертного исследования; 3) проводить без разрешения дознавателя, следователя, суда исследования, могущие повлечь полное или частичное уничтожение объектов либо изменение их внешнего вида или основных свойств; 4) давать заведомо ложное заключение; 5) разглашать данные предварительного расследования, ставшие известными ему в связи с участием в уголовном деле в качестве эксперта, если он был об этом заранее предупрежден в порядке, установленном статьей 161 настоящего Кодекса; (в ред. Федерального закона от 04.07.2003 N 92-ФЗ) 6) уклоняться от явки по вызовам дознавателя, следователя или в суд. (п. 6 введен Федеральным законом от 04.07.2003 N 92-ФЗ, в ред. Федерального закона от 05.06.2007 N 87-ФЗ) 5. За дачу заведомо ложного заключения эксперт несет ответственность в соответствии со статьей 307 Уголовного кодекса Российской Федерации. 6. За разглашение данных предварительного расследования эксперт несет ответственность в соответствии со статьей 310 Уголовного кодекса Российской Федерации.
КРФ АП	Статья 25.9. «Эксперт» 1. В качестве эксперта может быть привлечено любое не заинтересованное в исходе дела совершеннолетнее лицо, обладающее специальными познаниями в науке, технике, искусстве или ремесле, достаточными для проведения экспертизы и дачи экспертного заключения. 2. Эксперт обязан: 1) явиться по вызову судьи, органа, должностного лица, в производстве которых находится дело об административном правонарушении; 2) дать объективное заключение по поставленным перед ним вопросам, а также требуемые объяснения в связи с содержанием заключения. 3. Эксперт предупреждается об административной ответственности за дачу заведомо ложного заключения. 4. Эксперт имеет право отказаться от дачи заключения, если поставленные вопросы выходят за пределы его специальных познаний или если предоставленных ему материалов недостаточно для дачи заключения. 5. Эксперт вправе: 1) знакомиться с материалами дела об административном правонарушении, относящимися к предмету экспертизы, заявлять ходатайства о предоставлении ему дополнительных материалов, необходимых для дачи заключения; 2) с разрешения судьи, должностного лица, лица, председательствующего в заседании коллегиального органа, в производстве которых находится дело об административном правонарушении, задавать вопросы, относящиеся к предмету экспертизы, лицу, в отношении которого ведется производство по делу, потерпевшему и свидетелям; 3) указывать в своем заключении имеющие значение для дела обстоятельства, которые установлены при проведении экспертизы и по поводу которых ему не были поставлены вопросы. 6. За отказ или за уклонение от исполнения обязанностей, предусмотренных частью 2 настоящей статьи, эксперт несет административную ответственность, предусмотренную настоящим Кодексом.
НК РФ	Специальная статья «Эксперт» отсутствует. Определение понятия «эксперт» в НК РФ не содержится.
ТК ТС	Специальная статья «Эксперт» отсутствует. Определение понятия «эксперт» для целей привлечения эксперта со стороны в ТК ТС не содержится. В ТК ТС содержится понятие «таможенный эксперт» — должностное лицо таможенного органа, уполномоченное на проведение таможенной экспертизы.

Федерации. В случаях, если производство судебной экспертизы поручается указанным экспертным подразделениям, они осуществляют функции, исполняют обязанности, имеют права и несут ответственность как государственные судебно-экспертные учреждения».

Понятия «экспертное учреждение», «негосударственное судебное экспертное учреждение», «экспертная организация» или в иной формулировке действующим законодательством не установлены.

В Федеральном законе от 31.05.2001 N 73-ФЗ понятие эксперт употребляется в смысле государственный судебный эксперт. В данной статье мы предлагаем разделить понятие эксперт, используемое в процессуальном, налоговом и таможенном законодательстве, которое объединяет в себе всех возможных экспертов: как государственных, так и не государственных.

Таким образом, в процессуальном поле могут действовать негосударственные эксперты, государственные судебные эксперты.

Комплексное определение понятия эксперт дано в статье Н.В. Нестерова[4]: «С системной точки зрения категорию эксперта можно рассматривать как свойства человека, обладающего специальными знаниями в некоторой предметной области, которые регулируются экспертным правом, характеризующие его: полномочия в рамках экспертного дела; взаимодействия с юридическими субъектами в рамках экспертизы; воздействия на объект экспертизы, продуцирующие продукт экспертизы».

Однако, в настоящее время как раз экспертное право находится в стадии доработки. Известно, что в Государственную Думу Правительством РФ внесен проекта Федерального закона «О судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации»[5]. В данном проекте Федерального закона в статье 14 определено, что в качестве судебного эксперта может выступать государственный судебный эксперт или негосударственный судебный эксперт, соответствующий требованиям, установленным статьей 15 данного Федерального закона. В статье 15 определены профессиональные и квалификационные требования, предъявляемые к эксперту. Непосредственно в части 1 статьи 15 дана короткая формулировка о том, что экспертом может быть физическое лицо, обладающее специальными знаниями.

В данной статье, все же, мы не будем подробно останавливаться на дефинициях, определении области прав и обязанностей на основании проекта Федерального закона «О судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации». Документ не является действующим и все статьи проекта Федерального закона, а также их части могут быть изменены в ходе редакции. В данной статье мы обратимся к названному проекту только с целью подчеркнуть существо возможных новых определений.

Итак, опираясь на действующие процессуальные Кодексы, очевидно, что самым полным является определение, содержащееся в КРФ АП. Выведем подходящее для определенного в настоящей статье правового поля, определение.

Эксперт — государственное или негосударственное, независимое, не заинтересованное в исходе дела совершеннолетнее лицо, обладающее специальными познаниями в науке, технике, искусстве или ремесле, достаточными для проведения экспертизы с целью дачи экспертного заключения по вопросам, определяемым налоговым, таможенным, судебными органами или органами дознания.

Необходимо выделить области, обозначенные в действующем законодательстве, а также степень их определенности и понимания, регламентирующие характеристика эксперта и степени его квалификации.

Для иллюстрации требований, предъявляемых к лицам, которые привлекаются для осуществления экспертизы, построим следующую таблицу.

На сегодняшний день к государственным судебным экспертам предъявляются повышенные требования. Права, обязанности, ответственность, правовые полномочия и негосударственных условия для государственных и негосударственных экспертов установлены соответствующим законодательством.

Таким образом, требования к профессиональному уровню, порядку получения и повышения квалификации негосударственных экспертов не определены в настоящее время.

Негосударственные судебные эксперты могут пройти добровольную сертификацию, о правилам, установленным Российским Федеральным Центром Судебной Экспертизы (РФЦСЭ), учредителем которого является Министерство Юстиции РФ. К лицам, которые решили пройти добровольную сертификацию предъявляются те же требования, что и к государственным судебным экспертам.

Следовательно, процессуальные лица, которые прошли добровольную сертификацию уровня своей компетенции могут составлять достойную конкуренцию государственным судебным экспертам. Введение обязательной сертификации компетенции экспертов является логичным продолжением развития такой экономической сферы деятельности в России, как рынок профессиональных экспертных услуг.

В проекте Федерального закона «О судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» предусмотрены следующие статьи:

Статья 14. Судебный эксперт

Статья 15. Профессиональные и квалификационные требования, предъявляемые к эксперту

Статья 16. Сертификация компетентности государственного судебного эксперта

4 Нестеров А.В. О юридическом положении эксперта // Эксперт-криминалист. 2013. N 2. С. 12 - 15.

5 См. Паспорт проекта Федерального закона N 306504-6 «О судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации».

Параметр	Государственный судебный эксперт		Эксперт	
1	2	3	4	5
1.Требования, предъявляемые к эксперту	аттестованный работник государственного судебно-экспертного учреждения, производящий судебную экспертизу в порядке исполнения своих должностных обязанностей.	ст.12 Федеральный закон от 31.05.2001 N 73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации»	лицо, обладающее специальными знаниями по касающимся рассматриваемого дела вопросам и назначенное судом для дачи заключени	ч.1, ст.55 АПК
			лицо, обладающее специальными знаниями и назначенное в порядке, установленном настоящим Кодексом, для производства судебной экспертизы и дачи заключения.	ч.1, ст.57 УПК
	Все требования, предъявляемые к эксперту, содержащиеся в действующих на территории России Кодексах, содержащиеся в графе 4 и 5 данной таблицы		любое не заинтересованное в исходе дела совершеннолетнее лицо, обладающее специальными познаниями в науке, технике, искусстве или ремесле, достаточными для проведения экспертизы и дачи экспертного заключения	ч.1, ст.25.9 КРФ АП
2.Профессиональные требования	гражданин Российской Федерации, - наличие высшего образования и - наличие дополнительного профессионального образования по конкретной экспертной специальности Должность эксперта в экспертных подразделениях федерального органа исполнительной власти в области внутренних дел может также занимать гражданин Российской Федерации, имеющий среднее профессиональное образование в области судебной экспертизы.	Ст. 13. «Профессиональные и квалификационные требования, предъявляемые к эксперту» Федерального закона от 31.05.2001 N 73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации»	Не определены	
3.Квалификационные требования	Определение уровня квалификации экспертов и аттестация их на право самостоятельного производства судебной экспертизы осуществляются экспертно-квалификационными комиссиями в порядке, установленном нормативными правовыми актами соответствующих федеральных органов исполнительной власти. Уровень квалификации экспертов подлежит пересмотру указанными комиссиями каждые пять лет.	Ст. 13. «Профессиональные и квалификационные требования, предъявляемые к эксперту» Федерального закона от 31.05.2001 N 73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации»	Не определены	

Статья 17. Сертификация компетентности негосударственного судебного эксперта

Статья 18. Порядок и условия выдачи, отказа в выдаче сертификата компетентности судебного эксперта

Статья 19. Приостановление, прекращение действия и лишение сертификата компетентности судебного эксперта

Статья 20. Государственный реестр судебных экспертов

Коротко изложим содержание требований, предъявляемых к экспертам в процессуальном поле, в проекте Федерального закона «О судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации»:

1) любой эксперт должен соответствующий требованиям, установленным статьей 15 «Профессиональные и квалификационные требования, предъявляемые к эксперту».

2) Экспертом может быть физическое лицо, обладающее специальными знаниями.

3) Экспертом должен быть гражданин Российской Федерации, имеющий высшее профессиональное образование и прошедший последующую подготовку по конкретной экспертной специальности.

4) Должность эксперта в экспертных подразделениях в области внутренних дел может также занимать гражданин Российской Федерации, имеющий среднее профессиональное образование по специальности «судебная экспертиза».

5.) Сертификация компетентности судебных экспертов осуществляется экспертно-квалификационными комиссиями, создаваемыми федеральными органами исполнительной власти, Следственным комитетом Российской Федерации с участием негосударственных судебных экспертов в порядке, установленном Правительством

Российской Федерации. Уровень квалификации экспертов подлежит пересмотру указанными комиссиями каждые пять лет.

6) Производство судебной экспертизы может суть поручено:

6.1) лицу, обладающему специальными знаниями и не имеющему сертификата компетентности судебного эксперта

6.2) лицу, обладающему специальными знаниями и не имеющему сертификата компетентности судебного эксперта, указанное лицо должно представить суду, судье, следователю, дознавателю, органу (должностному лицу), в производстве которого находится дело об административном правонарушении, сведения, касающиеся возможности производства судебной экспертизы (в том числе о наличии необходимого оборудования), а также имеющиеся документы об образовании, специальности, наличии стажа работы в качестве судебного эксперта и иные данные, свидетельствующие об его компетентности и надлежащем уровне квалификации.

При этом сертификация компетентности государственного судебного эксперта осуществляется в обязательном порядке, а негосударственного судебного эксперта в добровольном порядке, один раз в пять лет путем сдачи им квалификационного экзамена с выдачей сертификата компетентности судебного эксперта. Предусмотрено в проекте закона и внеочередное подтверждение компетентности судебного эксперта в случае возникновения обоснованных сомнений в надлежащем уровне квалификации судебного эксперта. Указанная сертификация компетентности судебного эксперта осуществляется путем сдачи квалификационных экзаменов по определенной экспертной специальности. Прием экзамена осуществляется экспертно-квалификационными комиссиями.

В проекте закона сказано, что порядок проведения сертификации компетентности государственных судебных экспертов, в том числе внеочередной, и условия выдачи, отказа в выдаче сертификата компетентности судебного эксперт, а также порядок деятельности экспертно-квалификационных комиссий определяются Правительством Российской Федерации.

В проекте закона также предусмотрено ведение Государственного реестра судебных экспертов, статус, цели, порядок формирования и использования которого устанавливаются Правительством Российской Федерации. В данном Государственном реестре будут содержаться сведения о судебных экспертах, получивших в установленном порядке сертификат компетентности судебного эксперта.

Очевидно, что предполагается введение одинаковых требований к экспертам, и это будет совершенно справедливо. Однако, останется не определенными или недостаточно сформулированными следующие важные аспекты:

1) Как следует из текста действующих нормативных документов и из названного проекта Федерального закона, остается возможным участие лиц в судебном процессе, не имеющих сертификат компетентности. По нашему мнению, необходимо определить, что участие в качестве экспертов с процессуальном поле лиц, не имеющих сертификат компетентности допускается только в случае, если в Порядке сертификации компетенции судебных экспертов, который будет определен Правительством РФ, не предусмотрено соответствующей Программы подготовки эксперта по соответствующей специальности и(или) к моменту назначения экспертизы не было проведено ни одного квалификационного экзамена по Программе подготовки эксперта по соответствующей специальности, или ни один квалифицированный сертифицированный эксперт не дал согласие на проведение экспертизы. При этом справедливо предусмотреть письменный отказ эксперта от проведения экспертизы и запретить его участи в данном процессе в случае немотивированного отказа, или отказа по неуважительной причине не определенной, как отказ ввиду наличия объективных обстоятельств (или наличие уважительной причины). При наличии в мотивированном отказе причин, считающихся уважительными или объективными обстоятельствами, можно допустить возможность участия в процессе даже в случае отказа от предоставления экспертных услуг в рамках определенного процесса (или в целях, предусмотренным, налоговым и таможенным законодательством).

Выбор лица в качестве эксперта, разумно осуществлять из круга (из числа) лиц

2) Необходимо тщательно разработать Порядок, определяющий наличие «обоснованных сомнений в надлежащем уровне квалификации судебного эксперта», который в проекте закона не определен. Соответственно, любая сторона процесса может заявить ходатайство о наличии сомнений в квалификации эксперта, и их обоснованность будет определяться, например, на усмотрение суда.

3) Необходимо переработать и(или) разработать новые стандарты и методики обучения — Программы подготовки экспертов по соответствующей специальности. При этом в проекте закона предусмотрена разработка Порядка проведения сертификации и сдачи квалификационного экзамена для подтверждения уровня компетентности эксперта. Существующие программы разработаны кроме того существуют неустранимые коллизии в действующих правилах сертификации. Например, для сертификации негосударственного эксперта необходимо представить проведенные претендентом (соискателем) судебной экспертизы (о чем подробно сказано ниже). Следовательно, проведение таких экспертиз долж-

но быть без наличия сертификата компетентности, что в редакции проекта Федерального закона «О судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» практически невозможно.

Как было упомянуто выше, в России действует федеральное бюджетное учреждение — Российский федеральный центр судебной экспертизы при Министерстве юстиции Российской Федерации (РФЦСЭ). Учредителем РФЦСЭ, как и всех других государственных судебно-экспертных учреждений системы Минюста России (далее — СЭУ), является Министерство юстиции Российской[6].

Система добровольной сертификации методического обеспечения судебной экспертизы была разработана и зарегистрирована как «Система добровольной сертификации методического обеспечения судебной экспертизы — РОСС RU. В175.04ОЭОО от 2 марта 2005 г.». Названная система прошла аккредитацию в Федеральном агентстве по техническому регулированию и метрологии Российской Федерации (Госстандарт России).

Причины проведения соискателями добровольной сертификации собственной компетентности в качестве судебных экспертов уже были объяснены учеными и руководителями Минюста РФ. В качестве таковых в своей статье заместитель директора Департамента правового регулирования, анализа и контроля деятельности подведомственных служб Минюста России Москвина Т.П. и заместитель директора Российского федерального центра судебной экспертизы при Минюсте России Усов А.И. назвали, например: заинтересованность в повышении своего статуса, подтверждение надежности применяемых методик и другие[7].

В настоящее время в соответствии с Распоряжением Минюста России от 27.10.2010 № 9105-р «Об организации добровольной сертификации компетентности экспертов в государственных судебно-экспертных учреждениях Министерства юстиции Российской Федерации» в РФЦСЭ при Минюсте России проводятся организационные мероприятия по возобновлению процедуры добровольной сертификации согласно установленным правилам Системы и территориальным зонам обслуживания.

В рамках данной процедуры к соискателям предъявляется ряд требований, все материалы размещены на сайте РФЦСЭ. Одним из требований является напревление в адрес РФЦСЭ (РЦСЭ) не менее 5 экспертных заключений для рецензирования, копию диплома о высшем образовании.

На сайте размещены нормативная база, для самостоятельной подготовки соискателей сертификатов компетентности судебных экспертов. Кроме того представлены следующие нормативные документы:

1) Перечень родов (видов) судебных экспертиз, выполняемых в федеральных бюджетных судебно-экспертных учреждениях Минюста России, и Перечень экспертных специальностей, по которым представляется право самостоятельного производства судебных экспертиз в федеральных бюджетных судебно-экспертных учреждениях Минюста России (приказ Минюста России от 27.12.2012 № 237 с приложениями)

2) Положение об организации профессиональной подготовки и повышения квалификации государственных судебных экспертов государственных судебно-экспертных учреждений Министерства юстиции Российской Федерации (приказ Минюста России от 15.06.2004 №112 с изменениями, внесенными приказом Минюста России от 01.11.2004 №174).

3) Положение об аттестации государственных экспертов государственных судебно-экспертных учреждений Министерства юстиции Российской Федерации (приказ Минюста России от 18.07.2007 №142).

Остановимся также на том, что ряд программ подготовки экспертов разработаны почти 10 лет назад, список представлен в таблице ниже.

Программы предназначены для самостоятельной подготовки специалистов. Например, программа по экспертной специальности 17.1 «Исследование записей бухгалтерского учета» предназначена для самостоятельной подготовки (в течение одного года) судебных экспертов, имеющих высшее образование и специализирующихся в области исследования записей бухгалтерского учета. Самостоятельное изучение предполагает изучение основ криминалистики, основ судебной экспертизы. Кроме того в программу специализированные четыре темы судебной бухгалтерской экспертизы, методических рекомендаций по изучению данных тем и списка рекомендованной литературы.

Нет среди списка специальностей специальной программы подготовки «Исследование налогового учета и отчетности». Данная область включена в программу по специальности 17.1, что по нашему мнению не соответствует существующим учетным областям и направлениям.

Так, в соответствии со статье 313 НК РФ, налоговый учет — система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на основе данных первичных документов, сгруппированных в соответствии с порядком, предусмотренным Налоговым Кодексом РФ. При этом отмечено, что в случае, если в регистрах бухгалтерского учета содержится недостаточно информации для определения налоговой базы в соответствии с требованиями настоящей главы, налогоплательщик вправе самостоятельно дополнять

6 Официальный сайт РФЦСЭ http://sudexpert.ru.

7 Москвина Т.П., Усов А.И. «О сертификации методического обеспечения судебной экспертизы» // "Адвокат", 2005, N 10.

Экспертная область	Нормативный документ, утвердивший программу подготовки судебных экспертов
Основы криминалистики	Приказ Минюста России N 124 от 6 июля 2004 г.
Основы судебной экспертизы	Приказ Минюста России N 123 от 6 июля 2004 г.
Почерковедческая экспертиза	Приказ Минюста России N 128 от 20 июля 2004 г.
Автороведческая экспертиза	Приказ Минюста России N 160 от 1 октября 2004 г.
Техническая экспертиза документов	Приказ Минюста России N 127 от 20 июля 2004 г.
Фототехническая экспертиза	Приказ Минюста России N 162 от 1 октября 2004 г.
Портретная экспертиза	Приказ Минюста России N 161 от 1 октября 2004 г.
Трасологическая экспертиза	Приказ Минюста России N 134 от 4 августа 2004 г.
Экспертиза видео- и звукозаписей	Приказ Минюста России N 156 от 20 сентября 2004 г.
Экспертиза оружия и следов выстрела	Приказ Минюста России N 129 от 20 июля 2004 г.
Взрывотехническая экспертиза	Приказ Минюста России N 175 от 1 ноября 2004 г.
Криминалистическая экспертиза материалов, веществ и изделий	Приказ Минюста России N 155 от 20 сентября 2004 г.
Почвоведческая экспертиза	Приказ Минюста России N 168 от 13 октября 2004 г.
Биологическая экспертиза	Приказ Минюста России N 164 от 7 октября 2004 г.
Автотехническая экспертиза	Приказ Минюста России N 154 от 20 сентября 2004 г.
Строительно-техническая экспертиза	Приказ Минюста России N 167 от 13 октября 2004 г.
Бухгалтерская экспертиза	Приказ Минюста России N 157 от 20 сентября 2004 г.
Финансово-экономическая экспертиза	Приказ Минюста России N 176 от 1 ноября 2004 г.
Товароведческая экспертиза	Приказ Минюста России N 165 от 7 октября 2004 г.
Психологическая экспертиза	Приказ Минюста России N 166 от 7 октября 2004 г.
Компьютерно-техническая экспертиза	Приказ Минюста России N 169 от 13 октября 2004 г.
Инструментальные методы исследования	Приказ Минюста России N 170 от 3 октября 2004 г.

применяемые регистры бухгалтерского учета дополнительными реквизитами, формируя тем самым регистры налогового учета, либо вести самостоятельные регистры налогового учета.

Также в НК РФ указано, что система налогового учета организуется налогоплательщиком самостоятельно, исходя из принципа последовательности применения норм и правил налогового учета.

Все вышеизложенное подтверждает наличие самостоятельной области исследования налоговый учет.

Образовательные стандарты подготовки судебных экспертов в рамках дополнительного профессионального образования подлежат серьезной доработки и переработки.

Очевидно, что в случае принятия нового закона, а также в силу изменяющегося законодательства, (например, значительны изменения в законодательстве по бухгалтерскому учету, таможенном законодательстве, претерпели значительные изменения положения НК РФ), программы подготовки требуют регулярного пересмотра на предмет их актуальности.

Кроме того, по нашему мнению, необходимо предусмотреть программы не только для самостоятельного обучения, но и предусматривающее обучение в учебных центрах иных образовательных учреждениях. Учебные центры, которым будет предоставлено право обучения с целью подготовки для сдачи экзаменов сертификацию компетентности судебных экспертов, могут или должны быть, аккредитованными при РФЦСЭ,

Заключение эксперта.

В соответствии со статьей 9 действующего в настоящее время Федерального закона от 31.05.2001 N 73-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации»: судебная экспертиза — процессуальное действие, состоящее из *проведения исследований* и *дачи заключения экспертом* по вопросам, разрешение которых требует специальных знаний в области науки, техники, искусства или ремесла и которые поставлены перед экспертом судом, судьей, органом дознания, лицом, производящим дознание, следователем, в целях установления обстоятельств, подлежащих доказыванию по конкретному делу. При этом в данной статье установлено, что заключение эксперта это письменный документ, отражающий ход и результаты исследований, проведенных экспертом.

Кроме того, статья 10 «Объекты исследований» Федерального закона от 31.05.2001 N 73-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» определяет, что объектами исследований являются вещественные доказательства, документы, предметы, животные, трупы и их части, образцы для сравнительного исследования, а также материалы дела, по которому производится судебная экспертиза.

Таким образом, деятельность эксперта это услуга, которая состоит из проведения исследования, подготовки и предоставления заключения о ходе и результатах исследования и дачи необходимых пояснений по содержанию заключения. Продуктом данной услуги является — заключение.

Форма заключения не предусмотрена действующим законодательством. Законодательством установлены требования к содержанию заключения эксперта. Проведем анализ данных требований, содержащихся в нормативных документах.

№	Требования к форме содержанию заключения. Дополнительные вопросы к эксперту. Пояснения эксперта.	АПК	ГПК	УПК	КРФ АП	НК РФ	ТК ТС
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Письменная форме	+	+	+	+	+	+
2	Количество экземпляров заключения эксперта						+
3	время и место проведения экспертизы	+					+
4	основания для проведения экспертизы	+			+		+
	сведения о государственном судебно-экспертном учреждении, об эксперте (фамилия, имя, отчество, образование, специальность, стаж работы, ученая степень и ученое звание, занимаемая должность), которым поручено проведение судебной экспертизы	+			+		+
5	вопросы, поставленные перед экспертом или комиссией экспертов	+					+
6	объекты исследований и материалы дела, представленные эксперту для проведения судебной экспертизы	+		+	+	+	+
7	подробное описание проведенного исследования	+					+
8	содержание и результаты исследований с указанием примененных методов		+				+
9	оценка результатов исследований, выводы по поставленным вопросам и их обоснование	+	+	+		+	+
10	оценка результатов исследований, выводы по поставленным вопросам и их обоснование	+	+	+		+	+
11	Последовательность ответов должна соответствовать последовательности поставленных вопросов.						+
12	иные сведения в соответствии с федеральным законом.	+					
13	Материалы и документы, иллюстрирующие заключение эксперта или комиссии экспертов, прилагаются к заключению и служат его составной частью.	+					+
14	Если эксперт при проведении экспертизы установит обстоятельства, которые имеют значение для дела и по поводу которых ему не были поставлены вопросы, он вправе включить выводы об этих обстоятельствах в свое заключение.	+	+	+		+	+
15	Заключение эксперта является доказательством	+		+	+		
16	Заключение эксперта не является обязательным		+		+	+	+
17	Эксперт вправе дать необходимые пояснения по заключению	+		+			
18	Эксперт обязан ответить на дополнительные вопросы лиц, участвующих в деле и суда.	+		+			
19	Эксперт обязан на допросе дать необходимые пояснения по заключению			+			

Как видно из вышеприведенной таблицы, только письменная форма заключения является общеопределенным требованием. Практически во всех Кодексах, за исключением ГПК РФ, предусмотрено наличие следующих разделов:

— вопросы, поставленные перед экспертом или комиссией экспертов,

— содержание и результаты исследований с указанием примененных методов,

— оценка результатов исследований, выводы по поставленным вопросам и их обоснование.

Однако практически все разделы заключения, поименованное в строках, представленных в таблице являются важными и должны присутствовать в заключении.

По нашему мнению, будет разумно разработать стандартную форму заключения, например, в соответствующим профессиональном стандарте.

В заключении отметим, что профессия эксперт может быть предусмотрена в различных сферах человеческой деятельности, на различных предприятиях и описание понятия «эксперт» в самом широком смысле слова не позволит уместиться в рамках одной статьи. Эксперт в налоговом, таможенном и процессуальном законодательстве может быть выбран из одной профессиональной одинакового высокого уровня профессиональной компетентности.

Эксперт — общественно значимая профессия и эволюция законодательства наглядно свидетельствует о назревающих и происходящих переменах в области регулирования экспертной деятельности. Эксперты, услуги которых реализуются в рассматриваемом правовом поле, могут иметь единый формат предъявляемых к ним требований.

Стандартизация подхода к профессиональным качествам и правилам оказания определенной услуги — зарекомендовавшая себя система регулирования. На начальном этапе государственное регулирование — необходимый старт для разра-

ботки, внедрения и контроля за деятельностью государственных и негосударственных экспертов. В последующем возможно перейти к саморегулированию профессии

Профессиональные стандарты могут быть разработаны в следующих областях:

I. Стандарты в области образования и повышения квалификации.

II. Стандарты в области регулирования профессии: методики проведения проверки, правил оформления заключения, правил сбора материалов (доказательств) о проведении исследования.

III. Стандарты в области контроля качества работы профессиональных экспертов.

Стандартизация профессии позволяет снять большинство вопросов, которые сегодня могут возникать при оказании экспертных услуг. По примеру иных профессиональный услуг, (например, услуг аудита), разработка и внедрение профессиональных стандартов в профессию, разработка Кодекса профессиональной этики экспертов России: 1) позволяет экономическим субъектам в будущем экономить время при выполнении услуг заданного формата, 2) позволяет четко контролировать качество оказываемых услуг, 3) ограничит возможности недобросовестной конкуренции субъектов (например, не позволит применить неточности в формулировке определения «наличия обоснованных сомнений в надлежащем уровне квалификации судебного эксперта» в целях устранения конкурентов). РИСК

Библиографический список:

1. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 N 95-ФЗ

2. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации» от 14.11.2002 N 138-ФЗ

3. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации» от 18.12.2001 N 174-ФЗ

4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ

5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 N 146-ФЗ

6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ

7. Таможенный кодекс Таможенного союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 N 17

8. Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 N 63-ФЗ

9. Федеральный закон от 31.05.2001 N 73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации»
иные Федеральные законы РФ

10. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОКВЭД

11. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. «Современный экономический словарь» (ИНФРА-М, 2006)

12. Нестеров А.В. О юридическом положении эксперта // Эксперт-криминалист. 2013. N 2. С. 12 — 15.

13. Проект Федерального закона N 306504-6 «Осудебно-экспертнойдеятельностивроссийской Федерации.

14. Москвина Т.П., Усов А.И. «О сертификации методического обеспечения судебной экспертизы» // «Адвокат», 2005, N 10.

маркетинг и логистика

- новости
- аналитические материалы, статьи
- законодательство, нормативные акты, комментарии
- маркетинговые исследования

www.itkor.ru

А. Шестов,
к.э.н., доцент кафедры менеджмента,
Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского

Стратегические подходы к рационализации инфраструктуры на рынке обуви

Аннотация: в статье рассмотрены особенности стратегического развития регионов на основе обеспечения территорий логистической и иной инфраструктурой. Это позволит создать эффективную товаропроводящую инфраструктуру, соответствующую требованиям оптимального сценария развития экономики региона и способствующей модернизации экономики РФ в целом.

Ключевые слова: рынок обуви, логистика, логистическая инфраструктура, отраслевое развитие, развитие территорий.

Annotation: the peculiarities of strategic regional development by providing the logistics and other infrastructure. This will create an effective product distribution infrastructure that meets the requirements of an optimal scenario of economic development of the region and contributing to the modernization of the Russian economy as a whole.

Keywords: shoe market, logistics, logistics infrastructure, branch development, development of territories.

Стратегия развития логистической инфраструктуры региона должна быть направлена на разрешение основных проблем и реализацию приоритетных направлений его развития. Стратегия должна включать оценку инфраструктурной обеспеченности территории региона. При этом следует отметить, что инфраструктурное развитие региона должно быть опережающим по отношению к его отраслевому развитию, поскольку развитая инфраструктура для большинства отраслей и секторов экономики является одним из ключевых факторов успеха и непременным условием размещения бизнеса на территории того или иного региона.

Таким образом, стратегическое планирование для всех регионов России должно быть направлено на опережающее развитие инфраструктурных объектов в соответствии с прогнозами социально-экономического развития региона. На основе стратегических планов по развитию регионов должны формироваться отдельные региональные программы развития инфраструктуры, в том числе и инфраструктуры торговли товарами народного потребления, в т.ч. обувью.

Таким образом, основная цель развития торговли региона товарами народного потребления, вт.ч. обуви — это создание эффективной товаропроводящей инфраструктуры, соответствующей требованиям оптимального сценария развития экономики региона и способствующей модернизации экономики РФ в целом. Именно такая цель наилучшим образом позволяет достигнуть баланс интересов всех заинтересованных участников в секторе торговли товарами народного потребления.

Критерии эффективности товаропроводящей системы по реализации обуви для регионов Российской Федерации должны быть следующими.

Помимо этих четырех критериев необходимо также отслеживать уровень конкуренции в торговле товаров народного потребления, поскольку большинство позитивных эффектов консолидации могут быть реализованы только в условиях активной конкуренции.

Исходя из целей стратегии, анализа проблем, возможностей и угроз, стоящих перед сектором торговли обувью в РФ, можно сформулировать ряд ключевых задач стратегии:

- ♦ Повышение эффективности регулирования сектора торговли обувью
- ♦ Развитие инфраструктуры торговли обувью
- ♦ Стимулирование развития торговли в малых и отдаленных населенных пунктах
- ♦ Снижение кадрового дефицита в торговле обувью
- ♦ Обеспечение необходимого уровня конкуренции на рынке обуви
- ♦ Поддержка развития малого и среднего бизнеса без ограничения развития сетей
- ♦ Стимулирование развития удаленных каналов продаж.

Меры, относящиеся к первой группе инструментов, государственное финансирование — строительство инфраструктурных объектов за счет государства — наиболее затратные для государственного бюджета. При этом помимо транспортной инфраструктуры государству необходимо развивать и инвестировать и в другие сферы. Учитывая ограниченные финансовые ресурсы государства, объем инвестирования в транспортную инфраструктуру составляет около 3% от ВВП, что, безусловно, не позволяет развивать инфраструктуру с необходимыми темпами. В сложившихся экономических условиях, расширять финансирование на строительство инфраструктуры за счет государства не представляется возможным, в связи с чем подобные инструменты не будут рассмотрены для реализации стратегии развития торговли на обувном рынке Российской Федерации.

Следующими по уровню финансовой нагрузки на государственный бюджет мерами являются

Таблица 1

Критерии эффективности товаропроводящей системы в разрезе обувной отрасли

№	Критерий	Характеристика
1.	Объем торговых площадей современных форматов на 1000 чел.	Критерий показывает географический охват системы дистрибуции для производителей и физическую доступность товаров для потребителей
2.	Доля современных форматов в обороте отрасли	Современные форматы, по сравнению с традиционными, отличаются большей эффективностью продаж (оборот на м2), меньшими удельными издержками, низкими ценами, более высоким качеством сервиса и контролем качества товаров. Поэтому данный критерии описывает эффективность системы дистрибуции для производителей, ценовую доступность, качество товаров и услуг для потребителей
3.	Степень консолидации отрасли	Консолидация позволяет реализовать критически значимые для отрасли эффекты масштаба в закупках, логистике, привлечении финансовых ресурсов Только крупные компании имеют возможность осуществлять масштабные инвестиции в инновационные технологии и методы работы, т.е. снижать издержки и повышать эффективность товаропроводящей системы Крупные компании имеют возможность оказывать влияние на поставщиков с целью снижения цен, повышения качества товара, повышение эффективности бизнес-процессов, что приведет к росту конкурентоспособности экономики в целом, т.е. будет важным условием реализации инновационного сценария развития экономики Поэтому данный критерий описывает эффективность системы дистрибуции для производителей, ценовую доступность, качество товаров и сервиса для потребителей, повышает конкурентоспособность экономики в целом
4.	Доля удаленных каналов продаж в обороте торговли	Данный критерий также отвечает за географический охват товаропроводящей системы, качество сервиса (удобство) для потребителей, эффективность системы дистрибуции для производителей (часто меньшие удельные издержки по сравнению с физическими торговыми объектами)

механизмы государственно-частного партнерства. В области развития экономики такие меры активно предпринимаются в РФ при создании особых экономических зон, где (помимо представления инвесторам налоговых льгот) государство участвует в подведении коммуникаций. Однако, подобные проекты, как правило, затрагивают только стратегически значимые для государства направления в экономике, такие, как, например, развитие инноваций, остро нуждающегося в государственных инвестициях. Сектор торговли на рынке обуви в противовес большинству нуждающихся в поддержке секторов экономики способен самостоятельно инвестировать в строительство объектов ведения бизнеса. К тому же, учитывая высокую потребность и целевые значения по обеспеченности населения торговыми площадями, а также существенную стоимость подведения коммуникаций к новым объектам, общие затраты на реализацию подобных мер в РФ будут высоки. Таким образом, меры подобного характера для развития торговли на обувном рынке также исключаются из рассмотрения на раннем этапе реализации Стратегии развитии регионов, но предусматриваются на отдаленную перспективу. При этом, наиболее целесообразными представляются следующие инструменты: концессионные соглашения, инвестиционные соглашения, государственное кредитование.

Льготы и административные механизмы, способствующие развитию обувной отрасли, в том числе и связанного со строительством инфраструктуры, могут принимать различные формы. В первую очередь, это могут быть льготы, связанные с налогообложением или ставками платы за использование объектов государственной собственности. Это может быть также льготное кредитование из государственных фондов, субсидирование части процентных ставок или гарантии по коммерческим кредитам. Дополнительными формами льгот могут быть возможности по временному или частичному использованию в коммерческих целях некоммерческих объектов инфраструктуры таких, как, например, автодороги. Административные меры включают, как правило, снижение требований и регламентов, регулирующих ту или иную деятельность, введение упрощенных процедур регистрации, сертификации и управления, введение мер, повышающих прозрачность регулирования и т.д. В большинстве случаев предоставляемые льготы (кроме гарантий и субсидирования процентных ставок) не требуют прямых государственных затрат и выражаются только в частичном сокращении объема государственных поступлений, которое является временным явлением и компенсируется экономическими и социальными выгодами от ускоренного развития целевого сектора экономики.

Учитывая сложившиеся неблагоприятные экономические условия, а также ограниченные возможности государственного бюджета и высокие социальные обязательства, основными мерами развития инфраструктуры для сектора торговли на рынке обуви будут рассмотрены только льготы и административные механизмы, не требующие прямого отвлечения государственных средств. Для определения оптимального инструмента государственного стимулирования развития розничной торговли обуви в регионе необходимо провести классификацию регионов и населенных пунктов по степени экономической привлекательности для розничных компаний.

Укрупнено можно выделить три типа территорий:

♦ Привлекательные для обувной отрасли — продавцы могут получить достаточный возврат на инвестированный капитал, открывая торговые точки на этих территориях

♦ Относительно привлекательные — продавцы могут получать операционную прибыль, но возврат на инвестированный капитал не превышает стоимости капитала для розничных компаний

♦ Непривлекательные — в нормальных условиях (без специальных льгот) продавцы не могут получать операционную прибыль

К привлекательным регионам можно отнести районы с развитой инфраструктурой, высокими доходами населения, высокой численностью и плотностью распределения населения на территории населенных пунктов. Регионы такого типа являются привлекательными с экономической точки зрения для розничных игроков, поэтому не рекомендуется проводить дополнительных государственных мероприятий по развитию розничной торговли обувью.

Относительно привлекательные для развития рынка обуви территории характеризуются достаточно развитой инфраструктурой, средневысокими доходами на душу населения, средневысокой плотностью и численностью населения. Основными дополнительными мероприятиями по развитию торговли обувью на данных территориях должны быть льготное предоставление земли и площадей, налоговые льготы, а также включение обязательств по открытию торговых точек на данных территориях в условия тендера по получению земель/площадей на привлекательных территориях. Требования по обеспеченности таких территорий торговыми площадями должны быть сформулированы в градостроительной документации (основанной на программах социально-экономического развития), а конкретные способы из трех, предложенных выше, должны выбирать региональные и муниципальные власти, которые отвечают за реализацию программ развития и градостроительную деятельность.

Однако существует ряд территорий, которые так и останутся непривлекательными с экономической точки зрения для обувной отрасли, при использовании «косвенных» инструментов государственного регулирования. Для таких территорий необходимо либо организовывать снабжение обувной продукцией за счет государства, либо предусмотреть прямые субсидии для частных компаний, осуществляющих продажу обуви на данных территориях. Способствовать развитию инфраструктуры торговли на относительно привлекательных и непривлекательных для рынка обуви территориях может поддержка кооперации малых сельскохозяйственных производителей (сырьевая база для производства обуви) и предприятий розничной торговли, находящихся на данных территориях.

При использовании механизма сетевого контракта государство должно разработать специальную программу, согласно которой некоторые розничные обувные компании, желающие развиваться на особо привлекательных (с экономической точки зрения) рынках, должны обеспечить доставку обуви потребителям и на удаленных не привлекательных территориях. Доставка обуви может быть осуществлена как за счет строительства стационарных объектов торговли, так и за счет организации передвижных торговых пунктов. При этом в обязательства государства должно входить обеспечение продавцов розничной торговли, работающих на таких непривлекательных территориях, уровня возврата на инвестиции, равного стоимости капитала. Реализация данного обязательства может быть решена несколькими способами, среди которых и прямое финансирование государством строительства объектов торговли обувью и субсидии на ведение данного бизнеса.

В программе регионального развития комплекс выполняемых функций создаваемых региональных логистических центров позволяет рассматривать их не только в роли национальных транспортно-логистических узлов, но и в качестве своеобразного каркаса, цементирующего процесс перевозки обуви , подвижной состав и инфраструктуру в единую транспортную систему не только федеральному округу, государству, но и в перспективе глобальному рынку.

Таким образом, состояние региональной экономики оценивается ее конкурентоспособностью, как на российском так и на европейском уровне. В связи с этим для формирования успешной региональной политики, необходимо учитывать опыт развития аналогичных моделей в европейском регионе, в том числе рынков ЕС. Современная европейская модель строительства логистических центров характеризуется рядом особенностей. В первую очередь — это сильная государственная поддержка на всех уровнях, которая основывается на федеральных законах и законах федеральных земель. Федеральный бюджет участвует в финансировании инвестиций через Deutsche Bahn AG (Немецкие железные дороги), широко практикуется выделение дотаций бюджетам федеральных земель, а также целевые дотации и кредитование по конкретным инвестициям. Финансовую поддержку по инвестициям в логистические центры оказывают как федеральные земли, так и местное самоуправление.

С каждым днем развития российский логистический рынок всё больше интегрируется в международные сети. Так, текущая российская ситуация характеризуется появлением на рынке мощных международных логистических компаний DPWN, UPS, TNT, Panalpina, FM Logistic, Kuhne&Nagel, Gedios, Gefco, Вельц, Шенкер Россия, Fraans Maas и др. (более 40 компаний). Продолжаются

Рис. 1. Сферы влияния логистической инфраструктуры на развитие регионального обувного рынка.

процессы слияния крупных западных логистических провайдеров с российскими компаниями, владеющими сетью складов в регионах и предоставляющими услуги по доставке товаров народного потребления клиентам. В условиях нарастающей конкуренции на российском рынке логистических услуг будут укрепляться партнёрские отношения между компаниями.

Анализ международного и отечественного опыта в области развития инфраструктуры предполагает использование трех основных групп инструментов: строительство инфраструктурных объектов за счет государства; использование механизмов государственно-частного партнерства; предоставление различных льгот, а также создание необходимых административных условий с целью привлечения частного капитала для развития объектов инфраструктуры.

На рис. 2 представлена оптимизация распределения товаров народного потребления с учетом функционирования регионального логистического центра.

Успешная практика строительства региональных логистических центров четко определяет источники инвестиционных средств:

— инвесторы, желающие сделать инфраструктуру доступной логистическим операторам;

— транспортные компании;

— субъекты, образующие объединения с частным капиталом;

— бюджетные средства и целевые фонды федеральных земель;

— программы и федеральные фонды, направленные на развитие инфраструктуры;

— дотации городов и регионов;

— дотации и программы Европейского союза;

— банковские кредиты.

К тому же это выгодный бизнес для государства, макроэкономические эффекты которого состоят в следующем:

— снижение доли совокупных народнохозяйственных затрат на продвижение грузов и товаров в структуре ВВП на 5-10%;

— снижение уровня инфляции за счёт снижения логистических затрат;

— повышение инвестиционной привлекательности проектов по размещению производств.

Повышение конкурентоспособности экономики региона через создание эффективного современного логистического механизма, который с минимальными затратами обеспечит в масштабах экономики страны:

— комплексную логистику снабжения центров производства;

— оптимизацию складских запасов и высвобождение «замороженных» финансовых ресурсов;

— комплексную логистику распределения товаров от центров производства к центрам потребления (в том числе импортных товаров).

Важнейшие косвенные эффекты:

— качественное повышение эффективности функционирования потребительских рынков, повышение доступности товаров за счёт снижения потребительских цен, повышение качества и уровня жизни населения;

— снижение стоимости продвижения товаров от центров производства к потребителям, сокра-

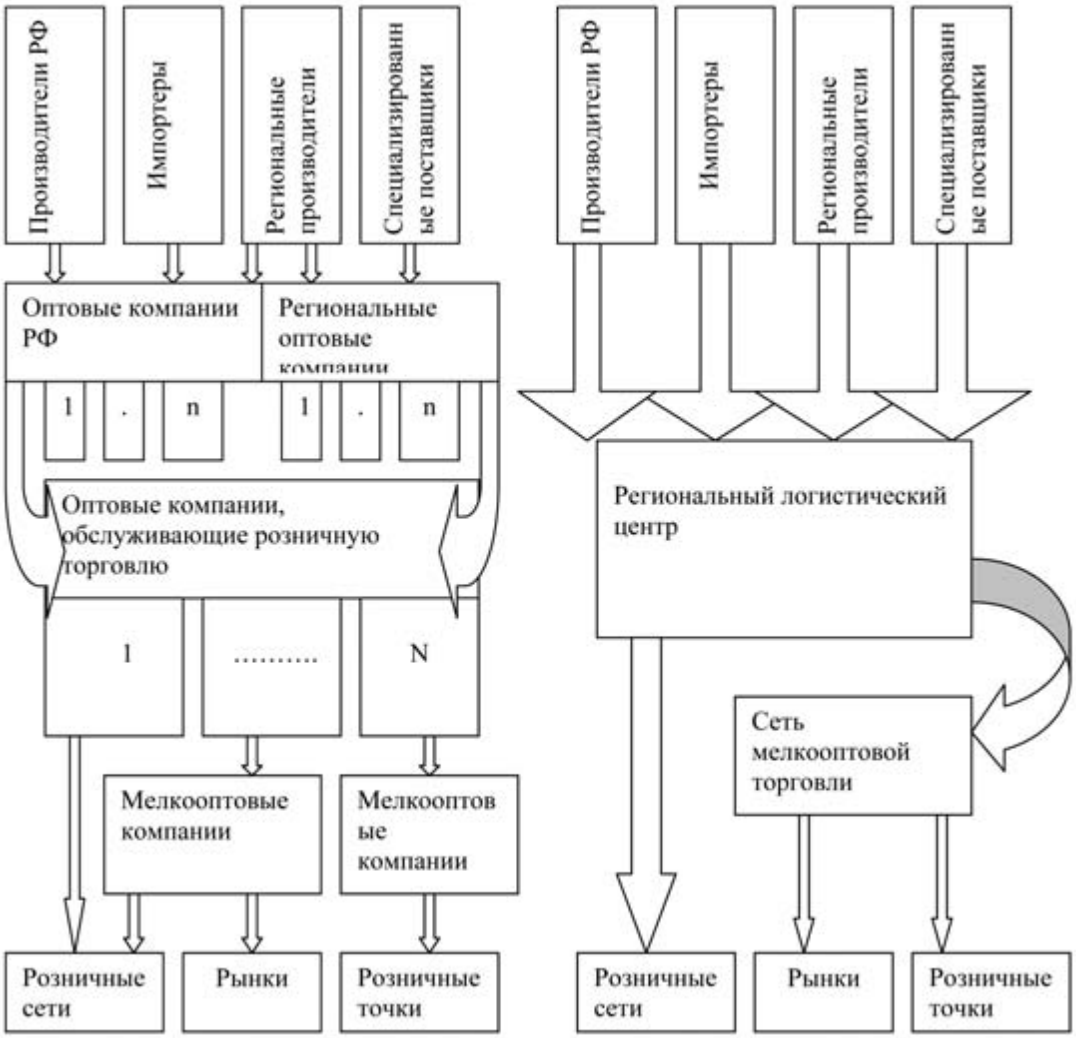

Рис. 2. Оптимизация распределения товаров народного потребления с учетом функционирования регионального логистического центра.

щение (поэтапное «отмирание») непроизводительных посредников.

Таким образом, создание единой региональной логистической системы обеспечения торговли товарами народного потребления обеспечивает ряд преимуществ для развития экономики региона в целом. Рассмотрим преимущества развития региональной экономики, которые обеспечивает внедрение эффективной логистической инфраструктуры в сложившуюся систему товародвижения.

В итоге эффективная схема действий органов власти на предпроектном этапе реализации программы создания региональных логистических центров выглядела следующим образом. Федеральное управление на основе анализа картины грузопотоков и разме-

Таблица 2

Преимущества, обеспеченные развитием логистической инфраструктуры

Сектор	Отрасль экономики региона	Преимущества, обеспеченные развитием логистической инфраструктуры
Торговый	Оптовая торговля Розничная торговля Общественное питание Туристический комплекс	Расширение ассортимента Сокращение сроков поставок Сокращение издержек Повышение уровня обслуживания
Производственный	Агропромышленный Перерабатывающее производство Транспортный комплекс	Формирование распределительной сети Создание информационной базы потребителей Продвижение продукции на региональном рынке Продвижение продукции на российском рынке
Социальный	Население Экономика в целом	Создание дополнительных рабочих мест Обеспечение населения доступными товарами Увеличение ВВП региона Рост инвестиционной привлекательности региона

щения производительных сил определяет районы наиболее выгодного размещения крупных логистических комплексов. Соответствующие рекомендации направляются правительствам земель. Если они изъявляли готовность участвовать в реализации проекта, федеральное правительство предоставляло «стартовые» средства в размере 10-15% стоимости проектных работ и подготовки территории. Правительство земли вступает в переговоры с властями соответствующего города.

Власти города, готового реализовать проект, получают частичную субсидию из бюджета земли и, в свою очередь, решают вопросы выкупа земли под терминал и предоставления льгот для предпринимателей, которые могли бы участвовать в проекте.

Таким образом, успешная модель регионального логистического центра в первую очередь предполагает участие государственного сектора, как в фазе планирования, так и реализации проектов развития региональных центров для товаров народного потребления. **РИСК**

Библиографический список:

1. Адамов Н., Элларян А. Концептуальные аспекты развития национальной транспортно-логистической системы. РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2013. № 3. С. 40-41.

2. Брынцев А.Н. Понятие логистического поля / А.Н. Брынцев // РИСК. — 2010. — №.3. — С. 106-108.

3. Гарнов А.П, Семенов Н.Н. Особенности и задачи регионального управления отечественной бизнес-сферой с учетом рациональных зарубежных подходов.//РИСК, 2012, №1, с. 249-253.

4. Иконникова И., Адамов Н. Особенности логистизации хозяйственной деятельности отечественных бизнес-структур в условиях риска // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2012. — №3. — С. 26.

5. Одесс В.И., Семенов Н.Н. От снабжения и сбыта через оптовую торговлю к логистике.//РИСК, 2012, №1, с 647-651.

6. Прокофьева Т.А., Карнаухов С.Б., Архипов А. Развитие логистической инфраструктуры в московском транспортном узле. РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2011. № 4. С. 70-83.

Институт исследования товародвижения
и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

ИТКОР

Журналы для профессионалов

«Конъюнктура товарных рынков»

Обзор состояния и развития товарных рынков и актуальных вопросов товародвижения, маркетинга и логистики.

**«РИСК:
Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция»**

Теоретическое и научно–практическое аналитическое издание, публикующее результаты исследований по широкому кругу проблем экономики, связанных с логистикой, рыночной конъюнктурой, финансами
и информационным обеспечением управления.

Журнал включен в перечень ВАК.

ПОДПИСКА

В редакции: (499) 152-86-94
sales@itkor.ru

Через интернет-каталог «Российская периодика»: www.arpk.org

В любом отделении почтовой связи:
■ по объединенному каталогу «Пресса России»;
■ по каталогу Агентства «Роспечать» – «Газеты. Журналы».

Практические вопросы организации деятельности факторинговой компании на российском рынке

В. Емельянов,
аспирант кафедры финансов, кредита и банковского дела, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики,
И. Покаместов,
к.э.н., доцент кафедры финансов, кредита и банковского дела, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики

Аннотация: в данной статье рассмотрены особенности деятельности факторинговой компании как основного участника факторинговых отношений. Факторинговая компания, по мнению автора, представляет собой особую форму финансовой организации, что обусловлено спецификой ее деятельности. В статье выделены основные направления деятельности факторинговой компании и показатели для их оценки.
Ключевые слова: факторинг, рынок факторинга, факторинговая компания, факторинговый бизнес.
Annotation: this article examines the activities of a factoring company as the main subject of the factoring relationship. Factoring company, according to the author, is a special form of a financial institution that is caused by specificity of its activity. The article highlights the main activities of a factoring company and its performance indicators.
Keywords: factoring, factoring market, factoring company, factoring business.

В науке на сегодняшний день нет четкого определения факторинговой компании субъекта бизнеса, хотя само понятие часто используется в литературе и научных работах. Так, по определению М.В. Леднева «факторинговая компания- это субъект бизнеса, юридическое лицо, основным видом предпринимательской деятельности для которого является создание и продажа факторинговых продуктов[1]. Однако, данное определение, на наш взгляд рассматривает только один аспект деятельности Фактора, а именно создание и развитие продуктового ряда. Другое определение и вовсе рассматривает факторинговую компанию с позиции кредита как «учреждение, кредитующее дебиторскую задолженность»[2].

По мнению автора при определении термина необходимо придерживаться юридической трактовки субъектов факторинговых отношений, обозначенных действующим российским законодательством, согласно которой оказывать услуги факторинга могут «коммерческие организации» (ст. 825 ГК РФ). Кроме того, нужно принимать во внимание практику деятельности факторинговых компаний, которые помимо собственно факторинга, предоставлять клиентам отдельно и другие финансовые услуги (например, лизинг, страхование, взыскание долгов), а также предлагать продукты, не являющиеся факторингом в чистом виде, а относящиеся скорее в индустрии торгового финансирования или commercial finance. Поэтому факторинг, безусловно, может являться не единственным направлением деятельности такой компании, но при этом, если в ее продуктовом ряде есть факторинг, то это требует учета специфики этой финансовой услуги в процессах компании.

На основе этого, автор предлагает следующее определение: факторинговая компания — это коммерческая организация, которая оказывает факторинговые услуги и является субъектом факторинговых отношений. При этом под факторинговыми отношениями понимаются отношения между субъектами рыночной экономики в процессе организации и проведения факторинговых операций[3].

С точки зрения места данного вида экономических субъектов в системе финансово-кредитных отношений необходимо отметить, что факторинговая компания представляет собой одну из возможных форм организации факторингового предпринимательства на ряду с организацией факторинга в рамках банка. Кроме того, факторинговая компания как Фактор является одним из участников факторинговых отношений. На российском рынке автор предлагает выделять два типа факторинговых компаний: с банковским фондированием и с независимым фондированием.

Далее будут рассмотрены и обобщены основные критерии для успешной деятельности факторинговой компании.

В настоящее время этот вопрос является крайне актуальным, поскольку рынок факторинга в России, как было отмечено в первом параграфе, стремительно развивается и имеет хороший потенциал роста, число его участников постоян-

1 Леднев М.В. Управление конкурентоспособностью факторинговой компании: диссертация канд. экон. наук: 08.00.05. - М., 2009. – С.24.
2 Энциклопедия банковского дела и финансов. — М.: Федоров. Ч. Дж. Вулфел. 2000.
3 Лаврик М.Ю. Эффективность факторинговых операций российских коммерческих банков: автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.10 - М., 2005.

но растет. При этом наиболее перспективной формой ведения бизнеса на рынке факторинга, по нашему мнению, является именно факторинговая компания. Это происходит благодаря тому, что в последние несколько лет на российском рынке сформировался ряд предпосылок для развития бизнеса в форме факторинговых компаний:

Во — первых, с началом кризиса 2008г. с рынка ушли компании, которые не были ориентированы на долгосрочную работу и инвестиции в процессы риск-менеджмента и технологии. В то же время, жизнеспособность в период кризиса показали компании, которые уделяли должное внимание технологичности и качеству обслуживания клиентов.

За время кризиса появились новые игроки — в основном факторинговые компании, но им сейчас трудно конкурировать с крупными банками. В то же время потенциал рынка остается очень высоким, и новые игроки могут успешно занимать долю на рынке.

Во-вторых, спрос со стороны клиентов на факторинг постоянно растет.

В-третьих, деятельность небанковских факторов практически не регулируется и не ограничивается законодательно, что предоставляет им большую свободу действий в части формирования своего продуктового ряда и методологии работы.

Благодаря описанным выше факторам, на данный момент российский рынок факторинга представляется перспективным направлением для развития бизнеса в форме факторинговой компании.

При этом именно на этом рынке очень важно правильное позиционирование Фактора[4]. Для того чтобы быть конкурентоспособным и успешным на рынке факторинговый продукт, предлагаемой компанией, должен обладать следующими характеристиками:

- ♦ качественное обслуживание (оптимальные сроки, минимум операционных ошибок, адекватные контакты с дебиторами);
- ♦ качественная автоматизация процесса;
- ♦ понятная и логичная система принятия решений и принципов установления лимитов;
- ♦ взвешенная тарифная политика (адекватное соотношение цена/качество);
- ♦ периодическое расширение продуктовой линейки.

На наш взгляд, конкурентные преимущества факторинговых компаний базируются на трех основных критериях — это технологичность, продуктовый ряд и скорость принятия решений. Технологичные факторы предлагают клиентам полностью автоматизированный процесс факторингового обслуживания. Например, компания «ПОЛИТЕКС» использует систему автоматизации факторинговых операций «SmartFactor», которая успешно зарекомендовала себя в России и СНГ. Она позволяет клиентам осуществлять свои операции в режиме реального времени. Еще один важный момент заключается в том, что и клиенты и дебиторы могут использовать полностью электронный документооборот. Очевидно, что это позволяет очень существенно экономить на производстве, движении и хранении документов.

Факторинговые компании обычно предлагают более гибкий подход к каждому клиенту и более широкую продуктовую линейку, чем банки. Факторинговые компании применяют специализированные методики и процедуры, и это позволяет им более эффективно обслуживать клиентов и предоставлять полный спектр услуг, которые входят в состав комплекса факторинговых услуг, а не только финансирование.

Банки-факторы в большинстве случаев применяют более консервативный подход к оценке рисков и требуют от клиентов предоставлять большой пакет документов, поскольку их деятельность строго регламентируется нормативами ЦБ РФ, в первую очередь это касается полной финансовой оценки каждого дебитора.

На основе анализа практики деятельности российских факторов и разных организационных форм предпринимательства на рынке факторинга нами выделены два метода организации их деятельности: кредитно-банковский и факторинговый. Различия между данными методами определены в таблице 1.

Для того чтобы понять специфику деятельность факторинговой компании выделим и подробно рассмотрим основные направления факторингового бизнеса в рамках факторингового метода:

- ♦ Организация продаж;
- ♦ Продуктовая линейка;
- ♦ Развитие в регионах;
- ♦ Риск-менеджмент;
- ♦ Резервирование;
- ♦ Персонал;
- ♦ Автоматизация.

Первой важной составляющей деятельности факторинговой компании является выстраивание продуктовой линейки и направлений продаж.

Стандартный продуктовый ряд Фактора на российском рынке включает следующие продукты:

- ♦ регрессный факторинг,
- ♦ реверсивный факторинг,
- ♦ безрегрессный факторинг,
- ♦ гарантийный факторинг,
- ♦ импортный факторинг,
- ♦ экспортный факторинг.

4 По определению Ф. Котлера: «Позиционирование — это действия по разработке предложения компании и ее имиджа, направленные на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей». Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб.: Изд-во Питер, 2006. С. 271.

Таблица 1.

Методы организации деятельности Факторов на российском рынке

Ключевые направления деятельности	Кредитно-банковский метод	Факторинговый метод
Организация процесса продаж	Кросс-продажи в банке, ориентированность на клиентов банка.	Привлечение новых клиентов «с рынка».
Продуктовая линейка	Основные продукты: регрессный факторинг, реверсивный факторинг.	Более широкая продуктовая линейка, индивидуальные продуктовые решения для отдельных отраслей и отдельных клиентов.
Требования к клиентам	Требования и пакет документов практически совпадает с требованиям к кредитным продуктам	Более гибкий подход к документации по сделке, меньший пакет документов.
Оценка и анализ сделок	Стандартный финансовый анализ клиента и дебитора, аналогичный кредитному.	Оценка специфических элементов торговых взаимоотношений поставщика и покупателя, помимо финансового анализа, анализ связки «поставщик-покупатель»
Риск-менеджмент	Отсутствие полноценных процедур управления дебиторской задолженностью, взыскание задолженности силами служб безопасности банка.	Применение специализированных процедур контроля, мониторинга, верификации и взыскания дебиторской задолженности.
Резервирование	Нормы резервирования в соответствии с положениями ЦБ РФ, регулирующими резервирование при кредитовании.	Специализированная политика резервирования по факторинговым операциям
Автоматизация проекта	Автоматизация в рамках банковской АБС, часто отсутствует специализированная факторинговая система.	Специализированная факторинговая система

Рис. 1. Продуктовый ряд российских факторов.

Источник: «Эксперт РА»*
* Российский рынок факторинга в 2012 году: разошлись по нишам», Эксперт РА, 2013.

Ключевым продуктом обычно является регрессный факторинг. Он наиболее распространен и востребован на российском рынке (рис. 1). Вторым по уровню востребованности является на сегодня реверсивный факторинг. В связи с волатильностью ликвидности на рынке и вступлением России в ВТО большую актуальность приобретает международный факторинг.

Для регрессного факторинга целевыми клиентами являются в основном торговые компании, корпоративные клиенты, компании малого и среднего бизнеса (если Фактор входит в холдинг). Для реверсивного факторинга целевые клиенты — региональные сети и их объединения, отдельные федеральные сети, где еще сохранился приемлемый уровень доходности и долговой нагрузки и производители.

Существует два основных вида международного факторинга: экспортный и импортный. К сожалению, на сегодняшний день международный факторинг еще не получил широкого распространения в нашей стране, его оборот составляет не более 2,1% от общего объема российского рынка факторинга (по данным «Эксперт РА» за 1 полугодие 2013года[5]). Это вызвано неосведомленностью большинства российских бизнесменов о данной услуге, а также несовершенством российского законодательства, которое создает препятствия для развития международного факторинга в нашей стране.

Экспортный факторинг позволяет российской компании-экспортеру получить финансирование своих поставок с отсрочкой платежа в адрес иностранного импортера.

Экспортный факторинг работает по одной из двух моделей: прямой экспортной или двухфакторной. При прямой экспортной модели российский Фактор работает с покупателем-импортером напрямую: проводит оценку покупателя, управление дебиторской задолженностью и ее мониторинг. Такая модель используется, когда Экспортер и Импортер располагаются в соседних странах, например при работе с экспортом в ряд стран СНГ (Белоруссия, Украина)[6].

Кроме того, в последние годы после изменения в 2012 году законодательства об ЭЦП активно

5 Российский рынок факторинга в 1 полугодии 2013 года: госзаказ как стимул, Эксперт РА, 2013.

6 Подробнее см. Емельянов В.Ю. Как успешно развивать экспорт и импорт с помощью факторинга? //ФАКТОРинг Review.– №3. – 2013.

развиваются технологии электронного факторинга. Электронный факторинг может применяться с любым продуктов: факторинг с регрессом, факторинг без регресса, реверсивный факторинг, гарантийный факторинг.

На сегодняшний день этот продукт очень востребован как со стороны поставщиков, так и со стороны дебиторов. Поэтому очевидно, что его объемы будут существенно увеличиваться. Он дает существенную экономию на документообороте и позволяет повысить эффективность взаимодействия с Фактором. Другое дело, что сейчас на российском рынке только один-два Фактора могут предложить полноценный электронный факторинг, который сопровождается юридически значимой электронно-цифровой подписью.

Принципиальное отличие полноценного «электронного» факторинга от других его разновидностей заключается в том, что в этом случае используется не просто шифрация, а юридически значимая электронно-цифровая подпись во всех документах.

Работу подразделения продаж целесообразно разделить географически и функционально, создав подразделения, отвечающие за Москву и регионы, а также за определенные виды продуктов (рисунок 2).

Рис. 2. Пример структуры продающих подразделений.

Развитие бизнеса в регионах необходимо, т.к. физическое присутствие сотрудников позволяет должным образом отрабатывать верификацию поставок, административное управление дебиторской задолженностью, документооборот. Именно поэтому работу в ключевых регионах нужно выстраивать на базе собственного представительства.

По мнению автора, минимальная структура регионального представительства факторинговой компании должна состоять из следующих сотрудников:

♦ руководитель представительства (основная функция — продажи);

♦ операционист (основная функция — регистрация документов);

♦ контролер-верификатор (основная функция — верификация поставок, мониторинг дебиторов);

♦ аналитик (основная функция — предварительный анализ клиентов).

Очень важным аспектом успешного построения факторингового бизнеса является риск-менеджмент. Факторинг специфичен тем, что многие элементы риск-менеджмента заложены не в анализе и принятии решения на стадии подписания договора, а в ежедневные процедуры.

Автором выделены следующие главные элементы риск-менеджмента факторинговых операций:

♦ ежедневный анализ дисциплины платежей дебиторов и пересмотр лимитов на них в рамках лимита клиента, установленного, как правило, на квартал по утвержденной методике;

♦ анализ возвратов товара, платежей клиенту напрямую;

♦ верификация поставок;

♦ напоминания о необходимости оплат дебиторами;

♦ отслеживание информации об изменении ситуации у наиболее значимых дебиторов.

Риск-менеджмент при факторинге включает не только стандартный финансовый анализ поставщика и покупателя, как про обычном кредитовании, но и специфическую факторинговую методологию, а именно анализ торговых взаимоотношений поставщиков и покупателей и элементы, перечисленные выше.

Еще одним важным моментом, является формирование резервов при факторинге. По нашему мнению, оптимальной ставкой резервирования при соблюдении технологии и осуществлении необходимых процедур является 1% от размера портфеля.

Важным моментом при определении размера необходимого резервирования является то, что при регрессном факторинге клиент и дебитор несут фактически солидарную ответственность за возврат финансирования, а также то, что остатки от платежей дебиторов могут направляться на погашение финансирования (рисунок 3).

В ситуации, представленной на рисунке 3, если дебиторы равны по сумме задолженности, финансирование составляет 70%, комиссия Фактора 5%, то в случае платежей трех дебиторов четвертый дебитор и сам клиент могут не платить — поступлений хватит на погашение финансирования и уплату комиссии.

Данная методика резервирования может применяться только в случае использования описан-

Рис. 3. Схема погашения финансирования при факторинге с регрессом.

ные выше процедур риск-менеджмента, учитывающих специфику факторинга. Для банковских Факторов, применяющих кредитный подход необходимо закладывать более высокие нормы резервирования. Это подтверждается данными «Эксперт РА»: по итогам 2012 года доля резервов от совокупного портфеля российских Факторов. формирующих резервы составила 2, 9%[7] (при этом на банки-Факторы приходится значительная доля рынка).

Важной составляющей успешного факторингового проекта является персонал, поскольку число опытных специалистов на российском рынке ограничено.

Нехватка кадров существенно ощущается на рынке, за исключением инфраструктурных направлений (бухгалтерия, юристы, отчетность регулятору), но основные направления могут быть укомплектованы только специалистами с опытом от 1 до 3 лет, а дальнейшее комплектование кадрового состава чаще всего приходится проводить путем обучения новых специалистов.

Для автоматизации деятельности и бизнес-процессов факторинговой компании крайне важно выбрать функциональную, гибкую систему, которая имеет широкое применение в области факторинга.

Традиционная цель факторинговой компании состоит в запуске и развитии с достижением целевых параметров заданных показателей деятельности.

Для целей оценки эффективности деятельности нами были разработаны следующие показатели:

- ♦ Стоимость фондирования,
- ♦ Эффективная ставка размещения,
- ♦ Ставка резервирования,
- ♦ Плановый средний срок оборачиваемости финансирования,
- ♦ Темпы роста величины портфеля уступленных денежных требований,
- ♦ Срок выхода на текущую окупаемость,
- ♦ Срок полной окупаемости проекта,
- ♦ Планируемое число клиентов по периодам.

Данная система показателей позволяет количественно оценить все ключевые направления деятельности факторинговой компании. Целевые значения каждого показателя определяются исходя из цели конкретного проекта и его временных рамок.

В данной статьей были рассмотрены основные составляющие, необходимые для успешного запуска создания и развития факторинговых операций в рамках факторинговой компании. Были выделены два метода организации деятельности Факторов: кредитно-банковский и факторинговый. **РИСК**

Библиографический список:

1. Леднев М.В. Управление конкурентоспособностью факторинговой компании: диссертация канд. экон. наук: 08.00.05. — М., 2009. — С.24.

2. Энциклопедия банковского дела и финансов. — М.: Федоров. Ч. Дж. Вулфел. 2000.

3. Лаврик М.Ю. Эффективность факторинговых операций российских коммерческих банков: автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.10 — М., 2005.

4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб.: Изд-во Питер, 2006. С. 271.

5. Российский рынок факторинга в 2012 году: разошлись по нишам, Эксперт РА, 2013.

6. Российский рынок факторинга в 1 полугодии 2013 года: госзаказ как стимул. Эксперт РА, 2013.

7. Емельянов В.Ю. Как успешно развивать экспорт и импорт с помощью факторинга? //ФАКТОРинг Review.— №3. — 2013.

8. Покаместов И.Е., Механизмы организации факторингового бизнеса. // Банковское кредитование. — 2007. — № 4.

9. Покаместов И.Е. Бизнес-процесс оказания факторинговых услуг. // Банковское кредитование. — 2011. — № 6.

Российский рынок факторинга в 2012 году: разошлись по нишам, Эксперт РА, 2013.

И. Дерен,
профессор кафедры менеджмента, Международный институт менеджмента ЛИНК,
А. Чернышов,
аспирант, Международный институт менеджмента ЛИНК

Механизм регулирования регионального рынка услуг почтовой связи на основе совершенствования организационных параметров УФПС г. Москвы

Аннотация: проанализирована деятельность Управления Федеральной почтовой связи (УФПС) Центрального региона России на развивающихся рынках. Определены приоритетные стратегические цели маркетинга на различных сегментах рынка по г. Москве. Авторская реализация механизма регулирования регионального рынка услуг почтовой связи на примере УФПС по г. Москве является полезным инструментом, позволяющим контролировать горизонтальные и вертикальные управленческие процессы, осуществлять мониторинг качества предоставления услуг и качества обслуживания потребителей, управлять расширенным комплексом маркетинга и логистики.
Ключевые слова: регулирование регионального рынка, жизненный цикл услуги, портрет потребителей, спрос, механизм, контроль качества.
Annotation: analyzed working of the management of federal postal communication (MFPS) of the central region of Russia on the developing markets. Identified priority strategic objectives of marketing in a various segments of the market in Moscow. Author's implementation of mechanism of regulation of the regional postal services market as, an example, MFPS in Moscow is a useful tool to control the horizontal and vertical management processes to monitor the quality of service and quality of customer service, manage complex advanced marketing and logistics.
Keywords: regulation of the regional market, lifecycle services, the portrait of consumers, demand, mechanism, quality control.

Центральный регион России является одним из наиболее экономически развитых и характеризуется высокой деловой активностью населения, коммерческих компаний и государственных структур, которые определяют спрос на услуги почтовой связи.

Услугами почтовой связи в г. Москве и Московской области пользуется 8,2% [9, с. 320] населения. Одно ОПС по г. Москве обслуживает в день третью часть общего количества потребителей. Как следствие, происходит рассогласование между спросом на услуги и их предложением, и приводит к росту неудовлетворенных потребителей услугами почтовой связи. Отставание инфраструктуры в г. Москве создает серьезные проблемы для развития и активизации работы бизнес-структур, государственных предприятий, населения.

Такие особенности почтовой связи как всеохватывающая почтовая инфраструктура, состав потребителей старших возрастных групп, неравномерность территориальной структуры расселения, высокая степень дифференциации денежных доходов населения и несбалансированное экономическое развитие отдельных регионов [7] затрудняют развитие свободной конкуренции на рынке услуг почтовой связи в целом, но актуализируют необходимость рассмотрения каждого по отдельности рыночного сегмента.

Портрет потребителей услуг почтовой связи по г. Москве является изменчивым и зависит от типа услуги — универсальная или неуниверсальная. Каждая группа потребителей отличается особой мотивацией потребительского поведения, приверженностью к конкретным услугам, индивидуальными требованиями к качеству услуг.

Потребителями на рынке услуг почтовой связи г. Москвы (таблица 1) являются государственные и коммерческие организации, а также физические лица в возрасте от 25 лет по 54 лет, имеющие среднее специальное образование, средний или ниже среднего уровень дохода.

Анализ результатов исследований позволяет составить достаточно четкий портрет потребителя услуги, уточнить краткосрочные планы компании по продвижению услуг, выработать рекомендации для структурных подразделений, грамотно спланировать рекламные компании.

Органы государственной власти ограничивают самостоятельность почтового оператора, устанавливая качественные характеристики оказания услуг, контрольные сроки доставки, тарифы, правила работы, ограничивая ее мобильность по сравнению с конкурентами.

Нагрузка на почтовую инфраструктуру управления федеральной почтовой связи (УФПС) центрального региона по г. Москве постоянно возрастает, что затрудняет решение различных социальных и экономических задач, в число которых входит государственное и муниципальное регулирование.

По данным исследования The Boston Consalting Group (BCG) от 01.02.2014 [11] к перспективным услугам УФПС по г. Москве относятся следующие услуги в порядке их приоритета:

1. транспортно-логистические услуги, связанные с доставкой посылок, экспресс-доставкой документов и товаров, с курьерской доставкой (43%);

2. услуги по пересылке письменной корреспонденции (простая, заказная, с объявленной ценностью) и информационных материалов (30%);

Таблица 1

Портрет потребителей на различных сегментах рынка услуг почтовой связи* [9, с.12]

№ п/п	Сегмент рынка	Потребители
I.	ПЕРЕСЫЛКА ПИСЬМЕННОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ, ПОСЫЛОК И ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ	1.1 Государственные организации.
		1.2 Коммерческие организации.
		1.3 Физические лица.
II.	ПОДПИСКА И ПЕРЕСЫЛКА ПЕРИОДИЧЕСКИХ ПЕЧАТ-НЫХ ИЗДАНИЙ	2.1 Физические лица: женщины старших возрас-тных групп с невысоким уровнем дохода
		2.2 Юридические лица: государственные и коммерческие организации.
III.	ПЕРЕВОДЫ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ	3.1 Физические лица, отправляющие денежные переводы физическим лицам: родственникам и друзьям для регулярной помощи или в качестве поздравления с праздниками.
		3.2 Физические лица, отправляющие денежные переводы юридическим лицам: для оплаты купленных товаров или предоставленных услуг.
		3.3 Юридические лица, отправляющие переводы физическим лицам: для выплаты дивидендов, алиментов, заработной платы внештатным сотрудникам, пенсий.
		3.4 Физические лица, погашающие кредиты.
IV.	ПОГАШЕНИЕ КРЕДИТОВ	4.1 Физические лица, погашающие кредиты.
V.	ПРИЕМ КОММУНАЛЬНЫХ-ПЛАТЕЖЕЙ	5.1 Физические лица.

* Составлено автором статьи с использованием: Стратегия развития ФГУП «Почта России» в 2012-2016 годах (Разработана в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 20.06.2011 №499 и методическими рекомендациями по разработке стратегий развития государственных корпораций и федеральных государственных унитарных предприятий, утвержденными приказом Минэкономразвития России от 18.11.2011 №683). -89с.

3. финансовые услуги, связанные с погашением потребительских кредитов, с почтовыми переводами денежных средств (27%).

На рынке транспортно-логистических услуг (рис. 1) УФПС г. Москвы находится в условиях жесткой конкуренции со стороны альтернативных операторов — как отечественных, так и международных. Маркетинговые усилия компаний на московском рынке транспортно-логистических услуг будут направлены в основном на расширение уровня охвата рынка, что одинаково выгодно всем участникам.

Автор считает, что развитие транспортно-логистического направления в значительной степени будет связано с модернизацией существующей почтовой инфраструктуры, что придаст импульс для улучшения доставки почты.

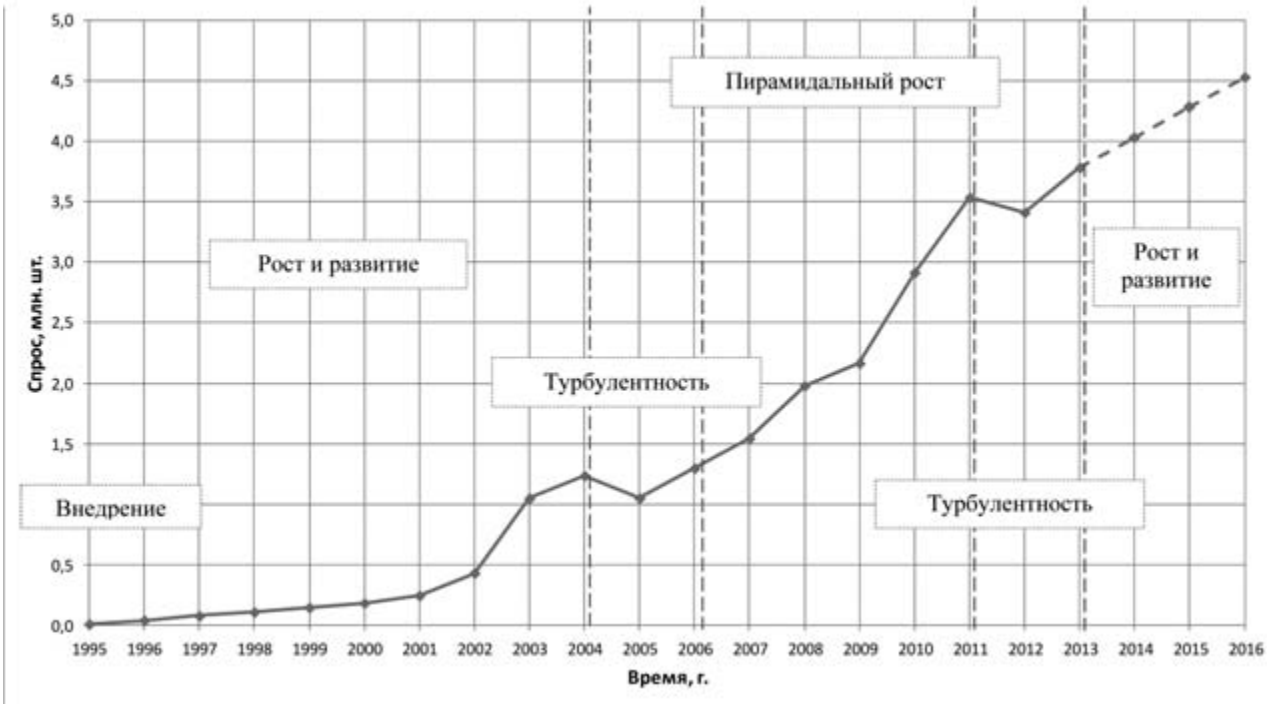

Рис. 1. Зависимость спроса на экспресс-услуги почтовых Express Mail Service (млн. шт.) на примере УФПС по г. Москве [6, с. 1–3], [9, с.331], [13].

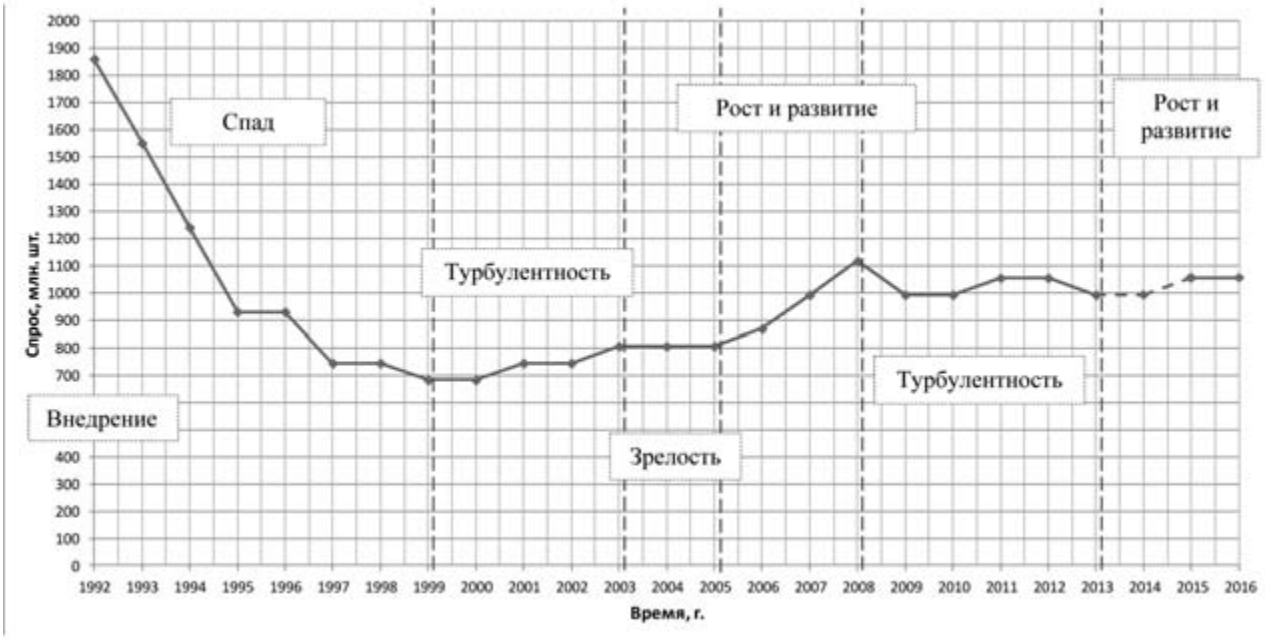

Рис. 2. Зависимость спроса на письма (простые, заказные, с объявленной ценностью) в млн. шт. от времени (г.) на примере УФПС по г. Москве [6, с. 1–3], [9, с.331], [13].

Произойдет развитие экономики на новом уровне, в которой обновится процедура заказа и спецификация продукта в режиме ON-LINE и будет активно развиваться электронная торговля. В результате проведенных мероприятий, население, бизнес и государственные структуры будут твердо уверены в том, что у них всегда имеется возможность по доставке срочных информационных документов и посылок, а также по доставке широкой номенклатуры товаров и грузов в нужную точку страны по доступным тарифам, удобным способом, безопасно и своевременно.

Для регулирования рынка транспортно-логистических услуг необходимо продолжать совершенствовать базовое качество услуги и добавлять новые сопутствующие сервисы для привлечения потребителей, поддерживать конкурентную цену и систему скидок, стремиться к разграничению ограниченной территориальной и

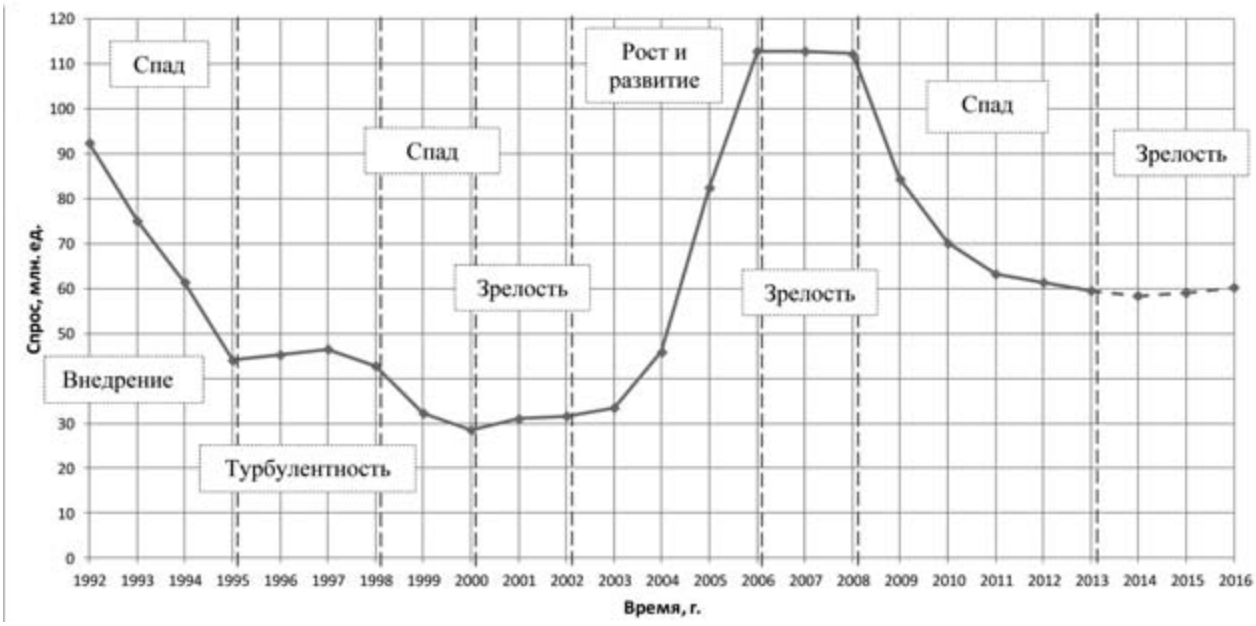

Рис. 3. Зависимость спроса на почтовые переводы денежных средств (млн. ед.) от времени (г.) на примере УФПС по г. Москве [9, с. 331], [12].

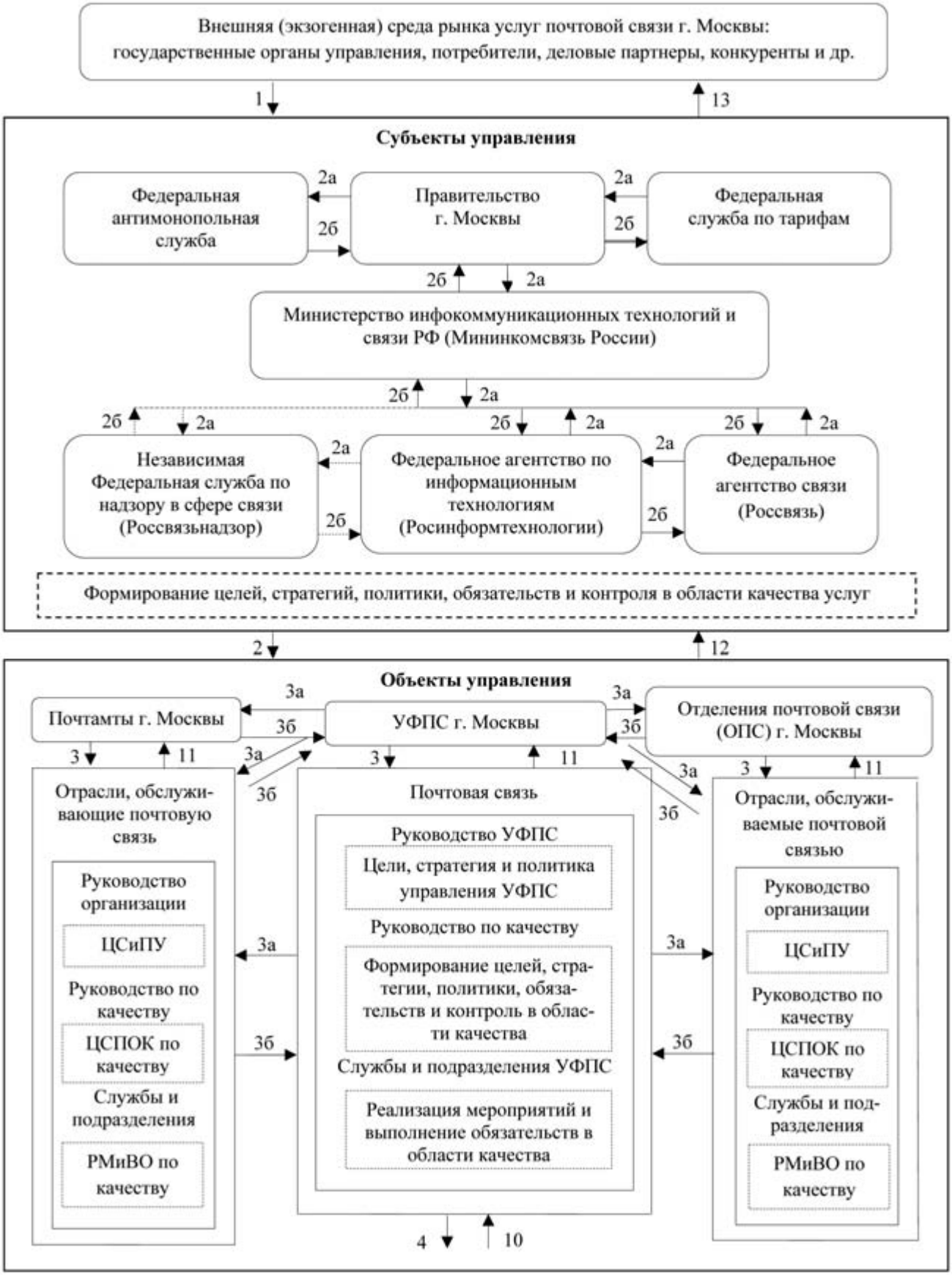

Рис. 4. Механизм регулирования регионального рынка услуг почтовой связи на основе совершенствования организационных параметров УФПС по г. Москве [1], [2], [3], [4], [10].

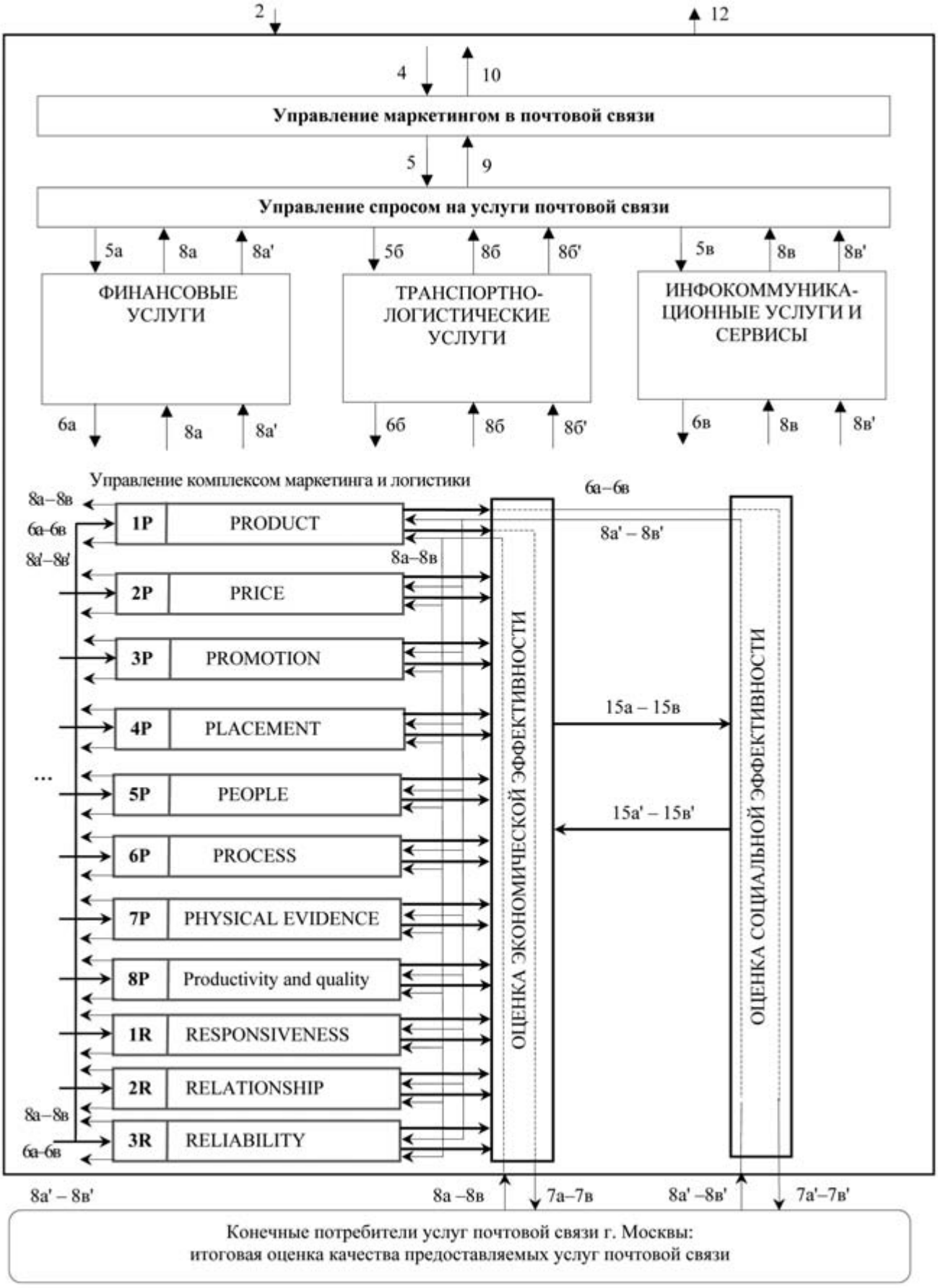

Рис. 4. (окончание).

I. Прямые вертикальные связи:
1 — регулирование деятельности УФПС г. Москвы государственными
органами управления, информационные потоки о внешней (экзогенной) среде;
2 — регулирование деятельности УФПС г. Москвы на объектах управления; управляющая организационно-распорядительная информация и воздействие: инструктирование, регламентирование, распорядительные воздействия на основе федеральных законов, приказов, постановлений, распоряжений, систем менеджмента качества (СМК), внедрения положений по обеспечению выполнения требований МС ИСО 9001:2000 и т.д.;
3 — регулирующие воздействия механизма по управлению качеством в УФПС г. Москвы;
4 — регулирующее воздействие механизма по управлению маркетингом услуг почтовой связи в УФПС г. Москвы;
5 — регулирующее воздействие механизма по управлению спросом на услуги почтовой связи в УФПС г. Москвы;
5а–5в — регулирующее воздействие, оказываемое на перспективные в настоящее время услуги почтовой связи, и на продвижение услуг в каналах сбыта;
6а–6в — регулирующее воздействие расширенного механизма по управ-лению комплексом маркетинга 8P и логистики 3R перспективных услуг поч-товой связи с учетом оценки экономической и социальной эффективности этих услуг, связанное с необходимостью эффективного продвижения услуг почтовой связи на рынок и с необходимостью проведения маркетинговых мероприятий по росту спроса на услуги почтовой связи.
7а–7в, 7а'–7в' — итоговая оценка качества услуг почтовой связи потре-бителями (оценка эффективности воздействия механизма по управлению комплексом маркетинга 8P и логистики 3R перспективных услуг почтовой связи на результаты деятельности ОПС).

II. Обратные вертикальные связи:
12 — исходящая информация о качестве услуг почтовой связи в системе регулирования (объекты и субъекты управления), задающих конкретные воз-действия по управлению качеством;
3а, 3б — исходящая информация о состоянии элементов систем качества на объектах управления;
11— исходящая информация из одной информационной среды УФПС г. Москвы по результатам качества предоставляемых услуг;
8а–8в, 8а' –8в' — обратные информационные потоки от субъектов управ-ления и потребителей о качестве предоставляемых услуг почтовой связи + регулирующее воздействие от элементов комплекса маркетинга 8P и элемен-тов комплекса логистики 3R с учетом результатов оценки услуг почтовой связи потребителями и субъектами управления;
9 — исходящая информация о текущем состоянии услуг почтовой связи в отделе маркетинга УФПС г. Москвы;
10 — исходящая информация о состоянии услуг почтовой связи в сис-теме регулирования (отдел маркетинга по управлению услугами почтовой связи), контролируемая со стороны руководства УФПС г. Москвы.
Обратные вертикальные связи для представителей органов государст-венной власти в почтовой связи отражают позиционирование всех объектов данного рынка с их преимуществами и недостатками и являются аналитиче-ской основой для совершенствования процесса регулирования рынка услуг почтовой связи.
Прямые, обратные горизонтальные связи:
2а, 2б — информационные потоки взаимообменов и взаимодействий между организационными структурами регулирования рынка услуг почтовой связи (субъекты регулирования) на мезоуровне;
3а, 3б — информационные потоки взаимообменов и взаимодействий между объектами почтовой связи с присутствием информационных потоков в инфраструктурах данного рынка (на уровне структурных подразделений почтамтов).
15а — 15в, 15а' — 15в' — информационные потоки взаимообменов и взаи-модействий, позволяющие оценить экономическую и социальную эффектив-ность от результатов маркетинговой деятельности в УФПС г. Москвы.

временной доступности, повышать качество сервисного послепродажного обслуживания, стратегия по рекламе должна быть направлена на расширенное позиционирование продуктового портфеля для населения, бизнеса и государства, развивать информирующие коммуникации, направленные на формирование позитивного имиджа экспресс-услуге.

Жизненный цикл услуги по пересылке письменной корреспонденции находится в стадии турбулентности, когда темп роста объема предоставляемой услуги снижается, хотя в целом он попрежнему превышает темп роста экономики. Выявлено, что так как спрос растет медленнее предложения и целевую группу составляет рыночное большинство, то ситуация на рынке будет оставаться сложной из-за снижения темпов роста общего спроса.

Маркетинговая деятельность компаний на рынке услуг по пересылке письменной корреспонденции и информационных материалов должна быть направлена на расширение сбыта путем извлечения выгоды из интеграции международного почтового обмена, например, развитие электронной коммерции и посылочной торговли, на дифференцирование портфеля услуг, определяемое сегментированием рынка, и на проведение рекламных мероприятий с целью лучшего осведомления рыночных сегментов с позицией национального почтового оператора, на гибкое ценообразование, основанное на широкой развитой инфраструктурной сети.

УФПС по г. Москве предоставляет возможность физическим и юридическим лицам оплачивать различные виды коммунальных услуг, а также услуги операторов сотовой и фиксированной телефонной связи и кабельного телевидения, компаний сети «Интернет» в любом отделении почтовой связи.

Наличие разветвленной сети отделений почтовой связи является главным фактором, который позволит почтовому оператору занять лидирующие позиции на рынке переводов денежных средств, кредитования частных лиц и малого бизнеса как внутри Российской Федерации, так и между странами Содружества Независимых Государств и Грузии [5, с. 1–4]. Для того, чтобы получить прибыль на рынке микрокредитования, УФПС по г. Москве необходимо организовать профильное обучение сотрудников и автоматизировать производственный процесс под современные требования.

Для регулирования рынка финансовых услуг в секторе почтовых переводов денежных средств необходимо проводить гибкую ценовую политику, регулировать тарифы на внутренние переводы в зависимости от конкуренции, искать выходы в новые рыночные сегменты/ниши, проводить дифференцированную рекламу.

На примере УФПС по г. Москве был разработан механизм регулирования регионального рынка услуг почтовой связи на основе совершенствования организационных параметров. В качестве инструмента управления и совершенствования организационных параметров предлагается наладить механизмы управления маркетингово-логистическим комплексом для перспективных услуг почтовой связи с целью роста спроса на услуги, жизненный цикл которых в настоящее время находится в стадии роста и развития или в стадии турбулентности.

Эти мероприятия позволят повысить конкурентоспособность отделений почтовой связи

Центрального региона, улучшить качество предоставления услуг путем реализации принципов постоянного мониторинга приемлемого качества обслуживания потребителей и достойного качества выполнения услуги почтовой связи.

Современный подход к регулированию предполагает наличие горизонтальных и вертикальных управленческих связей. Необходимой основой горизонтальных и вертикальных управленческих процессов является государственное регулирование и контроль качества услуг почтовой связи в совокупности с системным подходом и присутствием механизма принятия решения о взаимодействии с отраслями, обслуживающими почтовую связь, такими как отрасли транспорта, электросвязи и др., и отраслями, обслуживаемыми почтовой связью — системы образования, культуры, правовые.

Необходимыми и достаточными компонентами механизма регулирования регионального рынка услуг почтовой связи на основе совершенствования организационных параметров являются цели, стратегия, политика выполнения обязательств и контроль в области качества.

Целью, как одного из компонентов механизма регулирования, является полное удовлетворение разнообразных запросов потребителей (в лице населения, предприятий бизнеса и органов государственной власти). В связи с этим для каждого вида услуги почтовой связи механизм управления качеством будет обладать специфическими особенностями, но всегда иметь ориентацию на удовлетворение требований потребителей.

Механизм регулирования регионального рынка услуг почтовой связи функционирует на основе государственного воздействия органов власти, в целях соблюдения условий добросовестной и эффективной конкуренции, проводя антимонопольную политику (регулирование тарифов на универсальные услуги почтовой связи), что способствует развитию конкурентных преимуществ хозяйствующих субъектов, повышению эффективности их работы и развитию экономики. РИСК

Библиографический список:

1. Дерен И.И., Рябова Н.В. Особенности кадрового рынка медиасферы в Москве и регионах / И.И. Дерен, Н.В. Рябова // Журн. Управление персоналом. — 2010. — № 2.

2. Дерен И.И., Сапожников П.А. Методические основы региональных коммуникационных стратегий на рынке потребителей услуг и продукции индустрии красоты / И.И. Дерен, П.А. Сапожников // Журн. TERRA ECONOMICUS южного федерального университета. — 2012. — том 10, №1, часть 2.

3. Дерен И.И., Шматкова В.В. Механизм регулирования дистрибьюторской системы услуг на рынке медицинского оборудования в России (на примере г. Москвы и г. Санкт-Петербурга): Монография / И.И. Дерен, В.В. Шматкова. — М.: Изд-во «Перо», 2011. — 229 с.

4. Ларькин А.В., Черкасова И.И. Совершенствование механизма реализации управления маркетингом в малом и среднем бизнесе (на примере компаний-интеграторов навигационных услуг): Монография / А.В. Ларькин, И.И. Черкасова. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2009. — 149 с.

5. Логинов В., Алексеевских А. Почта России идет за банковской лицензией / В. Логинов, А. Алексеевских. Известия, №133. — 2013. — С. 1–4.

6. Московский статистический ежегодник : Стат. сб. / Т.Т. Дрюкова [и др.]. — М. : Мосгорстат, 2011. — 224 с.

7. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2012 : Стат. сб. / М.А. Дианов [и др.]. — М.: Росстат, 2012. — 990 с.

8. Россия в цифрах, 2013 : крат. стат. сб./Суринов А.Е. [и др.]. — М.: Росстат, 2013. — 573 с.

9. Стратегия развития ФГУП «Почта России» в 2012-2016 годах (Разработана в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 20.06.2011 №499 и методическими рекомендациями по разработке стратегий развития государственных корпораций и федеральных государственных унитарных предприятий, утвержденными приказом Минэкономразвития России от 18.11.2011 №683). — 89 с.

10. Черкасова И.И.Регулирование регионального туристского рынка на основе совершенствования организационно-качественных параметров: Монография / И.И. Черкасова. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2005. — 196 с.

11. Анализ компании «The Boston Consulting Group». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.bcg.ru/expertise_impact/industries/technology_media_telecommunications/default.aspx

12. История почты России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/

13. Справочник по тарифам и услугам. Компания EMS Russian Post. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.emspost.ru/upload/spravochnik_4mb.pdf

О. Поскочинова,
к.э.н., доцент кафедры налогообложения,
Северо-Западный институт повышения квалификации ФНС России

Организационно-методические подходы к выявлению операционных рисков производственной компании

Аннотация: в статье предлагаются организационно-методические подходы к выявлению и анализу операционных рисков в системе корпоративного риск-менеджмента.

Ключевые слова: управление рисками компаний, выявление рисков, анализ рисков, операционные риски, факторы операционного риска, операционный риск-менеджмент.

Annotation: the article offers organizational and methodological approaches to the identification and analysis of operational risks in the corporate risk management.

Keywords: risk management companies, risk identification, risk analysis, operational risks, operational risk, operational risk management.

Роль управления операционными рисками все более возрастает и этим рискам уделяется не меньшее, а иногда и бóльшее внимание, чем финансовым рискам. Это вполне закономерно, так как пришло понимание того, что наличие у компании механизмов управления операционными рисками критично для успешной производственной деятельности. Однако управлять такими рисками гораздо сложнее, чем финансовыми, поскольку трудно своевременно выявлять и учитывать все факторы рисков, связанные с различными аспектами большого числа функционирующих в компаниях основных и вспомогательных бизнес-процессов.

Рассматривая проблемы управления операционным риском, следует иметь ввиду, что в различных классификациях содержание этого риска интерпретируется по-разному [1, 2, 5, 6]. Например, в одном из источников [5] операционный риск включает в себя и финансовый, и кредитный, и репутационный риск, что не соответствует представлениям других авторов, не связывающих упомянутые риски с операционной сферой. В другом источнике [6] автор делит все риски на две основные категории, а именно — бизнес-риски и прочие риски. Причем операционный риск видится автором в категории прочих рисков, более того — в подгруппе финансового риска. Такая трактовка свидетельствует о примате финансовых рисков и недооценке роли операционных рисков для компаний, что, по нашему мнению, неправильно.

Следующая предлагаемая нами классификация (рис. 1) достаточно универсальна и может быть взята за основу в любой производственной компании. Дальнейшая декомпозиция будет обусловлена спецификой бизнес-процессов конкретной компании.

Распознание (выявление) рисков следует считать самым важным, определяющим этапом управления операционными рисками в производственных компаниях, поскольку, если на этом этапе какой-либо критический риск своевременно не распознан, все последующие действия могут просто потерять свое значение.

Рис. 1. Общая классификация операционных рисков.

Существует серьезная проблема своевременного распознания операционных рисков [1, 3, 4]. При реализации этой задачи функционирующем в компании отделом риск-

менеджмента присутствует как бы «взгляд со стороны», и вероятность упустить из виду критичные риски достаточно велика, т. к. риск-менеджер, будучи по сути своей должности лишь координатором, не может знать все тонкости планирования и работы всех функциональных направлений и бизнес-процессов, следовательно, он не в состоянии четко определить, где именно могут проявиться факторы риска, какую информацию необходимо собирать и отфильтровать для их обнаружения. А сбор всей информации о деятельности подразделений и бизнес-процессах невозможен физически. То же самое относится и к риск-аналитику, если такая должность в отделе управления рисками предусмотрена. Риск-аналитик — это специалист, владеющий методиками оценки рисков, но его управленческие компетенции не столь широки, чтобы позволить ему взять на себя функцию выявления всего спектра рисков предприятия. Вариантом могли бы быть различные методы выявления рисков в каждом подразделении предприятия. С этой целью риск-менеджером проводятся дискуссии с группами сотрудников из ключевых производственных подразделений, в ходе которых происходит обсуждение факторов рисков и их выявление, организуются семинары с участием ключевых должностных лиц подразделений. Однако, описанные подходы также не дают полной и объективной картины о рисках. Они могут служить лишь дополнительным средством. Поэтому для распознания рисков нужны более эффективные подходы, как в организационном, так и в методическом плане.

В организационном плане можно предложить следующий комплекс мер, который, на наш взгляд, будет способствовать повышению эффективности выявления и управления операционными рисками в компаниях:

1) Выявление и анализ рисков непосредственно потенциальными носителями рисков — руководителями функциональных направлений и менеджерами процессов — создают возможности и условия для более эффективной селекции рисков (меньшей вероятности упустить из виду критичные риски), и более компетентных оценок.

2) Полноценная система контроля (в том числе со стороны руководителей по направлениям) дает возможность применения санкций за ненадлежащее исполнение решений по рискам.

3) Внесение во все должностные инструкции задач и обязанностей по управлению рисками, критериев оценки результативности деятельности сотрудников по этому функционалу, позволяет исполнителям лучше понимать и выполнять свои задачи, показывать лучшую результативность в управлении рисками.

4) Превентивное управление (модифицирование, превентивные мероприятия, контроль) обеспечивает лучшую подготовленность к кризисам.

5) Встроенность процессов управления рисками в стратегическое и оперативное планирование позволяет более эффективно выявлять и оценивать риски и принимать более качественные решения по рискам.

6) Полноценная система учета информации о рисках предприятия и отчетности по рискам создает условия для лучшей контролируемости процессов управления рисками.

В методическом плане развитие инструментов графического моделирования может существенно облегчать задачи распознания операционных рисков. Эти инструменты следует признать наиболее удобным и эффективным средством выявления факторов рисков вообще и операционных, в частности. Но прежде чем предложить какие-либо конкретные новые подходы в этом аспекте, выделим ряд базовых инструментов:

- структурные и потоковые диаграммы, причинно-следственные диаграммы;
- метод HAZOP («Hazard & Operability»);
- «деревья отказов».

Структурные и потоковые диаграммы предназначены для наглядного представления сложных систем с целью анализа взаимосвязей, выявления проблемных точек и факторов рисков. Диаграмма Ишикавы подходит для выявления причин событий, в том числе неблагоприятных (рисков), которые скрыты в какой-либо производственной цепочке операций.

Что касается такого инструмента, как HAZOP, это также один из очень хороших способов выявления факторов возможных сбоев в работе не только производственного оборудования, но и какой-либо целой системы, функционирующей на предприятии. HAZOP предназначен для планирования обеспечения надежной работы системы; с помощью данного метода выявляются внутрисистемные потенциально возможные отклонения, вне зависимости от оценки их влияния на потребителя той продукции, которая производится анализируемой системой. Также преимуществом этого метода являются так называемые «ключевые слова», значительно облегчающие процесс выявления отклонений, их факторов и последствий. Несмотря на удобство и преимущества метода HAZOP, аналитики рисков пока не используют в полной мере его достаточно широкие возможности.

«Деревья отказов» удобны тем, что с их помощью можно проследить сценарии развития отказов производственных и иных систем, а также количественно оценить вероятности каждого из событий сценария и главного события. Дерево отказов, может применяться для анализа не только промышленных, но и иных рисков. Этот метод позволяет глубже разобраться в работе системы, понять, какие события в отдельности или в комбинации могут привести к проблемной ситуации,

а также и оценить вероятность событий на каждом этапе развития сценария.

Для решения задачи выявления операционных рисков в настоящей статье предлагается методика, основанная на комбинировании контекстных диаграмм в стандарте IDEF0 и модифицированной диаграммы Ишикавы. Вначале дадим краткую характеристику того и другого инструмента.

В рамках стандарта IDEF0 анализируется и моделируется функциональность системы. Производственный процесс представляется в виде ряда элементов-работ, которые технологически связаны между собой, обмениваясь материальными потоками и информацией с помощью определенного набора используемых каждой работой ресурсов. С помощью графического моделирования можно проводить системный анализ того или иного процесса, с фокусированием на решаемых задачах или на исходных материалах, индикаторах выполнения, требуемых ресурсах, выходных параметрах.

В IDEF0 самый общий (первый) уровень графической модели включает только контекстную диаграмму. Контекстная диаграмма — это всего лишь один функциональный блок, характеризующий всю совокупность элементов-работ моделируемого процесса, без подробностей. В целях выявления рисков контекстной диаграммы может быть достаточно, чтобы не утяжелять анализ. Однако в ряде случаев может потребоваться ее декомпозиция.

Диаграмма Ишикавы («рыбий скелет») используется в управлении качеством для анализа причин несоответствия установленному стандарту качества продукции. Однако этот инструмент хорошо подходит и для выявления факторов риска.

В диаграмме Ишикавы обычно 6 компонентов качества. Приведем пример их состава (табл. 1).

Описанные в таблице общие компоненты производственного процесса должны быть конкретизированы и включены в диаграмму Ишикавы для выявления причин, влияющих на качество и риски анализируемого процесса.

Для решения задач управления рисками диаграмму Ишикавы можно модифицировать и использовать в сочетании с графическим моделированием в стандарте IDEF0 при выявлении рисков. Далее охарактеризуем данный подход на примере процесса производства хлебобулочных изделий.

Прежде всего строятся контекстные диаграммы: исходная (рис. 2) и модифицированная (рис. 3) с конкретизацией элементов для анализируемого процесса.

Таблица 1

Компоненты качества в диаграмме Ишикавы

Категории	Компоненты производственного процесса
Человек	Оператор
Методы, технологии	Стандарты, регламенты
Машина (средства, механизмы)	Технологическое оборудование, измерительное оборудование
Материал	Сырье
Контроль	Система измерения
Среда	Температурный режим, влажность воздуха, химический состав (загрязненность) воздуха, оборудования

С помощью приведенных диаграмм менеджер процесса может выявить риски неэффективной реализации процесса. При этом критериями эффективности являются:

- количество произведенной продукции;
- количество отбракованной продукции;
- объем отбракованного сырья;
- издержки общие и по стадиям процесса.

В качестве примера приведем некоторые риски, характерные для данного процесса, распределив их по источникам (табл. 2).

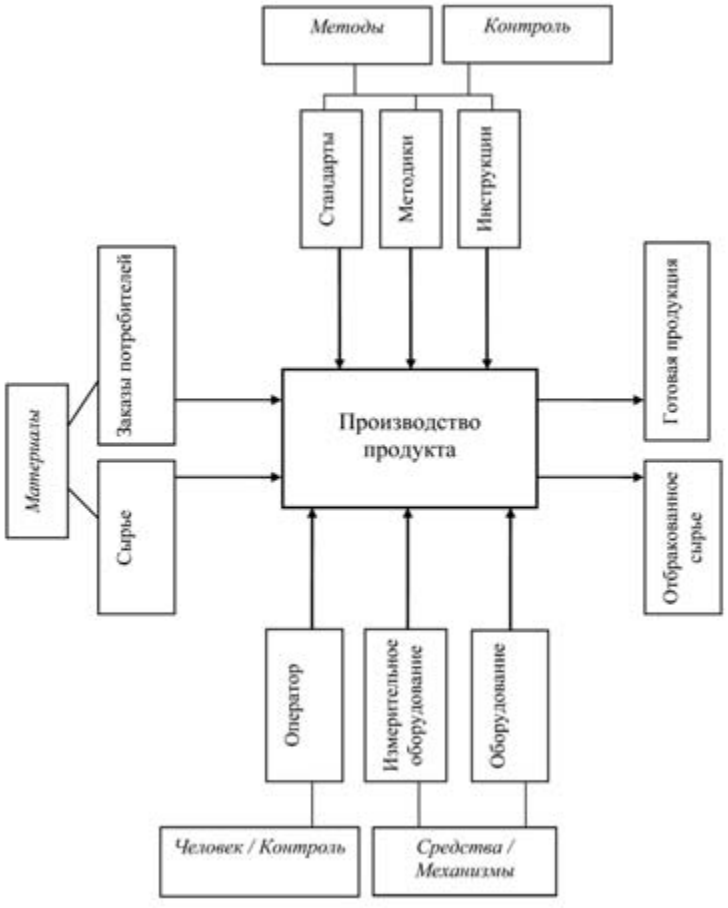

Рис. 2. Контекстная диаграмма для целей выявления рисков (описывающая функцию процесса производства продукта и связанные с ней основные источники риска).

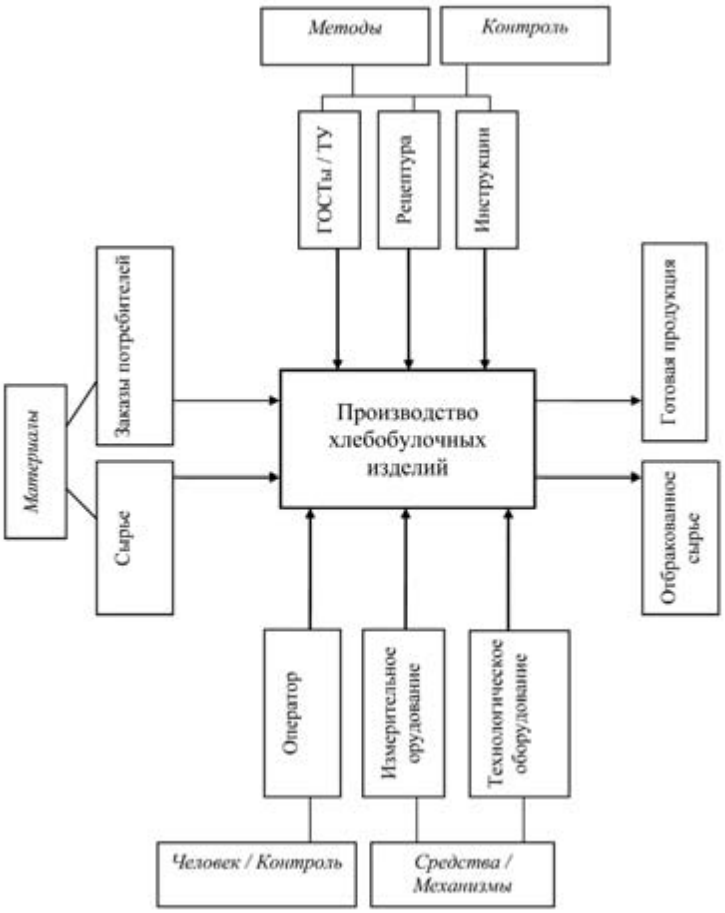

Рис. 3. Конкретизация контекстной диаграммы для процесса производства хлебобулочных изделий.

Таблица 2

Риски производственного процесса (на примере процесса производства хлебобулочных изделий)

Основные источники рисков	Примеры рисков
Человек	Ошибки оператора. Неточное соблюдение инструкции. Нарушение санитарных норм при обращении с сырьем и оборудованием
Материал	Неполнота / некондиция исходного сырья. Нарушение пропорций или концентрации исходных компонентов
Методы	Методические ошибки в рецептуре, инструкциях или нормативах, мерах обеспечения продовольственной и технической безопасности
Контроль	Неполный контроль сырья перед подачей. Неполная отбраковка сырья. Неточные показания измерительного оборудования
Средства и механизмы	Сбой технологического оборудования. Порча сырья в устройстве
Среда (рабочая обстановка)	Нарушение требований безопасности труда. Нарушение температурного и влажностного режима (превышение допустимого уровня плесени в помещении). Доступ в рабочее помещение и к оборудованию со стороны неуполномоченных лиц

Определив основные риски, риск-менеджер совместно с менеджером процесса может далее выявить их факторы, построив диаграмму Ишикавы (рис. 4).

Следует сказать, что для корректности создаваемых графических моделей в каждом конкретном случае потребуется верная интерпретация каждого из источников риска, выделение ключевых с точки зрения риска звеньев процесса и анализ необходимых элементов контекстной диаграммы, что может быть осуществлено риск-менеджерами лишь с привлечением ряда компетентных лиц, работающих в компании.

В заключение стоит отметить, что в недалеком прошлом корпоративные риск-менеджеры в основном занимались вопросами организации страховой защиты для своих компаний, и широких концепций управления операционными рисками еще не существовало. В настоящее время, в связи с повышением внимания к таким рискам, круг задач риск-менеджеров по их выявлению и анализу значительно расширился. И при решении этих задач корпоративным отделам управления рисками приходится постоянно взаимодействовать с вышестоящим руководством, менеджерами процессов, специалистами по обеспечению непрерывности бизнеса, службой экономической безопасности и юридическим отделом [4]. Более комплексный подход с привлечением большого числа специалистов к выявлению операционных рисков позволяет более своевременно и эффективно (с меньшими затратами) локализовывать их факторы. В целом это помогает сохранять и выявлять конкурентные преимущества, позволяющие компании с большей уверенностью смотреть в будущее. РИСК

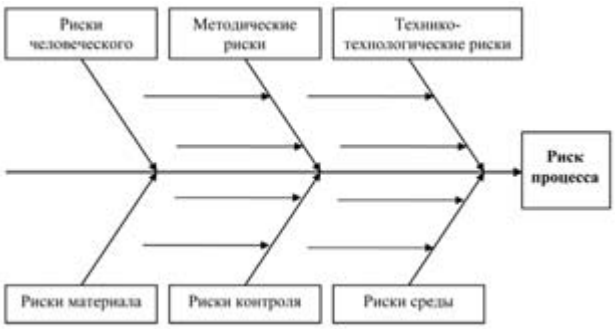

Рис. 4. Диаграмма Ишикавы модифицированная (для выявления факторов риска).

Библиографический список:

1. Гэри Д. Эппен. Прокладывая курс сквозь риски производства // Управление рисками / Джеймс Пикфорд; [Пер. с англ.]. — М.: ООО «Вершина», 2004. — с. 161 — 166.
2. Кудрявцев А. А. Интегрированный риск-менеджмент. — М.: Экономика, 2010.
3. Кунин В.А. Превентивное управление предпринимательскими рисками промышленных предприятий. — СПб.: Изд-во СПбАУЭ, 2009.
4. Ричард Реддеуэй. Дьявол в деталях: как защитить глобальную корпорацию // Управление рисками / Джеймс Пикфорд; [Пер. с англ.]. — М.: ООО «Вершина», 2004. — с. 339 — 344.
5. Эллиотт Майкл У. Основы финансирования риска. — М.: ИНФРА-М, 2007.
6. Jorion, P. (May 16, 2000) Value, Risk and Control: A Dynamic Process in Need of Integration, London: Financial Times. Also reprinted in Pickford, J. (ed.) (2001) Mastering Risk, Volume 1: Concepts, London: Pearson.

Сайт журнала «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция»

www.risk-online.ru

Подписка через редакцию
Архив журнала за 2012 год в свбодном доступе
Содержание всез номеров
Анонсы свежего номера

Заходите ;)

Концептуальные и научные подходы к управлению рисками предприятий строительного комплекса

Б. Хрусталев,
д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики, организации и управления производством, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,
Н. Вяцкова,
аспирантка кафедры экономики, организации и управления производством, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

Аннотация: в данной статье в эволюционном срезе исследуются основные положения наиболее фундаментальных концепций управления рисками. В качестве базовой основы при формировании эффективной системы управления рисками предприятий строительного комплекса предложена интегрированная активно-адаптивная динамическая концепция управления рисками. Сформулированы основные современные научные подходы к управлению рисками, а также даны определения категории «риск» и термина «управление рисками».

Ключевые слова: риск, управление рисками, концепции управления рисками, научные подходы к управлению рисками.

Annotation: in this article in the evolutional section the main principles of the most fundamental concepts of risk management are examined. The integrated active-adaptive-dynamic concept of risk management is proposed as a base for formation of an effective system of risk management of Construction Enterprises. The main modern scientific approaches to risk management are formulated, and the definitions of the category «risk» and the term «risk management» are given.

Keywords: risk, risk management, concepts of risk management, scientific approaches to risk management.

Строительная отрасль, являющаяся одной из наиболее важнейших и в настоящее время динамично развивающихся отраслей экономики народного хозяйства, максимально подвержена воздействию большого количества всевозможных рисков, источниками которых выступают как внешняя среда, так и внутренние факторы самих предприятий. Неоднозначность, многовариантность и субъективность мнений посвященных вопросам трактовки, классификации, анализа и оценки рисков, а также способов управления ими, выделяют и актуализируют такую важную проблему как определение базисных концептуальных и научных подходов к управлению рисками, корректность понимания основ которых является необходимым условием при построении эффективной системы управления рисками предприятий строительного комплекса.

Исторически первой была сформирована концепция минимизации риска, основанная на постулатах классической теории риска, родоначальниками которой являются Дж. Милль [14] и Н.У. Сениор, где категория «риск» интерпретируется исключительно с точки зрения возможности возникновения ущерба, потери или убытка. Развитие данной теории, сторонниками которой являются такие известные деятели экономической науки как Райзберг Б.А. [16, с. 31.], Хохлов Н.В. [21, с. 11], Грачева М.В. [8, с. 27], Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. [22, с. 16] и многие другие, учитывающие сугубо негативные последствия проявления риска, сводит управление риском преимущественно к применению способов и методов, направленных на нейтрализацию потенциального ущерба или сведения уровня риска к максимально минимально возможному значению. Иными словами, основное содержание концепции минимизации риска сконцентрировано на разработке и реализации методов управления, ориентированных на уменьшение риска до максимально возможного уровня, а в идеале — его полного или частичного избежания.

Однако вместе с тем, такие экономисты как Альгин А.П. [1, с. 19-20], Шапкин А.С. [23, с. 6], Воронцовский А.А. [6, с. 66] и другие, являющиеся приверженцами неоклассической теории риска, к основоположникам которой относят А. Маршалла и А. Пигу [17, с. 19], считают категорию «риск» более сложным и емким понятием, подразумевающим не только потери, но и положительные последствия наступления непредвиденных событий. Впоследствии арсенал классического риск-менеджмента пополнился методами, основанными на сопоставимости оценки предельной полезности от управленческого решения в условиях риска и, собственно, меры риска за счет измерения обоих этих показателей в общих единицах измерения [23, с. 18-19, с. 273-274].

В 1989 году в своей работе «Концепция риска, который никогда не равен нулю» Порфирьев Б.Н. [15, с. 31-33] впервые указывает на невозможность достижения нулевого уровня риска, то есть

полного его отсутствия, выделяя при этом свойство приемлемости, что явилось основой образования концепции приемлемого риска.

Концепция приемлемого риска, получившая широкое распространение в зарубежной и отечественной практической деятельности, в настоящее время лежит в основе практически всех программ управления рисками. Ступаков В.С. и Токаренко Г.С. справедливо отмечают, что целью данной концепции является определение оптимального компромисса между такими противоречивыми точками зрения на риск, как «риск — благородное дело» и в тоже время «риск нужно сводить к минимуму» [20, с. 14].

Основная идея концепции состоит в сознательном восприятии риска как управляемого процесса, в признании невозможности полностью избавиться от риска и в возможности его снижения до определенного, допустимого, приемлемого уровня, когда риск перестает быть угрожающим. Под приемлемым риском следует понимать такой уровень риска, который в данной ситуации с учетов факторов внешней и внутренней среды является допустимым, целесообразным и обоснованным исходя из социально-экономических соображений.

При этом одним из ключевых и достаточно сложных вопросов является вопрос определения границы между приемлемым и неприемлемым риском. Для получения корректного и адекватного реальным условиям ответа на данный вопрос Г.В. Чернова и А.А. Кудрявцев [22, с. 81-82] предлагают учитывать следующие факторы:

— особенности методики измерения и анализа рисков;

— традиции и практика ведения определенного бизнеса и корпоративной культуры, а также нормативно-правовые требования, предписания и рекомендации надзорных органов;

— специфику действующей программы управления рисками.

В качестве наиболее простого способа определения уровня приемлемого риска вышеназванные экономисты предлагают исчислять пороговые значения риска в виде задания интервалов возможных значений критериальных параметров, например, меры риска в виде размера ущерба и/или вероятности его возникновения [22, с. 82-84].

В основе методологии концепции приемлемого риска, разработанной Клейнером Г.Б., Тамбовцевым В.Л. и Качаловым Р.М. [11, с. 181] заложена идея дифференциации уровней риска на три разновременные стадии его проявлений:

– начальный (стартовый) уровень риска, то есть уровень риска идеи, замысла или предложения без учета осуществления процедур по анализу и оценке риска. Риск является неидентифицированным, и как следствие, ввиду отсутствия готовности к возникновению рисковых ситуаций, уровень данного риска является весьма высоким;

– оцененный уровень риска — с учетом осуществления комплекса процедур по идентификации, анализу и оценке риска. Риск является проанализированным и оцененным, ввиду чего считается риском более низкого уровня;

– конечный (финальный, приемлемый) уровень риска — с учетом разработанных и проведенных мероприятий и мер по снижению начального уровня риска.

Марцынковский Д.А. [13] в своих трудах между оцененным и конечным уровнем риска выделяет «остаточный уровень риска», давшему характеристику аналогичную конечному уровню у Клейнера Г.Б., Тамбовцева В.Л. и Качалова Р.М., а конечный уровень он характеризует как уровень риска, являющийся приемлемым с точки зрения критериальных параметров риска. При этом Марцынковский Д.А. подчеркивает, что конечный уровень риска может быть равным остаточному уровню или иметь меньшее значение.

Полученная в результате анализа оценка конечного уровня риска может значительно повлиять на изменение позиций относительно «рискованности» предлагаемого управленческого решения, ситуации или деятельности. На основе детально разработанных и предпринятых мероприятий и мер по снижению отрицательных последствий риска его конечный уровень считается приемлемым в предполагаемой возможной рисковой ситуации.

Таким образом, основные задачи концепции приемлемого риска состоят:

— в принятии решений, базирующихся на анализе и оценке объективных факторов и фактов;

— в детальной разработке и осуществлении программ по смягчению и/или нейтрализации вероятных негативных последствий.

При этом в вышеописанной концепции понятие «риск» отождествляется с возможным ущербом, а уровень риска оценивается и связывается исключительно с потерями, убытками.

В полной мере учитывать возможную позитивную составляющую риска позволяет концепция риска как ресурса, впервые сформулированная М. Гринфилдом в 1998 г. [24, p. 12-31], в основе которой положена идея интерпретации риска в виде специфического ресурса, обладающего во многих ситуациях характеристиками, подобными соответствующим атрибутивным признакам материальных ресурсов и в некотором смысле их заменяющими.

В своих трудах М. Гринфилд обоснованно аналогизирует процесс управления риском с процессом управления ресурсами, смысл которого состоит в том, что оптимизация затрат на управление риском должна быть осуществлена посредством сравнения предельных издержек и выгод, где в роли издержек выступают затраты, направленные

на реализацию мероприятий по снижению уровня риска, а выгод — предотвращаемые потери.

По мнению российского экономиста Секерина А.Б. [9, с. 310-312], занимающегося развитием данной концепции, в некоторых ситуациях ввиду недостаточности или отсутствия запаса материальных ресурсов для эффективного и устойчивого ведения бизнеса, многие предприниматели сознательно идут на риск в надежде на его позитивную реализацию. Встает вопрос о целесообразности не снижения риска, а, напротив, его увеличения, эффект от которого считается аналогичным эффекту роста объема продукции при увеличении затрат ресурсов, вследствие чего исследование ресурсно-подобных проявлений риска является одним из перспективных направлений к развитию данной концепции.

В качестве основных характеристик ресурсно-подобного риска [5; 9; 19] выделяют:

— наличие состава позитивных факторов (увеличение уровня риска приводит к дополнительным выгодам, доходам);

— наличие возможности отказаться от принятия ресурсно-подобного риска;

— наличие некоторого оптимального предела, до постижения которого увеличение уровня риска дает позитивный эффект, после чего дальнейшее его увеличение приводит исключительно к негативным последствиям.

Таким образом, смысл управления ресурсно-подобным риском заключается в поддержании его на определенном оптимальном уровне, оцениваемым точечно или диапазонно согласно текущему состоянию и перспективным направлениям развития предприятия. При этом, концепция предусматривает установление не только верхней границы уровня риска, как в концепции приемлемого риска, но и нижней. В случае если значение ресурсно-подобного риска находится ниже установленной границы, то это говорит о возможности сознательного повышения его уровня до оптимального значения для конкретного предприятия. В тоже время, в случае если этот уровень выше оптимального — его необходимо снижать, пользуясь всеми доступными методами и средствами классического риск-менеджмента.

Работая над развитием теории предложенной М. Гринфилдом в части совершенствования ряда качественных аспектов и создания математического аппарата процесса управления ресурсно-подобным риском, Секерин А.Б. предлагает объединить концепцию риска как ресурса, концепцию приемлемого риска и концепцию минимизации риска в виде интегрированной концепции управления риском [19, с. 105]. Основу концепции составляет интерпретация риска как «характеристики ситуации принятия решения в ходе экономической деятельности, связанной с субъективной оценкой лицом, принимающим решение (ЛПР), последствий влияния факторов неопределенности на результаты принимаемого решения с точки зрения благоприятного и неблагоприятного влияния» [19, с. 105]. При этом Секерин А.Б. проводит разграничение ситуации неопределенности от рисковой ситуации, где в качестве базового признака отличия выступает наличие точных определенных предпочтений ЛПР, связанных с его целями, определяющимися в конечном итоге его экономическими интересами. По мнению автора концепции, ситуация считается неопределенной тогда, когда ЛПР либо не имеет представления о возможных последствиях принимаемых им решений, либо не владеет точной информацией о том, какие именно неопределенные последствия являются более благоприятными, чем другие по отношению к поставленной цели. Поэтому риск связан с преломлением неопределенности через призму экономических интересов ЛПР, и представляет собой сумму величины неопределенности ситуации и экономического интереса ЛПР. Уровень риска предстает в виде оценки возможных последствий исследуемого решения, которая в агрегированной форме отражает меру реальности наступления как благоприятных, так и неблагоприятных последствий, а также размеры возникающих при этом потерь или выгод [19, с. 105].

Сущность данной концепции Секерин А.Б., учитывая основные положения теории принятия решения в условиях неопределенности и теоремы об ожидаемой полезности, раскрывает при помощи рассмотрения ситуации принятия решения в условиях риска, где возможное решение задается некоторой функцией полезности, при которой последствие каждого из возможных решений тем предпочтительней, чем выше его полезность. Каждое возможное решение однозначно характеризуется величиной показателя уровня его риска, и стоимостной оценкой ресурсов, необходимых для реализации решения. В конечном итоге, описывая свойства изокванты функции полезности решения [19, с. 106-109], построенной по аналогии с теорией производственных функций, общий вид которой позволяет учитывать проявление рисков различных типов (катастрофический, систематический и ресурсно-подобный риски), автор рассматриваемой концепции доказывает, что выбор решения строится на соизмерении агрегированной полезности и коэффициента риска, выраженным в виде отношения потерь и выгод [19, с. 110], измеряющегося по функции в координатах «риск-затраты». Динамика изменения дополнительной единицы выгод на величину потерь выражает ресурсоемкость риска.

Ссылаясь на результаты исследований международной практики бизнеса, проводимых аудиторской фирмой Pricewaterhouse Coopers (PWC), отражающие восприятие рисков менеджментом крупных и средних компаний в качестве особых

компонентов стратегии руководства предприятиями, направленных на увеличение капиталов или акционерной стоимости, Балдин К.В. и Воробьев С.Н. [2, с. 159], отметив при этом, что в принципе «процесс управление рисками в предпринимательстве мало чем отличается от классического процесса управления самим бизнесом» [2, с. 155], формируют концепцию адаптивного динамического управления рисками. Основная идея концепции состоит в организации процесса управления рисками в режиме оперативного реагирования в отношении минимизации последствий внезапно возникающих рисков и использования рисков, согласно данным оптимистических и пессимистических прогнозов развития ситуации, в качестве потенциальных выгод как возможности для увеличения акционерной стоимости.

Учитывая неоспоримый факт, что сфера строительства является максимально подверженной всевозможным рискам, являющимися по своей природе как катастрофическими, реализация которых приводит исключительно к негативным последствиям (например, пожар, взрыв, авария, стихийные бедствия, крупные хищения и т.п.), систематическими, приводящие к определенным потерям (например, перебои в поставках стройматериалов, поломка машин и оборудования, повреждение строительной техники и механизмов и т.п.), так и ресурсно-подобными, предполагающие кроме неблагоприятных и нейтральных последствий возможность получения дополнительных выгод (инновационный, маркетинговый, информационный, портфельный риски и т.п.), а сам процесс управления рисками менеджментом отечественных строительных предприятий сводится к концентрации усилий по защите бизнеса от возможных потерь с помощью процедур приспособления и классических методов страхования, становится необходимым требованием формирование современных концепций управления рисками, наиболее адекватно соответствующих реалиям современного мира. В связи с этим достаточно перспективной видится концепция, представляющая собой комбинацию интегрированной концепции управления риском Секерина А.Б. и концепции адаптивного динамического управления рисками Балдина К.В. и Воробьева С.Н. в виде единой интегрированной активно-адаптивно-динамической концепции.

Активность названной концепции должна выражаться в активизации участия в воздействии на риски с учетом максимально возможного активного использования всей имеющейся информации, а также всех средств, приемов и методов влияния на риски, включая обязательное проведение предупредительных мероприятий.

Адаптивность концепции определяется возможностью гибкого и оперативного реагирования на изменения окружающей бизнес-среды, а также способностью подстраиваться под ошибки или пробелы прогноза и в режиме активного управления демпфировать образовавшиеся форс-мажорные ситуации или неожиданные риски.

В рамках предлагаемой концепции выбор методов воздействия на риски должен быть осуществлен в соответствии с результатами анализа и оценки рассматриваемых рисков по принципу оптимизации соотношений дополнительных выгод и возможных потерь, в пределах установленных приемлемых для конкретного предприятия границ свободы принятия решений, с учетом прогнозов развития ситуации, направленных на увеличение капитализации хозяйствующего субъекта.

Таким образом, интегрированная активно-адаптивно-динамическая концепция управления рисками помимо оперативного реагирования на влияние изменений факторов внешней и внутренней среды в части снижения вероятности наступления негативных событий, влекущих серьезные финансовые последствия, позволяет грамотно маневрировать систематическими рисками, манипулировать ресурсно-подобными рисками, оптимизируя бизнес-процессы и повышая акционерную стоимость.

Предложенная концепция, отражая преемственность предыдущих базовых концепций, в полной мере соответствует требованиям современной парадигмы управления рисками [7, с. 133-134], основные черты которой характеризуются основными положениями, упрощенно выраженными в объединении, непрерывности и расширенности риск-менеджмента. Высокая прозрачность, понятность, гибкость и адаптивность базовых положений интегрированной активно-адаптивно-динамической концепции позволяет достаточно гармонично сочетать в себе наиболее популярные подходы к управлению рисками (таблица 1).

Резюмируя все вышесказанное, следует отметить, что ввиду отсутствия среди ученых и специалистов единого однозначного понимания термина «управления рисками» и категории «риск», в общем виде, в рамках предложенной концепции, под управлением рисками следует понимать комплексный непрерывный процесс, сосредоточенный на разработке и обосновании грамотных и адекватных конкретным условиям, с учетов влияния факторов внешней и внутренней среды, управленческих решений, направленных на реализацию высокоэффективных методов работы с каждым из выявленных рисков. Риск представляет собой возможность получения положительного результата в виде дополнительного дохода, выгоды или выигрыша при принятии решения в условиях полной или частичной неопределенности, а также отрицательного результата в виде убытков по сравнению с прогнозируемым результатом в условиях конкретных ситуаций с учетов влияния факторов внешней и внутренней среды. Данная

Таблица 1

Научные подходы к управлению рисками

Подход	Краткая характеристика
Нормативный [3]	Установление нормативов управления по всем подсистемам системы управления рисками.
Директивный (административный) [3]	Регламентация функций, прав, обязанностей, элементов системы управления рисками в нормативных актах (приказы, распоряжения, указании, положения, инструкции и т.п.).
Процессный [4, с. 48]	Управление рисками рассматривается как непрерывный цикл последовательных, повторяющихся взаимосвязанных и взаимообусловленных этапов.
Динамический [4, с. 48]	Рассмотрение процесса управления рисками в развитии, причинно-следственных связях и соподчиненности, проведение как ретроспективного, так и перспективного анализа за несколько лет.
Структурный [3]	Обозначение значимости, приоритетов среди факторов, методов, принципов и других инструментов управления рисками в совокупности с целью определения целесообразного соотношения и повышения обоснованности распределения ресурсов.
Системный [4, с. 38]	Представление управления рисками в виде сложной системы, состоящей из совокупности взаимосвязанных элементов, имеющей выход (цель), вход (ресурсы), связь с внешней средой и обратную связь.
Комплексный [4, с. 47]	Учет экономических, организационных, социальных, технических и иных аспектов управления предприятием в целом, и управления рисками в частности, в их взаимосвязи и взаимодействии, направленных на достижение единой цели.
Интеграционный [4, с. 47]	Исследование и усиление взаимодействия и взаимосвязи между подсистемами и элементами системы управления рисками.
Ситуационный [4, с. 50]	Сосредоточение на выборе методов управления рисками, наилучшим образом соответствующих конкретной текущей ситуации.
Активный [12]	Максимально активное использование всей имеющейся информации, средств, приемов и методов влияния на риски.
Адаптивный [12]	Осуществление приспособления к изменениям условий внешней и внутренней среды.
Креативный [25, p. 152]	Генерирование и продуцирование новых нетривиальных решений, направленных на повышение возможности реализации благоприятного исхода рисковых событий и максимальную минимизацию вероятных потерь неблагоприятного исхода с учетов факторов внешней и внутренней среды.

интерпретация, в полной мере раскрывающая дуальную сущность риска, ориентирована в первую очередь на возможную реализацию благоприятных исходов рисковых событий. Ведь априори субъект управления, принимая решение в условиях неопределенности, первостепенно надеется на положительное отклонение результата от предполагаемой расчетной величины. А значит, именно такое толкование риска является наиболее корректным, раскрывающим за всевозможными опасностями и угрозами новые возможности и перспективы, появляющиеся шансы для успешного развития хозяйствующего субъекта. Процесс отлаженной работы системы управления рисками на предприятиях строительного комплекса, содержащей в своей основе интегрированную активно-адаптивно-динамическую концепцию, должен быть, прежде всего, направлен на выработку и практическую реализацию механизмов, направленных на создание необходимых условий для свершения именно благоприятного исхода рисковых событий. Иными словами, система управления рисками должна быть ориентирована не на подлаживание влиянию внешних и внутренних обстоятельств, а на самостоятельное создание условий, влияющих на обстоятельства в нужном для предприятия русле.

Таким образом, принятие интегрированной активно-адаптивно-динамической концепции является базовой основой для формирования эффективной системы управления рисками на предприятиях строительного комплекса и выбора методов реагирования на риски. **РИСК**

Библиографический список:

1. Альгин А.П. Риск и его роль в общественной жизни / А.П. Альгин А.П. — М.: Мысль, 1989. — 187 с.

2. Балдин К.В., Воробьев С.Н. Риск-менеджмент: Учебное пособие / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев. — М.: Гардарики, 2005. — 285 с.

3. Бармашова Л.В. Сущность научных подходов к управлению [Электронный ресурс] URL: http://barmashova.ru/upravlenie_proizvodstvom/nauchnii_podchodi_k_upravleniu/index.html

4. Башкатова Ю.И. Управленческие решения / Ю.И. Башкатова. — М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2003 — 89 с.

5. Бублик Н.Д. Риск-ресурс: проблемы венчурно-стохастической деятельности / Н.Д. Бублик, В.Б. Силантьев. — Уфа: БТИПБ, 1999. — 376 с.

6. Воронцовский А.А. Управление рисками / А.А. Воронцовский. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 458 с.

7. Вяткин В.Н., Гамза В.А., Екатеринославский Ю.Ю., Иванушко П.Н. Управление рисками фирмы. Программы интегративного риск-менеджмента / В.Н. Вяткин, В.А. Гамза, Ю.Ю. Екатеринославский, П.Н. Иванушко. — М.: Финансы и статистика, 2006. — 400 с.

8. Грачева М.В. Анализ проектных рисков / М.В. Грачева. — М.: Финстатинформ, 1999. — 216 с.

9. Грачева М.В. Секерин А.Б. Риск-менеджмент инвестиционного проекта: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / М.В. Грачева, А.Б. Секерин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 544 с.

10. Иода Е.В., Иода Ю.В., Мешкова Л.Л., Болотина Е.Н. Управление предпринимательскими рисками. 2-е изд.. испр. и перераб. / Е.В. Иода, Ю.В. Иода, Л.Л. Мешкова, Е.Н. Болотина. — Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2002. — 212 с.

11. Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность / Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов. — М.: Экономика, 1997. — 288 с.

12. Козка А. Финансовые риски: выявление и управление / А. Козка // Журнал Генеральный Директор [Электронный ресурс] // URL: http://director.com.ua/bezopasnost/finansovye-riski-vyyavlenie-i-upravlenie

13. Марцынковский Д.А. Основные принципы и методология управления рисками / Д.А. Марцынковский [Электронный ресурс] // URL: http://www.rusregister.ru/upload/iblock/78b/part_2.pdf

14. Милль Дж.С. Основы политической экономии: [В 3-х т.] Пер. с англ. / Дж.С. Милль; Общ. ред. А.Г. Милейковского. — М.: Прогресс, 1981.

15. Порфирьев Б.Н. Концепция риска, который никогда не равен нулю / Б.Н. Порфирьев // Энергия. — 1989. — № 8. — С. 31-33.

16. Райзберг Б.А. Предпринимательство и риск / Б.А. Райзберг. — М.: Знание, 1992. — 64 с.

17. Рыхтикова Н.А. Анализ и управление рисками организации: Учебное пособие / Н.А. Рыхтикова. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2007. — 240 с.

18. Секерин А.Б. Моделирование управления риском как ресурсом и его применения для оптимизации системы налогового контроля / А.Б. Секерин // Вестник МГУ, сер. Экономика. — 2004. — №1. — С. 68-83.

19. Секерин А. Б. О методологии управления экономическим риском / А.Б. Секерин // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Экономика и управление». — 2004. — №1. — С. 104-111.

20. Ступаков В.С., Токаренко Г.С. Риск-менеджмент: Учебное пособие / В.С. Ступаков, Г.С. Токаренко. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 288 с.

21. Хохлов Н.В. Управление риском / Н.В. Хохлов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 239 с.

22. Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. Управление рисками: Учебное пособие / Г.В. Чернова, А.А. Кудрявцев. — М.: Проспект, 2008. — 160 с.

23. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций. — 6-е изд. / А.С. Шапкин. — М.: Дашков и Ко, 2003. — 544 с.

24. Greenfield M.A. Risk management. «Risk as a resourse». Langley Research Center. — 1998. — 14 may [Электронный ресурс] // URL: http://www.hq.nasa.gov/office/codeq/risk.pdf

25. Vyatskova N.A. Formation of creative approach to risk management of the enterprises of a construction complex / N.A. Vyatskova // European Applied Sciences: modern approaches in scientific researches, proceedings of the 4rd International scientific conference. Stuttgart: ORT Publishing. — 2013. — P. 152-154.

KTR-ONLINE.RU

логистика • маркетинг • аналитика

новости экономики, новости логистики, новости рынков,
аналитические материалы и статьи,
журналы по логистике и маркетингу, пресс-релизы,
интервью, мероприятия

С. Евсеева,
к.э.н., доцент кафедры экономики и управления на предприятии, Лесосибирский филиал Сибирского государственного технологического университета

Идентификация рисков управляющих организаций в сфере ЖКХ на основе концепции заинтересованных сторон

Аннотация: в статье представлены результаты идентификации рисков управляющих организаций, присущих ее отношениям с заинтересованными сторонами.

Ключевые слова: риск, идентификация рисков, управляющая организация, заинтересованные стороны, факторы риска, интересы заинтересованных сторон.

Annotation: the article presents the results of risk identification of management organizations, inherent in its relations with stakeholders.

Keywords: risk, risk identification, management organization, stakeholders, risk factors, stakeholder interests.

Деятельность управляющих организаций в сфере ЖКХ (далее — управляющая организация) направлена на управление многоквартирными домами, целями которого является благоприятные и безопасные условия проживания граждан; надлежащее содержание общего имущества в многоквартирном доме; решение вопросов пользования общим имуществом в многоквартирном доме; предоставление коммунальных услуг гражданам, проживающим в многоквартирном доме [1]. Однако, деятельность управляющих организаций подвержена влиянию факторов, которые порождают неопределенность в отношении того, достигнет ли она своих целей. Предметом нашего исследования является неопределенности, возникающие в отношениях с заинтересованными сторонами, т.е. лицами и организациями, которые создают «добавленную ценность для организации или так или иначе заинтересованы в деятельности организации, или находящиеся под ее влиянием» [2]. Приоритетными заинтересованными сторонами управляющей организации являются собственники помещений в многоквартирном доме (далее — собственники помещений в МКД), персонал управляющих организаций, ресурсоснабжающие организации, подрядные (обслуживающие) организации, государственные и муниципальные органы власти [3].

Целью нашего исследования является осуществить идентификацию рисков управляющих организаций, присущих ее отношениям с заинтересованными сторонами.

Для идентификации рисков управляющих организаций был проведен анализ нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность управляющих организаций, опыта работы управляющих организаций, опубликованных в специализированных печатных изданиях и мнений специалистов управляющих организаций г. Лесосибирска (Красноярский край). На основании анализа была предложена классификация рисков с учетом специфики функционирования управляющих организаций в сфере ЖКХ (рисунок 1) и выявлены факторы, вызывающие эти риски. На следующем этапе исследования закрепили выявленные факторы за каждой из заинтересованных сторон для последующей выработки стратегий взаимодействия, направленных на снижение этих рисков. Рассмотрим содержание выявленных рисков.

Финансовый риск — это риск невыполнения управляющей организацией своих финансовых обязательств. Данный риск возникает в результате неисполнения, несвоевременного и неполного исполнения жильцами многоквартирных домов

платежных обязательств перед организацией, а также недостаточности денежных средств, поступающих в виде платежей от жильцов ввиду низкого уровня тарифов на содержание и текущий ремонт при неоправданно высоких и недостаточно регулируемых расходах организации. В результате несвоевременной оплаты и неоплаты собственниками помещений в МКД за ЖКУ образуется дебиторская задолженность, которая приводит к увеличению задолженности управляющая организация перед ресурсоснабжающими и подрядными организациями. Существующий подход к формированию тарифов на коммунальные ресурсы предполагает, что тарифы на коммунальные ресурсы как закупочные, так и продажные установлены в равном размере. Это приводит управляющую организацию в заведомо убыточное положение, так как ее дебиторская задолженность включает и долги, которые на практике, невозможно востребовать. Таким образом, управляющая организация, предоставляющая коммунальные услуги, но не являющаяся при этом потребителем коммунальных ресурсов, вынуждена финансировать оплату потребленных гражданами коммунальных ресурсов за счет денежных средств, поступающих из других источников.

Экономический риск — это вероятность сокращения прибыли в связи с использованием экономически необоснованных тарифов на содержание и ремонт общего имущества в МКД и на управление МКД. Размер тарифов на содержание и ремонт

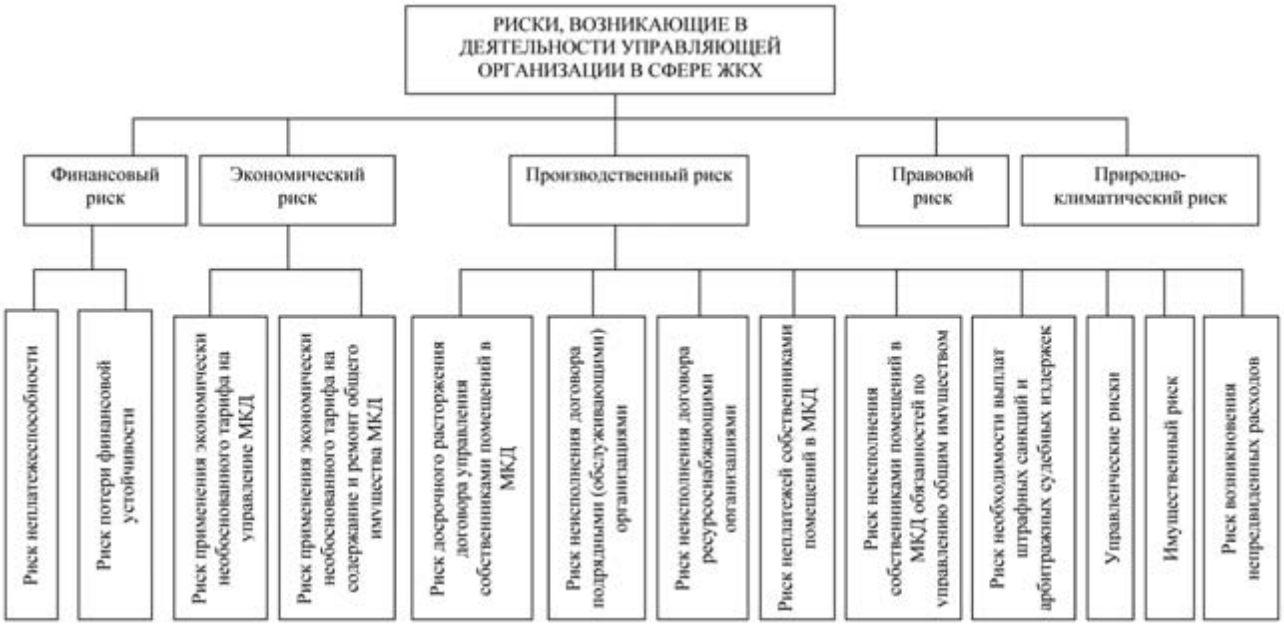

Рис. 1. Классификация рисков в деятельности управляющих организаций в сфере ЖКХ.

общего имущества в МКД и на управление в МКД определяются составом и периодичностью данных услуг (работ) и устанавливаются собственниками помещений в МКД на общем собрании с учетом предложений управляющей организации. В случае, если собственники не приняли решения о размере тарифа, то размер тарифа за содержание и ремонт устанавливают органы местного самоуправления. Однако при формировании тарифов сталкиваются интересы собственников помещений в МКД и управляющие организации, что вызывает неопределенность. Экономические интересы собственников помещений в МКД, сводятся к получению максимально возможного количества услуг надлежащего качества по минимальным ценам. Управляющим организациям в соответствии с Жилищным кодексом РФ предоставляется право оказывать услуги потребителям по тарифам, которые покрывают 100% расходы управляющей компании, и иметь инвестиционную составляющую на развитие бизнеса самой управляющая организация, и поэтому заинтересованы в получение максимальной прибыли, посредством установления высоких тарифов. На практике же большинство управляющих организаций размер платы за содержание и ремонт жилого помещения приравнивают к размеру платы, установленной органами местного самоуправления для нанимателей жилых помещений по договору социального найма, который не отражает фактические затраты. Использование экономически необоснованных тарифов приводит к низкому качеству услуг по управлению МКД, неудовлетворительному их содержанию, недофинансированию в них текущего и капитального ремонта. Это происходит по причине того, что собственники помещений в МКД психологически и финансово не готовы нести бремя совместного содержания своего общего имущества.

Производственный риск — это риск, возникающий в процессе производства и оказания услуг управляющей организацией. Производственный риск влечет за собой не только невозможность получения ожидаемой прибыли, но и увеличивает вероятность потерь, выражающихся в недостаточном количестве и низком качестве предоставляемых услуг. Производственный риск вызывается действиями не только управляющей организации, и действиями собственников помещений в МКД, подрядных и ресурсоснабжающих организаций. В процессе производства и оказании услуг управляющая организация взаимодействует с собственниками помещений в МКД, подрядными и ресурсоснабжающими организациями. Характер взаимодействия заинтересованных сторон управляющей организации представлен на рисунок 2.

Собственник помещений в МКД является потребителем услуг, оказываемых управляющей организацией. Управляющие организации оказывают собственнику коммунальные, жилищные услуги и услуги по управлению многоквартирным домом (далее — услуга по управлению МКД) и осуществляют свою деятельность на основании договора управления. Собственник помещений в МКД, за оказанные услуги обязан своевременно и в полном объеме вносить плату. Особенностью управляющих организаций в сфере ЖКХ является то, что жилищные и коммунальные услуги она оказывает не своими силами, а с привлечением различных организаций. При предоставлении коммунальных

Рис. 2. Характер взаимодействия заинтересованных сторон управляющей организации в сфере ЖКХ.

услуг управляющая организация заключает с ресурсоснабжающими организациями договоры на приобретение коммунальных ресурсов, являясь при этом потребителем ресурсов. Последующая передача услуг собственникам помещений в МКД осуществляется по договору управления. При выполнении работ (услуг) по содержанию и ремонту общего имущества собственников помещений в МКД, т.е. жилищных услуг с привлечением различных подрядных организаций управляющая организация использует договоры подряда. Начисление и сбор платы за жилищные, коммунальные услуги и услуги по управлению МКД осуществляет управляющая организация. Затем производит расчет с ресурсоснабжающими и подрядными организациями за оказанные услуги. В результате этих взаимодействий возникают неопределенности, которые вызывают значительную долю производственных рисков.

Достаточно серьезные риски существуют во взаимоотношениях управляющих организаций и собственников, связанные с тем, что собственник не выполняет обязанности, возложенные на него действующим жилищным законодательством по управлению многоквартирным домом, содержанию и ремонту общего имущества в доме, а также по своевременной оплате жилищно-коммунальных услуг. В соответствии с Жилищным кодексом РФ собственники имущества несут бремя его содержания и обязаны управлять своим имуществом, несмотря на то, что основную часть этой функции они передают управляющей организации. Для исполнения своей обязанности управлять общим имуществом в многоквартирном доме собственники обязаны ежегодно проводить годовое общее собрание (часть 1 ст. 45 ЖК РФ). К компетенции общего собрания собственников помещений относятся решения следующих вопросов: о пользовании общим имуществом; об изменении состава или состояния общего имущества; об установлении размера платы на содержание общего имущества; о выборе способа управления. Кроме этого существует риск досрочного расторжения договора управления собственниками помещений в МКД.

Одним из важнейших направлений деятельности УО является обеспечение собственников помещений и граждан, проживающих в многоквартирном доме, качественными коммунальными услугами в необходимом объеме. На основании постановления Правительства РФ №354 от 06 мая 2011 г. «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов», управляющая организация является исполнителем услуг при их предоставлении. Для реализации этой функции заключает договор с ресурсоснабжающей организацией на поставку коммунальных ресурсов. В рамках существующей системы договорных отношений с ресурсоснабжающими организациями возникает дисбаланс экономических отношений. Фактически складывается положение, когда ресурсоснабжающая организация не отвечает непосредственно перед потребителями коммунальных услуг, а управляющая организация не может повлиять на изменение качества и объема подаваемого коммунального ресурса. Кроме этого, перепродавая коммунальную услугу по цене, равной цене покупки, управляющая организация несет бремя расходов по организации работы, связанной с обеспечением надлежащего качества и количества таких услуг, расходов, связанных с технологическими потерями

во внутридомовых сетях, несмотря на то, что данные потери уже включены в тариф, а, следовательно, оплачиваются в полном объеме ресурсоснабжающим организациям, а также расходов, связанных с неоплатой коммунальных услуг собственниками квартир.

Значительной частью деятельности управляющих организаций, является предоставление жилищных услуг потребителям (собственникам помещений и нанимателям). Передавая данный вид услуг на аутсорсинг подрядным организациям, управляющая организация несет полную ответственность за их качественные и количественные характеристики. В этом случае у управляющей организации увеличиваются риски, связанные с невыполнением условий договоров подрядными организациями. Другая неопределенность, возникающая во взаимоотношениях с подрядными организациями, связана с изменением видов, объемов, сроков и стоимости услуг, заявленных в договоре подряда или возмездного оказания услуг по содержанию и ремонту многоквартирного дома. В данной ситуации управляющая организация вынуждена компенсировать затраты за счет своей прибыли.

Значительная часть рисков вызывается неопределенностями, которые присущи внутренним факторам, связанным с персоналом управляющей организации. При принятии управленческих решений возникают неопределенности связанные с неполнотой, неточностью, недостоверностью информации, уровнем квалификации персонала и т.п.

Для управляющей организации характерен правовой риск, поскольку она оказывает услуги, для которых характерна их принадлежность к группе жизнеобеспечения, социальной значимости, незаменяемости другими услугами и, следовательно, жестко регламентируются и контролируются государством. Основными факторами риска являются несовершенство и противоречивость действующего законодательства, и изменение законодательства, влияющего на условия деятельности управляющей организации.

Природно-климатический риск вызывается неопределенностью, связанной с изменением погодных условий в месте расположения жилищного фонда управляющей организации. Снегопады, холодная погода, сильные ветры и шквалы приводят к увеличению расходов, связанных с обслуживанием общего имущества и возмещением убытков при порче имущества собственников помещений в МКД.

Таким образом, содержание выявленных рисков (кроме природно-климатического риска) свидетельствует о том, что они вызывается неопределенностями, которые возникают в отношениях с заинтересованными сторонами. В таблице 1 представлены результаты систематизации видов и факторов, присущих отношениям с заинтересованными сторонами. Управление выделенными факторами риска позволит управляющей организации минимизировать риски, вызванные действиями заинтересованных сторон. **РИСК**

Таблица 1

Риски и факторы рисков, присущие отношениям с заинтересованными сторонами.

Заинтересованная сторона	Вид риска	Факторы риска
Собственник помещений в МКД	Риск неплатежеспособности	Несвоевременность и неполнота оплаты за ЖКУ
	Риск досрочного расторжения договора управления собственниками помещений в МКД	Низкий уровень информированности о работе управляющей организации
	Риск неплатежей собственниками помещений в МКД	Низкая платежеспособность населения Отсутствие ответственности
	Риск неисполнения собственниками помещений в МКД обязанностей по управлению общим имуществом	Низкий уровень информированности о правах и обязанностях Гетерогенный состав, дифференцированный по уровню дохода, возрасту, образования Отсутствие ответственности за содержание, обслуживание и сохранение общего имущества
	Риск возникновения непредвиденных расходов	Риск неплатежей собственниками помещений в МКД
Подрядные организации	Риск неисполнения договора подрядными организациями	Недостаточная квалификация персонала подрядных организаций Отсутствие технических возможностей
	Риск возникновения непредвиденных расходов	Изменение политики ценообразования у поставщиков жилищных услуг
Ресурсоснаб-жающие организации (РСО)	Риск неисполнения договора РСО	Высокий износ инженерных сетей Неэффективное использование коммунальных ресурсов Недостаточная квалификация персонала
	Риск возникновения непредвиденных расходов	Изменение политики ценообразования у поставщиков коммунальных ресурсов

Таблица 1 (окончание)

Заинтересованная сторона	Вид риска	Факторы риска
Персонал	Риск неплатежеспособности	Использование экономически необоснованного тарифа на управление МКД
	Риск потери финансовой устойчивости	Снижение прибыли Снижение деловой активности Высокая доля кредиторской задолженности в объеме привлеченных средств Высокая доля привлеченных средств
	Риск досрочного расторжения договора управления собственниками помещений в МКД	Неудовлетворительное исполнение договора управления Отсутствие эффективной системы отбора подрядных организаций Неэффективная система контроля качества жилищных услуг
	Риск неисполнения договора подрядными организациями	Несвоевременность и неполнота оплаты за жилищные услуги
	Риск неплатежей собственниками помещений в МКД	Неудовлетворительное исполнение договора управления Плохая организация системы сбора платежей за ЖКУ Плохая организация системы начисления ЖКУ Недостаток информационного обеспечения
	Риск неисполнения договора РСО	Несвоевременность и неполнота оплаты за коммунальные ресурсы Неэффективная система контроля качества коммунальных ресурсов
	Риск неисполнения собственниками помещений в МКД обязанностей по управлению общим имуществом	Отсутствие условий и стимулов для возникновения «эффективных собственников жилья» Низкий уровень организации информированности собственников о правах и обязанностях
	Риск необходимости выплат штрафных санкций и арбитражных судебных издержек	Управленческие риски Неудовлетворительное исполнение договора управления Несоблюдение организацией требований законодательства Несоблюдение договоров с РСО и подрядными организациями
	Управленческие риски	Недостаточная квалификация персонала управляющей организации Нерациональное построение внутренних бизнес-процессов Отсутствие внутренних регламентов деятельности Неэффективная структура управления Отсутствие и неадекватная формулировка стратегических целей организации
	Риск возникновения непредвиденных расходов	Управленческие риски
Государство	Риск неплатежей собственниками помещений в МКД	Отсутствие эффективного механизма привлечения к ответственности за неоплату или несвоевременную оплату Сложная система получения льгот и субсидий
	Риск неисполнения собственниками помещений в МКД обязанностей по управлению общим имуществом	Отсутствие условий и стимулов для возникновения «эффективных собственников жилья» Отсутствие эффективного механизма привлечения к ответственности за ненадлежащие содержание, обслуживание и сохранение общего имущества
	Риск необходимости выплат штрафных санкций и арбитражных судебных издержек	Непредвиденное изменение законодательства
	Риск возникновения непредвиденных расходов	Непредвиденное изменение налогового законодательства
	Правовой риск	Несовершенство и противоречивость действующего законодательства Изменение законодательства, влияющего на условия деятельности управляющей организации

Библиографический список:

1. Жилищный кодекс РФ. — Изд-во Эксмо, 2012. — 144 с.

2. ГОСТ Р ИСО 9004-2010 «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества».- Введ. 01.06.2011.

3. Евсеева, С. А. Основные положения концепции устойчивого развития управляющих организаций в сфере ЖКХ//Проблемы современной экономики, 2013. — №4(48). — С.306-311.

Интеллектуальные информационные технологии в системах управления бизнесом организаций

Т. Воронкова,
доцент кафедры прикладной информатики в экономике, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики,
С. Куликова,
к.э.н., доцент кафедры прикладной информатики в экономике, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики

Аннотация: в статье рассматривается роль и место инструментов business intelligence в системах управления бизнесом на современном этапе. Приводится классификация инструментов, различия и возможности каждой категории. Так же анализируются возможности применения аналитических систем для определенных категорий бизнеса.

Ключевые слова: BI, business intelligence, аналитические системы.

Annotation: the article considers the role and place of business intelligence tools in business management systems at the present stage. Classification of BI tools, differences and capabilities of each category. Also the possibilities of the application of analytical systems for certain categories of business.

Keywords: BI, business intelligence, analytical system.

По мере развития бизнеса современных организаций для управленческого персонала становится актуальной потребность в использовании современных информационных технологий для решения аналитических задач, обеспечивающих эффективное управление организацией (компанией, корпорацией и т.д.) в условиях постоянных изменений внешних и внутренних факторов. Первоначально источником исходной информации для проведения анализа служили данные, накопленные и хранящиеся в традиционных OLTP-системах. По мере развития средств и методов анализа и переполнения данными этих систем данный способ получения аналитической информации становился все менее эффективным. Эти причины обусловили необходимость использования новых подходов к организации хранения и обработки информации, которые обеспечивали бы оперативное решение аналитических задач по различным запросам пользователей. В настоящее время все более востребованными становятся технологии интеллектуального анализа данных (Data Mining), так как пользователь может получать не только новые данные, но и новые знания.

Главными целями интеллектуального анализа данных являются обеспечение поиска функциональных и логических закономерностей в отношении накопленной информации, а также построение моделей и правил, объясняющих и/или прогнозирующих эти закономерности. Особое место среди информационных технологий, связанных с интеллектуальным анализом данных, отводится технологиям, обеспечивающим решение неформализованных или слабоформализованных задач.

Основной причиной, заставившей авторов обратиться к указанной теме, является отсутствие достаточно подробной информации о возможностях бизнес-аналитики и аналитических систем. Впервые понятие Business Intelligence было введено в обращение аналитиками Gartner в конце 1980-х годов как «процесс, включающий в себя доступ и исследование информации, ее анализ, выработку интуиции и понимания, которые ведут к улучшенному и неформальному принятию бизнес-решений»[1].

BI — это набор инструментального программного обеспечения, предназначенного для оперативного предоставления бизнес-пользователю необходимых для его работы фактов в виде информативных отчетов.

BI объединяет несколько инструментальных технологий. Среди них:

— Data Warehousing (хранилища данных);

— On-Line Analytical Processing (аналитическая обработка в реальном режиме времени);

— Query&Reporting (генерация запросов и отчетов);

— Data Mining (интеллектуальный анализ данных) и др.

В основе технологии BI лежит организация доступа конечных пользователей и анализ структурированных количественных данных и информации о бизнесе.

Исследования показывают, что спрос на системы с инструментарием business intelligence растет и рынок BI-систем является одним из самых дина-

мично развивающихся сегментов всей отрасли ИТ[2]. В России пока не распространены такие современные варианты работы с большими данными, как in-memory вычисления и их размещение в облаке, но запросы заказчиков постоянно растут. Российский рынок бизнес-аналитики за несколько лет развивался от внедрения OLAP-систем до использования инструментов интеллектуального и предикативного анализа, вычислений в оперативной памяти и технологий big data. С уверенностью можно сказать, что спрос на системы бизнес-аналитики будет расти и в дальнейшем, причем среди всех категорий бизнеса.

Практика внедрений аналитических систем показывает, что стандартных, подходящих для всех, решений не бывает [2]. В первую очередь, свои различия накладывает специфика отрасли и особенности бизнеса. В то же время задачи автоматизации аналитики могут существенно различаться в каждой компании, например: консолидация отчетности, переход на единый способ представления информации, контроль и анализ бизнес-процессов, гибкий анализ больших объемов данных и другие. Попробуем рассмотреть возможности систем бизнес-аналитики для различных категорий бизнеса.

В платформах бизнес-анализа реализуются следующие ключевые категории возможностей:

1. Возможности интеграции. В данной категории предполагается реализация BI-инфраструктуры, наличие инструментов управления метаданными, инструменты разработки и взаимодействия с другими пользователями и системами.

2. Представление информации. Эта категория характеризуется возможностями создания различных отчетов, в том числе информационных панелей, а так же возможностью создавать нетиповые запросы и поиск по структурированным и неструктурированным данным. Интеграция с приложениями Microsoft Office и мобильные возможности так же являются неотъемлемой частью современных аналитических систем.

3. Анализ данных. В системах бизнес-аналитики применяются инструменты аналитической оперативной обработки данных для построения и поддержки OLAP-кубов, интерактивная визуализация, инструменты моделирования и data mining. В последнее время добавляются такие инструменты, как карты показателей, перспективное моделирование, симуляторы и оптимизация.

Современные BI-системы содержат четыре типовых блока: хранение данных, интеграция данных, анализ данных и представление данных. В дополнение к вышесказанному стоит отметить особенности организации хранения данных в аналитических системах. Для анализа больших объемов данных используется концепция информационных хранилищ (data warehouse, DW). Преимущество такого подхода в том, что данные собираются из различных транзакционных систем, что позволяет рассматривать все аспекты бизнеса в совокупности. Для решения более узких задач или для работы отдельных пользователей могут выделяться подмножества хранилищ данных-витрины данных.

Компания Tadvizer в своем аналитическом отчете «Системы бизнес-аналитики 2013» приводит следующую классификацию продуктов BusinessIntelligence: «Сегодня категории BI-продуктов включают: BI-инструменты и BI-приложения. Первые, в свою очередь, делятся на: генераторы запросов и отчетов; развитые BI-инструменты, — прежде всего инструменты оперативной аналитической обработки (online analytical processing, OLAP); корпоративные BI-наборы (enterprise BI suites, EBIS); BI-платформы». Попробуем охарактеризовать особенности каждого класса.

1. BI-инструменты применяются конечными пользователями для работы с данным из хранилища или витрин. Эти инструменты позволяют анализировать данные и генерировать отчеты, из них составляются корпоративные BI-наборы. Такие наборы помогают внедрять BIбез привлечения новых ресурсов, и могут представлять собою BI-портал. Внедрение корпоративного набора может быть рациональным для компаний, использующих разрозненные BI-инструменты. По поводу отдельных инструментов можно отметить следующее:

2. Инструменты генерации запросов и отчетов выполняют лишь некоторый анализ, но могут иметь развитый механизм генерации отчетов и облегченный механизм OLAP. Могут содержать средства рассылки и публикации отчетов на Web, механизм извещения о событиях или отклонениях.

3. Инструменты OLAP — это развитые аналитические инструменты. Главным преимуществом таких инструментов является возможность формирования OLAP-кубов, которые помогают пользователям исследовать данные в любых измерениях, которые они выберут. Имеется возможность агрегирования данных, загрузки данных из серверных ресурсов, загрузки кубов.

4. BI-платформы могут уступать по функциональности корпоративным BI-наборам, но организованы с учетом специфических проблем бизнеса или обладают «заказным» интерфейсом. Как правило, они обеспечивают необходимую для бизнес-анализа функциональность: доступ к базам данных, манипулирование многомерными данными, моделирование, статистический анализ и деловую графику.

5. BI-приложения — обычно ориентированы на конкретную функцию или бизнес-задачу, но могут применяться и более широко. Приложения могут извлекать данные из других систем, и в них часто встроены BI-инструменты.

В табл.1 приведены примеры продуктов Business Intelligence с указанием разработчиков.

Табл. 1.

Продукты BI

Категория	Продукт	Поставщик
Инструменты генерации запросов и отчетов	Cognos Impromptu	IBM
	SAP Crystal Reports	SAP Business Objects
Инструменты OLAP	Cognos PowerPlay	IBM
	SAP Business Object Explorer	SAP AG
	MS Data Analyzer	Microsoft
Корпоративные BI-наборы	Business Objects	SAP Business Objects
	Cognos	IBM
BI-платформы	Cognos BI	IBM
	Oracle BI	Oracle
	SAP BusinessObjects Business Intelligence	SAP AG
	Deductor	BaseGroup Labs
	BusinessObjects XI	SAP Business Objects
BI-приложения	SAP Customer Intelligence	SAP Business Objects
	Finance Intelligence	SAP Business Objects

Как правило, системы для бизнес-анализа решают очень широкий спектр задач. Внедрение таких систем дает много преимуществ компании, но в первую очередь, это ускорение и точность бизнес-анализа. Для каждого типа бизнеса можно выделить определенные классы задач и возможностей BI. Эта информация поможет руководителям сориентироваться на этапе выбора системы. Авторы проанализировали возможности применения по следующим видам деятельности.

Торговля. В силу очень большого объема операций при большом количестве клиентов, для принятия решений розничным компаниям требуется искать закономерности в огромных объемах данных, анализировать тенденции и оптимизировать работу розничной сети. При оптовой торговле необходимо контролировать сбыт, оптимизировать закупки и решать много других задач. Как правило, для торговых компаний можно использовать следующие возможности аналитических систем: аналитическая отчетность, прогнозирование спроса, оптимизация закупок, прогнозирование и оптимизация запасов, анализ клиентской базы, строить программы лояльности. Особенно актуальной для предприятий торговли является возможность анализа потребительской корзины и выявления самых ходовых сочетаний товаров. Аналитические платформы позволяют проводить сегментацию и классификацию покупателей на основе данных из других систем. Хранилище данных, которое может входить в состав BI-платформы, обеспечит возможность консолидации информации из территориально распределенных подразделений.Для крупных розничных компаний и торговых сетей можно выявить закономерности спроса, сегментировать покупателей по реакции на изменение цены, на маркетинговые акции, что позволит оперативно принимать решения и даст преимущество в жесткой конкурентной борьбе.

Банки. У банков, как правило, быстро растет список услуг и конкуренция. Аналитические решения позволяют снижать финансовые риски, строить модели скоринга на основе нейронных сетей и деревьев решений. Для управления ликвидностью банка можно прогнозировать остатки средств на счетах клиентов, если брать данные из банковской системы или хранилища данных. Примеры задач для банков: программы лояльности, кросс-продажи кредитных продуктов, выявление мошеннических схем.Что касается специфики спроса, то финансовым компаниям требуются мощные инструменты для формирования отчетности и стратегий. Банки проявляют спрос к системам управления рисками, формирования отчетности для регулятора, моделирования финансовых потоков и финансового состояния банка[2].

Государственные учреждения. В госучреждениях, как правило, имеются проблемы с качеством информации и оперативностью получения сведений. С помощью внедрения бизнес-аналитики, они могут решать задачу консолидации, очистку данных, проверку на соответствие требованиям. К примеру, можно устранять опечатки, дублирования, противоречия. Аналитическая отчетность, бюджетирование и контроль исполнения позволяют моделировать ситуации и делать прогнозы. В государственных учреждениях есть задачи: план-факторный анализ, прогнозирование развития социально-экономической ситуации, расчет показателей. Госсектору система бизнес-аналитики поможет оценивать эффективность деятельности органов власти, проводить мониторинг контроль за реализацией государственных программ. Так же востребованными будут возможности анализа и прогнозирования показателей развития экономики и отдельных отраслей.

Промышленность. В процессе производства необходимо на основе оперативной информации решать задачи оптимизации, находить «узкие места», снижать расходы. Аналитические системы позволяют автоматически выявлять отклонения от заданных параметров, т.е. управлять качеством, рассчитывать ключевые показатели, с помощью моделирования и анализа «что-если» оценить, как влияет изменение настройки оборудования на производственные показатели. С помощью про-

гнозирования можно рассчитывать потребность в материалах, транспорте и прочих ресурсах, оптимизировать загрузку оборудования. Оптимизации закупок и анализ клиентской базы так же является актуальной задачей для производственных предприятий.Аналитики отмечают, что активизировавшийся после кризиса сектор производства товаров массового потребления проявляет повышенный спрос на системы BI. На практике их уже используют для анализа производственных издержек, «чувствительности» маржинальности к изменению затрат, сопоставления плановых затрат и прогнозируемых продаж в сочетании с корректирующими факторами на основании фактических объемов продаж [2].

Телекоммуникации. Для высокотехнологичных отраслей актуальными являются задачи мониторинга абонентской базы, построение профилей клиентов, рассылки абонентам, предотвращение уходов клиентов. Для решения таких задачи используются следующие методы аналитики: визуализация, кластеризация, деревья решений, логистическая регрессия.

Медицина. Активное применение BI системы находятивобластиздравоохранения.Стандартным решением является применение математических и статистических методов. Однако современные методы Data Mining могут использоваться тоже очень широко. К примеру, кластеризация, классификация, ассоциативные правила, последовательные шаблоны регрессионные модели, деревья решений, нейронные сети, карты Кохонена, помогут диагностировать заболевания, оценивать диагностические тесты, выявлять побочные эффекты.

Как видно из вышесказанного, методы аналитики могут быть адаптированы и применены в самых различных предметных областях. С другой стороны, есть возможности аналитических систем, которые однозначно применяются по стандартной схеме, например, консолидация данных, проектирование OLAP-кубов, создание отчетов. Специалистам, осуществляющим выбор BI-решения, можно порекомендовать в первую очередь определиться с масштабами предполагаемой аналитики и исходя из этого, остановиться на какой-либо конкретной категории BI: инструмент генерации запросов и отчетов, инструмент OLAP, корпоративный BI-набор, BI-платформа или BI-приложение. Далее необходимо исследовать функционал решения на предмет соответствия бизнес-задачам компании. Стандартный набор инструментов — построение и анализ кубов, консолидация данных, визуализация и построение отчетов реализуется практически любым BI-решением. А вот инструменты datamining, например, кластеризация, выявление ассоциативных правил и прочие варианты обнаружения знаний встречаются далеко не в каждом продукте.

Современные инструменты для бизнес-аналитики способны существенно помочь службам внутреннего аудита, риск-менеджмента и комплекс-контроля в обработке больших объемов информации. BI-системы включает в себя технологии, методы и автоматизированные средства извлечения и анализа данных, а также предоставления информации, способствующей достижению понимания, необходимого для улучшенного и неформального принятия оперативных управленческих решений. BI-системы развиваются сегодня быстрыми темпами, расширяется и сфера их практического применения. РИСК

Библиографический список:

1. А. Еремяшев, BI-системы: нажми на кнопку — получишь результат... «Консультант», № 7, апрель 2010 г.

2. http://www.tadviser.ru/ (дата обращения 03.05.2014)

3. http://www.ibm.ru (дата обращения 03.05.2014)

4. http://www.microsoft.com (дата обращения 03.05.2014)

5. http://www.basegroup.ru/(дата обращения 03.05.2014)

6. http://www.interface.ru/ (дата обращения 03.05.2014)

маркетинг и логистика

- новости
- аналитические материалы, статьи
- законодательство, нормативные акты, комментарии
- маркетинговые исследования

www.itkor.ru

А. Верецкий
юрисконсульт,
ООО «АгроКапитал»,
соискатель,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Трансформация специальных налоговых режимов для сферы малого и среднего предпринимательства

Аннотация: в статье раскрыты ключевые направления трансформации специальных налоговых режимов для субъектов малого и среднего предпринимательства – упрощенной системы налогообложения, системы единого налога на вмененный доход, системы единого сельскохозяйственного налога и патентной системы.

Ключевые слова: специальный налоговый режим, малое и среднее предпринимательство.

Annotation: this article considers the Keydirections of tax improvement for the special tax systems – simplified tax system, patent tax system and others – for small and medium business.

Keywords: special tax system, small and medium business.

Оценка применения специальных налоговых режимов показала их результативность с точки зрения роста субъектов малого предпринимательства, которые их используют. Это обусловлено тем, что в условиях наиболее распространенной упрощенной системы налогообложения (УСН) не мене чем в 2 раза уменьшается налоговая нагрузка предпринимателей, существенно облегчается налоговый учет, который часто сводится лишь к ведению книги учета доходов и сдаче годовой декларации.

Все это способствовало увеличению числа пользователей УСН почти до 2,5 миллионов, одну половину которых составляют организации, а другую — индивидуальные предприниматели.

Вместе с тем, остается ряд условий, сдерживающих применение УСН. Во-первых, это ограничение годового дохода суммой 60 млн. руб. (с 2014 г — 64 млн. руб.), которая постановлением Правительства РФ от 22.07.2008 № 556 установлена только для микропредприятий. Действительно, основная масса малых предприятий — 1760 тысяч — относится к микросубъектам (1). Однако из 243 тыс. предприятий, имеющих численность от 16 до 100 человек, далеко не каждое может воспользоваться УСН, хотя для них статус малого предприятия позволяет иметь годовую выручку до 400 млн. руб.

Ограничение годового дохода инициирует дробление более крупных предприятий на мелкие структуры, чтобы воспользоваться преимуществами УСН. В результате мы получаем некоторый рост количества малых субъектов за счет деления средних предприятий, тогда как задача кардинального расширения и развития малого предпринимательства не решается.

Ограничение дохода отрицательно сказывается и на возможности создания новых рабочих мест, поскольку увеличение численности персонала будет сдерживать рост заработной платы из-за невозможности превысить сумму выручки. Так, предприятие, имеющее годовую выручку на уровне 60 млн. руб., при среднемесячной заработной плате порядка 30 тыс. руб. может иметь не более 30-40 работников.

Поэтому в Налоговом кодексе необходимо привести предельное значение годового дохода в соответствие с показателем, установленным в постановлении Правительства РФ для малых предприятий, т.е. 400 млн. руб. Это позволит всем малым предприятиям, а не только микроструктурам, воспользоваться благоприятными условиями УСН, что будет способствовать увеличению их количества и сократит искусственный прирост за счет дробления предпринимательских структур в целях получения налоговой выгоды.

Это позволит также избежать ежегодного индексирования годового дохода, совместив его с периодическим пересмотром границ малого предпринимательства (1 раз в 5 лет), и создаст более стабильную перспективу для развития входящих в него структур.

Во-вторых, для основной массы малых предприятий, которые являются микросубъектами, ведение налогового учета доходов и расходов остается трудоемкой процедурой. Для его упрощения можно воспользоваться опытом Чехии, где для групп субъектов отдельных сфер деятельности, имеющих разный уровень затрат, установлены укрупненные нормативы их вычета. В частности, для деятельности в сельском и лесном хозяйстве вычеты установлены в размере 80%, для ремесленников — 60%, для лиц свободных профессий (адвокаты, врачи, ученые и т.п.) — 40%, от сдачи в аренду недвижимости — 30% (2, стр. 312). Следующим шагом должно быть стимулирование затрат на исследовательские разработки, социальные цели, увеличение заработной платы.

В-третьих, переход на специальные режимы, прежде всего, на УСН, исключает возможность уплаты НДС, а, следовательно, и его зачета при покупке сырья, материалов, комплектующих изделий, оборудования, оплате энергоносителей и работ сторонних организаций. При этом налого-

плательщики теряют покупателей их продукции, которые являются плательщиками НДС. Таким покупателям не выгодно приобретать продукцию у субъектов, применяющих УСН, поскольку они не получают от них счет-фактуру с выделенным НДС и, соответственно, не могут принять его к вычету.

Особо важна возможность зачета НДС для предприятий производственной сферы. Хотя их доля в структуре плательщиков, применяющих УСН, невелика, но именно они более активно участвуют в инновационных процессах и нуждаются в поддержке.

Поэтому предпринимателям необходимо разрешить переход в разряд плательщиков НДС, который может сопровождаться снижением ставки единого налога для тех, кто использует доход в качестве налоговой базы, или уменьшением единого налога на сумму уплаченного НДС.

В-четвертых, в условиях применения УСН действует ограничение остаточной стоимости амортизируемого имущества в сумме 100 млн. руб. Величина данного ограничения за весь период применения УСН не менялась и не индексировалась. В современных условиях она становится преградой для перехода на УСН, в том числе предприятий, использующих дорогостоящее оборудование для научно-исследовательских работ. Согласно закону от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» статус предприятия определяется предельной величиной выручки от реализации товаров, работ и услуг или балансовой стоимости активов. Как известно, в настоящее время постановлением Правительства России установлен только показатель выручки.

Следовательно, необходимо существенно повысить для целей налогообложения в рамках УСН предельную сумму активов, в первую очередь для предприятий производственного и инновационного секторов, или вообще отменить это условие. В дальнейшем при установлении соответствующих пределов к такому ограничению можно вернуться.

Одним из вариантов такого решения может быть поэтапное увеличение допустимой стоимости активов и последующая ее индексация с учетом сложившегося уровня фондоотдачи в обрабатывающих отраслях.

Не меньшее число налогоплательщиков — 2,6 миллиона применяют *систему единого налога на вмененный доход.* Их структура определена видами и сферой деятельности, которые могут переводиться на ЕНВД, поэтому среди них 85% составляют индивидуальные предприниматели.

С момента ввода ЕНВД показатели базовой доходности повышались только 1 раз, но при этом ежегодно устанавливается растущий коэффициент-дефлятор. На 2014 год этот коэффициент установлен в размере 1,672 (3), что соответственно увеличило налоговую базу в 1,67 раза.

Вместе с тем, многие налогоплательщики адаптировались к условиям ЕНВД и успешно им пользуются. По ряду видов деятельности муниципальные нормативные акты установили достаточно льготные корректирующие коэффициенты, позволяющие существенно снизить налоговую нагрузку.

Анализ практики применения ЕНВД в муниципальных образованиях выявил основные проблемы в отношении данного режима.

Первое. Слишком широкий диапазон допустимых изменений корректирующего коэффициента К2 (от 1 до 0,005), который разрешает уменьшать его до 200 раз и не позволяет превышать. Ограничение верхнего значения этого коэффициента создает заниженную налоговую нагрузку для отдельных высокодоходных видов деятельности и может способствовать созданию коррупционных ситуаций при налогообложении отдельных групп налогоплательщиков. Поэтому логичнее исходить из сложившегося уровня доходности определенного вида деятельности на территории муниципального образования, который и должен в первую очередь определять значение корректирующего коэффициента.

Нижний предел корректирующего коэффициента К2 — 0,005, который практически не применяется, можно увеличить, по крайней мере, до 0,01; разрешить муниципальным образованиям по согласованию с субъектами Федерации увеличивать верхнее предельное значение коэффициента до 2-х для высокорентабельных видов деятельности.

Второе. Основными направлениями налоговой политики Российской Федерации определено, что система ЕНВД должна быть полностью отменена с 2018 года. Логика данного решения обусловлена введением с 2014 г. самостоятельной патентной системы налогообложения для индивидуальных предпринимателей, которая во многом дублирует сферы ЕНВД.

Согласно данным ФНС России, в 2012 г. уже наметилось некоторое снижение числа налогоплательщиков, которое в предстоящие годы может ускориться, именно, за счет индивидуальных предпринимателей, переходящих на патентную систему налогообложения.

Соответственно, индивидуальные предприниматели выберут при наличии альтернативы тот налоговый режим, который обеспечит им более низкую налоговую нагрузку.

В настоящее время отсутствуют четкие экономические обоснования отмены ЕНВД. Во-первых, патентная система имеет более узкие границы по сравнению с вмененным налогообложением как по числу работающих, так и по масштабам дея-

тельности. Во-вторых, с отменой ЕНВД организации (юридические лица) теряют возможность применения этой системы и будут вынуждены перейти на режим налогообложения, в результате чего их налоговая нагрузка может повыситься. Поэтому целесообразно сохранить систему ЕНВД для организаций (юридических лиц).

Проблемы введения и применения новой патентной системы налогообложения (ПСН), которая начала действовать с 2013 г., пока еще четко не проявились.

Потенциал применения ПСН достаточно высок. Об этом свидетельствуют цифры количества индивидуальных предпринимателей, имевших патенты на право применения УСН на основе патента — более 93 тысяч человек в 2012 г., которое выросло по сравнению с 2011 г. в 1,57 раза.

Резервом роста ПСН являются 2,2 миллиона индивидуальных предпринимателей, которые применяли ЕНВД и в условиях добровольности выбора могут воспользоваться патентом.

В принципе, особой разницы между патентной системой и ЕНВД для индивидуального предпринимателя нет. И в том, и в другом случае он уплачивает сумму патента или ЕНВД, который заменяет ему налоги на доходы и на имущество физических лиц и НДС. Другие налоги — транспортный, земельный, госпошлину при возникновении объекта налогообложения он должен платить. Кроме того, сохраняется обязанность уплаты взносов в социальные внебюджетные фонды.

На первый взгляд, условия патентной системы выглядят более предпочтительными по сравнению с ЕНВД, поскольку налоговая ставка при расчете патентного налога составляет 6% от дохода, а при вмененном налогообложении — 15% от вмененного дохода. Но сумма патента или налога в первую очередь зависит от величины налоговой базы, которая в случае патента устанавливается законом субъекта Федерации в виде годовой суммы дохода, а для ЕНВД — суммой базовой доходности в Налоговом кодексе и значением корректирующего коэффициента в нормативном правовом акте муниципального образования. Поскольку нормативные акты в отношении ЕНВД, определяющие его условия, во многих муниципалитетах действуют уже давно, перспективы применения ПСН будут зависеть от того, какие суммы годового дохода для расчета стоимости патента будут установлены региональными законами, что, в свою очередь, определяется региональной политикой развития малого бизнеса, правильной оценкой экономической ситуации и учетом особенностей региона (4).

Сравнение положений ряда региональных законов о введении ПСН показывает, что установленные размеры годового дохода по видам деятельности существенно различаются, особенно, в розничной торговле, сдаче жилья в аренду. Пока еще не выработаны подходы к обоснованию размеров годового дохода по различным видам деятельности.

Предварительные данные о количестве выданных патентов на право применения ПСН показали неутешительные результаты: если на начало 2013 года их число составляло 113,9 тысяч, то на 01.07.2013 г. оно сократилось до 75,6 тысяч.

Фиксированная ставка социальных платежей создает неравномерную нагрузку для индивидуальных предпринимателей, имеющих разные доходы.

В связи с этим необходимо дифференцировать размер социальных взносов пропорционально годовому доходу налогоплательщиков. Минимальный фиксированный тариф взносов в размере 1 МРОТ может быть установлен для предпринимателей с годовым оборотом не более 360 тыс. руб., при более высоком доходе взносы должны взиматься в сумме 1 МРОТ плюс 1% от оборота, но не более 130 тыс. руб. в год.

Хотя *система единого сельскохозяйственного налога* (ЕСХН) дает самую малую долю бюджетных доходов в сравнении с другими специальными налоговыми режимами, ее значение достаточно велико, поскольку она призвана поддержать производителей и переработчиков сельскохозяйственной продукции, обеспечивающих решение задач продовольственной безопасности Российской Федерации.

В 2012 г. декларации по ЕСХН представили 121,6 тыс. налогоплательщиков, среди которых 26,4 тыс. организаций и 96,2 тыс. индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств. По сравнению с 2011 годом количество организаций сократилось на 1660 единиц, а индивидуальных предпринимателей — более чем на 23 тыс. человек.

Несмотря на сокращение числа налогоплательщиков, суммы поступающих налогов выросли в расчете на 1 организацию с 90 до 101 тыс. руб. и с 6,4 до 10,3 тыс. руб. на 1 индивидуального предпринимателя. Такое сокращение числа налогоплательщиков можно рассматривать и как результат их некоторого укрупнения и концентрации.

Хотя система ЕСХН создает самую низкую налоговую нагрузку на предпринимателей, можно выделить две проблемы, которые затрудняют ее применение.

Первая проблема связана с определением статуса налогоплательщика, который предполагает, что доля доходов от производства сельскохозяйственной, рыбной продукции и последующей ее переработки должна быть не менее 70%. Переработка собственной продукции является важным видом их деятельности, которая позволяет им более успешно выходить на рынки сбыта, не отдавая посредникам результаты своего труда по заниженным ценам.

Однако такая переработка, согласно Налоговому кодексу, не должна носить промышленный характер, иначе эта продукция не учитывается как профильная. Поэтому необходимо включить в состав продукции, по которой определяется возможность применения системы ЕСХН, стоимость промышленной переработки сельскохозяйственной продукции из собственного сырья.

Вторая проблема повторяет ту, о которой было сказано в отношении УСН и невозможности зачета уплаченного НДС. Известно, что сельскохозяйственные товаропроизводители ежегодно приобретают семена, удобрения, горюче-смазочные материалы, оборудование по ценам, включающим НДС. Их доля в затратах достаточно велика. Для приобретения необходимых материалов в начале сезона в большинстве случаев прибегают к банковским кредитам, поскольку собственных средств не хватает. При этом из-за диспаритета цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию уровень рентабельности их продукции невысок.

После реализации произведенной продукции плательщики ЕСХН не имеют права принять к вычету уплаченный НДС, поскольку не являются его плательщиками, теряя на этом часть дохода.

Поэтому плательщикам ЕСХН целесообразно предоставить право в добровольном порядке становиться плательщиками НДС, что позволит им воспользоваться налоговым вычетом по уплаченному НДС при приобретении необходимых материалов, оплате услуг после реализации своей продукции.

Кроме того, плательщики ЕСХН обязаны платить земельный налог, величина которого не связана с полученным (или неполученным) доходом. Поэтому следует разрешить местным органам освобождать сельскохозяйственных товаропроизводителей от уплаты земельного налога на определенный период времени (не менее 1 года), которые могут оказаться в сложных финансовых условиях и несут убытки в результате неблагоприятных природных условий.

С целью поддержки предприятий приоритетных отраслей сельскохозяйственного производства, стимулирования использования инновационных методов ведения хозяйства, обновления используемой техники необходимо установить для них льготу в виде освобождения от уплаты ЕСХН.

Если субъекты малого предпринимательства могут воспользоваться преимуществами специальных налоговых режимов, то средние предприятия вообще не имеют никаких налоговых льгот, что послужило одной из причин резкого снижения их числа с 25,2 до 13,8 тысяч только за 2011 — 2012 годы. Эти предприятия оказались более уязвимыми в условиях замедления экономического роста.

Для стимулирования развития средних предприятий с годовым доходом до 1 млрд. руб. необходимо ввести следующие налоговые льготы:

— снизить ставку налога на прибыль организаций до 15%, предусмотрев полное освобождение от налога прибыли, направляемой на инвестиционные цели в размере до 50% от ее суммы;

— для поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей, испытывающих жесткую конкуренцию, обусловленную членством России в ВТО, снизить ставку налога на прибыль организаций до 10%, в т.ч. для предприятий, занятых первичной переработкой сельскохозяйственного сырья;

— освободить от налога на имущество организаций приобретаемое новое оборудование в течение 2-х календарных лет, включая год его приобретения.

Кроме того, назрела необходимость скоординировать и гармонизировать условия налогообложения субъектов малого и среднего предпринимательства в странах, входящих в Таможенный союз Беларуси, Казахстана и России.

Реализация предлагаемой трансформации специальных налоговых режимов будет способствовать активизации регулирующей и стимулирующей функции налогов, что позволит обеспечить реальный, качественный рост сферы малого и среднего предпринимательства, облегчить решение социально-экономических задач в области занятости населения и в дальнейшем привести к росту налоговой базы и налоговых поступлений в бюджетную систему Российской Федерации. **РИСК**

Библиографический список:

1. Малое и среднее предпринимательство в России.2013. Статистический сборник. www.gks. ru

2. Налоговая политика в социально-экономическом развитии стран с переходной экономикой / под ред. Р.С. Гринберга, З.Н. Кузнецовой. — СПб.: Алетейя, 2011.

3. Приказ Минэкономразвития Российской Федерации от 07.11.2013 № 652

4. Чванов Р.А. Границы патентного налогообложения расширяются: будут ли результаты? // Экономика и управление: проблемы, решения. 2013. № 10. С.7-12.

К. Факанова,
преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа, финансов и налогообложения, Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний

Банк как инструмент реализации инвестиционного проекта в строительстве

Аннотация: в статье рассматривается финансирование объекта строительства с привлечением заемного капитала. Процесс кредитования состоит из этапов: составление кредитной заявки, анализ кредитоспособности, заключение кредитного договора и его исполнение. Особенностью инвестиционного кредитования является обеспеченность, кредиты предоставляются под залог имущества заемщика. При внешнем финансировании строительным компаниям необходимо сравнить различные кредитные продукты и выбрать оптимальный банк.
Ключевые слова: инвестиционное кредитование, банк, внешнее финансирование, кредитные продукты, аннуитет, строительство.
Annotation: the article discusses the construction project financing with leveraged. Crediting process consists of the steps: drawing up a credit application, creditworthiness analysis, the conclusion of the credit agreement and its execution. The peculiarity of investment lending is the security, the loans granted bail borrower property. When external financing construction companies need to compare different loan products and to select the optimal bank.
Keywords: investment crediting, bank, external financing, credit products, annuity, construction.

Государство как субъект экономических отношений, представляет собой многоотраслевой производственно-хозяйственный комплекс со сложной структурой. Особую роль в этом комплексе играет строительная отрасль.

В процессе строительства создаются материальные блага, которые удовлетворяют потребности общества и формируется взаимоотношения между государством, хозяйствующими субъектами и гражданами страны.

Условием развития строительства жилых комплексов в стране является расширение воспроизводства путем вложения свободного капитала (инвестиций) юридических и физических лиц. Финансирование строительства жилья, объектов социально-культурного назначения одно из приоритетных направлений кредитной политики страны.

Строительство жилых комплексов стало весьма рентабельным бизнесом. Однако, такие специфические особенности, как длительность и сложность инвестиционных стадий, высокая ресурсоемкость строительного процесса, требует значительных капитальных вложений.

Большая часть субъектов хозяйствования имеет недостаточную обеспеченность собственными средствами финансирования инвестиционных объектов для своей деятельности. В этой связи актуальным становится привлечение в качестве источников осуществления инвестиционной деятельности заемных финансовых средств, а также средств населения, иностранных инвесторов.

Зачастую застройщики прибегают к банковскому кредитованию. Банковское кредитование — это метод финансирования потребностей предприятия в денежной форме. Одним из популярных кредитных продуктов у банков является «инвестиционное кредитование».

Инвестиционные кредиты предоставляются на следующие цели:

1. Модернизация уже существующих производственных мощностей.
2. Строительство или реконструкция производственных объектов.
3. Приобретение техники или оборудования для основной деятельности организации.
4. Приобретение коммерческой недвижимости.
5. Финансирование проектов, связанных со строительством, модернизацией, приобретением (выкупом) и реконструкцией жилья, бизнес-центров, автосалонов и других объектов.
6. Финансирование комплексных программ в области жилищно-коммунального хозяйства.

Финансовые отношения возникают между банком как кредитором и его заемщиком при соблюдении следующих условий: обеспеченность, возвратность, срочность, платежеспособность и целевое использование.

Инвестиционное кредитование предполагает наличие обеспечения, то есть кредиты предоставляются под залог имущества заемщика, таким образом, банк снижает риск получения убытков от неплатежеспособности клиентов.

Обязательным условием при заключении договора кредитования между заемщиком и банком является возврат кредитных денег в сроки установленные договором.

Застройщик, планируя свои финансовые и денежные потоки должен изыскать источники оплаты суммы долга, чтобы не допустить штрафов и пеней со стороны банка, а также риск потери имущества в случае неуплаты основного долга.

В кредитном договоре оговорено, на какие цели заимствованы заемные денежные средства, данный вариант для кредитной организации является менее рискованным, т.к. объект строительства является залогом по кредиту.

Основной особенностью инвестиционного кредитования является фактическое принятие банком части рисков заемщика, связанных с успешной

реализацией нового строительного проекта или модернизацией процесса производства.

Данный метод имеет ряд преимуществ:

1. Отлаженная схема финансирования через кредитные организации, регулируемые сроки выдачи и погашения кредита.

2. Ускоряется процесс строительства, т.к. застройщик получает дополнительные ресурсы.

3. Отсутствие налогообложения средств, полученных в заем юридическим лицом, а также снижение налогооблагаемой базы за счет отнесения процентов по кредиту на расходы организации.

Процесс кредитования состоит из следующих взаимосвязанных этапов:

Первый этап — составление кредитной заявки и ее рассмотрение в банке. Застройщик обращается в банк с заявлением на получение кредита и перечень документов, необходимых для оформления кредита. Многие кредитные учреждения размещают всю необходимую информацию на сайте. На этом этапе банк информирует об условиях кредита, его обеспеченности, а также собирает необходимую информацию о клиенте. Банк должен удостоверится о платежеспособности организации, финансовом состоянии и устойчивости.

Вторым этапом является анализ кредитоспособности возможного заемщика. Основным условием получения кредитов для финансирования инвестиционных и строительных проектов заключается в том, что кредиты предоставляются для осуществления эффективных и реализуемых проектов. При принятии положительного решения проводится тщательный анализ кредитоспособности заемщика на основе системы показателей и дается оценка кредитного риска.

Кредитоспособность характеризует сложившееся финансовое состояние клиента, которое дает возможность банку сделать правильный вывод об эффективности его работы, способности погасить кредит (включая проценты) в установленные кредитным договором сроки.

Данные годовой бухгалтерской отчетности, в частности бухгалтерский баланс (форма № 1) и отчет о финансовых результатах (форма № 2), дают представление об имущественном, финансовом состоянии и устойчивости организации. По результатам проведенного анализа банк может установить в каком размере и на какой срок предоставит заемщику кредит.

Если банк выступает инвестором, то дополнительным источником для анализа может послужить бизнес-план строительства жилого комплекса. Тем самым застройщик показывает перспективы получения доходности от вложения денежных средств, а также риски, которые могут возникнуть в процессе строительства, обеспеченность объекта строительства.

Если все условности выполнены, и кредитор заемщику дает одобрение на получение кредита, следующим шагом является оформление кредитной сделки. На третьем этапе заключается кредитный договор между банком и строительной организацией.

В типичном кредитном договоре фиксируют: цель, срок, размер заемных средств, порядок погашения суммы основного долга и процентов по нему, виды и формы проверки обеспечения и имущественную ответственность сторон за нарушение договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, и другие существенные условия договора.

Завершающим четвертым этапом является исполнение кредитного договора. Исполнение кредитного договора неразрывно связано с контролем над выполнением его условий и погашением кредита. Любая программа кредитования предусматривает кредитный мониторинг, направленный на выявление рисков кредитора.

Среди прочих бизнес-займов, инвестиционный кредит занимает особое место. Такие услуги предоставляют большинство банков России. В расчет были рассмотрены и проанализированы следующие банки: открытое акционерное общество (ОАО) «Сбербанк», закрытое акционерное общество (ЗАО) «ВТБ 24», ОАО «МТС-Банк».

ОАО «Сбербанк России» — крупнейший банк в России и СНГ с самой широкой сетью подразделений, предлагающий весь спектр инвестиционно-банковских услуг. Финансовый рейтинг на 01.03.2014 год размер чистой прибыли составляет 68 210 568 тыс. рублей, банк занимает 90 место по России.

ЗАО «Банк ВТБ 24» — один из крупнейших финансовых институтов России, отвечающий за розничное направление банковской группы ВТБ, в т.ч. осуществляет корпоративное кредитование. Финансовый рейтинг на 01.03.2014 год размер чистой прибыли составляет 1 332 721 тыс. рублей, банк занимает 18 место по России.

ОАО «МТС-Банк» — крупный финансовый институт, дочерняя структура ОАО «АФК «Система». Приоритетное направление деятельности — кредитование и обслуживание счетов корпоративных клиентов. Финансовый рейтинг на 01.03.2014 год размер чистой прибыли составляет 126 590 тыс. рублей, банк занимает 90 место по России.

Рассмотрим сравнительную таблицу по предоставлению банковского продукта «Инвестиционное кредитование» (таблица 1).

Размер кредита, ставка и срок при инвестиционном кредитовании устанавливаются индивидуально для каждого заемщика кредитными организациями.

Инвестиционное кредитование предусматривает определенную цель выдачи кредита и залоговое обеспечение, что наблюдается у каждого из сравниваемых банков. Также устанавливается разовая комиссия при фактически совершенной сделки.

Таблица 1

Кредитная программа «Инвестиционный кредит» различных банков

Наименование банка	Сбербанк	ВБТ 24	МТС-банк
1	2	3	4
Цель кредитования	Расширение и модернизация производства, строительство, модернизация объектов недвижимости, приобретение технологического оборудования	Реализация нового проекта на приобретение имущества, ремонт, строительства, а также развитие нового направления деятельности или расширение бизнеса	Покупка недвижимости, транспорт, оборудования, строительство
Сумма кредита	Максимально 80 % от общей стоимости проекта	От 4 000 000 рублей	От 1 000 000 до 80 000 000 рублей
Срок кредита	До 7 лет	До 84 месяцев	До 60 месяцев
Процентная ставка	Устанавливается индивидуального для каждого клиента	От 11,1 процентов годовых	От 12,5 до 18 процентов годовых
Разовая комиссия	Информация отсутствует	От 0,3 процентов от суммы кредита	От 0,5 до 2 процентов от суммы кредита
Залоговое обеспечение	Земельные участки, права аренды, производственная и коммерческая недвижимость, оборудование, транспортные средства	Товары в обороте, оборудование, транспорт, недвижимость	Корпоративное имущество, личное имущество

Также банк вправе установить дополнительные комиссии, штрафные санкции за несоблюдение договорных обязательств и прочие условия.

ОАО «МТС-Банк» может предоставить максимальный заем 80 млн. руб., при этом ОАО «Сбербанк» и ЗАО «ВТБ 24» не указывает на официальном сайте, на какую сумму может рассчитывать заемщик. По срочности минимальное количество месяцев займа наблюдается также у ОАО «МТС-Банк».

С помощью кредитного калькулятора заемщик может сделать предварительные расчеты по ссуде, соизмерить платежи, суммы основного долга и начисленных процентов.

Критерии по инвестиционному кредитованию по рассматриваемым банкам необходимо исходить из кредитной организации ОАО «МТС-Банк», так как он имеет наиболее минимальные показатели.

Представим, что строительной компании необходим заем в размере сто миллионов рублей на строительство многоэтажного жилого дома. Кредитные организации, как правило, финансируют максимально 70-80 процентов от стоимости строительства.

Таким образом, были проведены расчеты, во сколько обойдется заем в размере 80 000 000 рублей на срок 5 лет под залог имущества (таблица 2).

Из расчетов можно сделать заключение, что наиболее выгодные условия предоставления заемных средств у ОАО «Сбербанк». При прочих равных условиях для строительной компании, именно от процентной ставки зависит сумма переплаты и ежемесячных платежей.

Использование кредитных средств при финансировании инвестиционных программ и строительных проектов имеет следующие положительные моменты:

1. Длительные сроки кредитования.
2. Разнообразие схем кредитования, в том числе с использованием аккредитивных форм расчетов и мультивалютных кредитных линий.
3. Разработка индивидуальной программы кредитования для каждой организации.
4. Оптимальные схемы выплат по кредиту.
5. Формирование части залога за счет имущественных прав на строящиеся площади.
6. Отсрочка погашения основного долга до 6 месяцев.

Используя данный способ кредитования, застройщик должен понимать, что сумму займа необходимо вернуть в обусловленный срок с процентами, тем самым стоимость строительства увеличивает и возрастает риск неполучения прибыли или снижения платежеспособности организации.

Строительным компаниям необходимо принять обоснованное решение о потребности во внешнем финансировании, сравнить различные кредитные продукты, выбрать оптимальный и надежный банк. РИСК

Таблица 2

Расчет стоимости кредита

Наименование банка	Сбербанк	ВБТ 24	МТС-банк
1	2	3	4
Сумма кредита, руб.	80 000 000	80 000 000	80 000 000
Процентная ставка, %	информация отсутствует	16,5	18
Срок кредита, лет	5	5	5
Ежемесячный платеж, руб.	1 941 196,36	1 966 762	2 031 474
Переплата по кредиту, руб.	36 471 781,6	38 046 588	41 936 307
Выплаты за весь срок кредита, руб.	116 471 781,6	118 046 588	121 936 307

Библиографический список:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Ч. 2. от 5 августа 2000 г. №117-ФЗ (действующая редакция от 01.04.2014)

2. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02 декабря 1990 г. № 395-1 (действующая редакция от 03.04.2014)

3. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ (действующая редакция от 28.12.2013)

4. Сироткин С.А., Кельчевская Н.Р. Экономическая оценка инвестиционных проектов: Учебник для студентов вузов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Юнити-Дана, 2011. — 311с.

5. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): Учебник для бакалавров / В. И. Бусов, О. А. Землянский, А. П. Поляков; под ред. В. И. Бусова. — М.: Юрайт, 2013. — 430 с.

6. Сбербанк России: [Электронный ресурс]. URL: http://www.sberbank.ru/

7. ВТБ24: [Электронный ресурс]. URL: http://www.vtb24.ru/

8. МТС Банк: [Электронный ресурс]. URL: http://www.mbrd.ru/

9. Банки.ру: [Электронный ресурс]. URL: http://www.banki.ru/

Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

Аспирантура ИТКОР
Многолетние традиции в подготовке кадров высшей квалификации

Институт «ИТКОР» проводит круглогодичный набор в очную или заочную аспирантуру и осуществляет подготовку аспирантов и соискателей в соответствии с действующей лицензией по специальностям:

- **Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: логистика, менеджмент, экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами сферы услуг)**
- **Финансы, денежное обращение и кредит**

Контакты: (499)152-42-94; asp@itkor.ru

Д. Бабенко,
аспирант кафедры налогов
и налогообложения,
Финансовый университет
при Правительстве РФ

Введение концепции консолидированных групп налогоплательщиков в России: предварительные итоги и основные последствия

Аннотация: в статье рассмотрены основные преимущества и недостатки создания компаниями консолидированной группы налогоплательщиков, проведена оценка последствий введения режима налоговой консолидации для государства. В результате проведенного анализа отмечен положительный эффект введения нового режима и сделан вывод о возможности дальнейшего развития в России концепции налоговой консолидации.
Ключевые слова: консолидированное налогообложение, налоговая консолидация, консолидированная группа налогоплательщиков, группа компаний.
Annotation: in article the main advantages and disadvantages of the creation of the consolidated group of taxpayers are considered, the assessment of country-wide consequences of introduction of the tax consolidation regime is carried out. As a result the author notes the positive effect of introduction of a new regime and draws a con-clusion about possibility of further development of the concept of tax consolidation in Russia.
Keywords: consolidated taxation, tax consolidation, consolidated group of taxpayers, group of companies.

Введение в российскую налоговую практику концепции консолидированной группы налогоплательщиков (далее — КГН) является одним из наиболее значимых изменений, произошедших в российском налоговом законодательстве за последние годы. Прошедшие с момента внедрения нового института два года позволяют подвести некоторые предварительные итоги функционирования нового режима и оценить основные последствия его применения.

Предварительные итоги создания КГН

Прежде чем перейти к детальному анализу последствий, связанных с введением российского режима налоговой консолидации, следует обозначить их важность и значимость с точки зрения возможного влияния на объем налоговых поступлений в бюджет.

Возможности применения компаниями нового режима существенно ограничены требованиями, установленными законодательством для формирования КГН. Наиболее труднопреодолимыми являются критерии по суммарным для всех участников группы объемам выручки, активов и уплаченных федеральных налогов, которые установлены на уровне, значительно превышающем уровень, предусмотренный для отнесения компаний к категории крупнейших налогоплательщиков федерального уровня.

По официальным данным и информации, озвученной представителями Министерства финансов и Федеральной налоговой службы, в 2012-2013 гг. было создано всего 15 консолидированных групп налогоплательщиков [1], из которых 11 групп, в которые вошли 197 компаний, было зарегистрировано с 2012 года [13], 4 группы — с 2013 года [12].

Вместе с тем, исходя из статистических данных, опубликованных на официальном сайте ФНС, общий размер налога на прибыль, начисленного консолидированными группами по итогам 2012 года, составил 482 млрд. руб. [8], что обеспечило почти 20% от общей суммы начисленного налога на прибыль в 2012 году (2 451 млрд. руб.)[9]. При этом поступления сумм налога от консолидированных групп в части, зачисляемой в региональные бюджеты, была распределена между всеми 83 субъектами, входящими в состав Российской Федерации [8].

Таким образом, несмотря на небольшое число созданных КГН и организаций, являющихся частью этих групп, общий размер уплачиваемого ими налога на прибыль составляет значительную часть общих поступлений по налогу на прибыль и оказывает влияние на финансовую обеспеченность всех регионов страны.

В Основных направлениях налоговой политики России на 2014-2016 гг. отмечено, что объединение налогоплательщиков в консолидированные группы в 2012-2013 гг. в основном произошло в нефтегазовом секторе, связи и металлургии [1].

Введение концепции КГН, как и любое важное преобразование, имеет свои преимущества и недостатки как для налогоплательщиков, так и для налоговой системы и государства в целом.

Преимущества и недостатки для бизнеса

Исходя из установленных законодательством особенностей налогообложения и налогового контроля деятельности КГН следует выделить несколько основных преимуществ, возникающих у компаний при формировании консолидированной группы.

Таблица

Консолидированные группы налогоплательщиков, зарегистрированные в 2012-2013 гг.

№ п/п	Основная компания КГН	Отрасль	Год создания группы
1	ОАО «Газпром»	Нефть и газ	2012
2	ОАО «НК «Роснефть»	Нефть и газ	2012
3	ОАО «Северсталь»	Металлургия	2012
4	ОАО «Сургутнефтегаз»	Нефть и газ	2012
5	ОАО «НК «Лукойл»	Нефть и газ	2012
6	ОАО «НЛМК»	Металлургия	2012
7	ОАО «Новатэк»	Нефть и газ	2012
8	ОАО «АК «Транснефть»	Нефть и газ	2012
9	ОАО «Татнефть»	Нефть и газ	2012
10	ОАО «МегаФон»	Связь	2012
11	ОАО «Ростелеком»	Связь	2012
12	ОАО «Газпром нефть»	Нефть и газ	2013
13	Госкорпорация «Росатом»	Энергетика	2013
14	ОАО «Мечел»	Металлургия	2013
15	ОАО «ГМК «Норильский никель»	Металлургия	2013

Источник: финансовая отчетность компаний по МСФО (ОПБУ США) за 2012-2013 гг., сведения о существенных фактах и решениях, принятых Со-ветом Директоров, данные официального сайта Правительства Республики Татарстан, данных газеты «Ведомости».

1. Отнесение сделок между участниками КГН к категории сделок, не признаваемых контролируемыми с точки зрения применения правил контроля трансфертного ценообразования (ТЦО)[1]. Данное преимущество прежде всего позволяет компаниям свести к минимуму риск доначисления налога на прибыль, начисления штрафа и пени в связи с применением в сделках между участниками КГН цен, не соответствующих рыночному уровню.

Исходя из положений статьи 105.17 НК РФ налоговые органы вправе проверять соответствие цен рыночному уровню и требовать от налогоплательщика представление документации по ст. 105.15 НК РФ только в отношении сделок, признаваемых контролируемыми. Ввиду того, что сделки между членами КГН не признаются контролируемыми, то риски доначислений, связанные с возможным несоответствием цен в таких сделках рыночному уровню, отсутствуют.

Кроме того, непризнание сделок контролируемыми позволяет снизить затраты, связанные с обеспечением соблюдения правил контроля ТЦО в связи с отсутствием необходимости подготовки обосновывающей документации и уведомления по сделкам между участниками КГН.

Особо следует отметить последствия, которые могут возникнуть у компаний в связи с необходимостью подготовки и представлению уведомлений о контролируемых сделках. Исходя из содержания и порядка заполнения уведомления в целях применения правил контроля трансфертных цен под сделкой ФНС понимает каждую поставку, оформленную отдельным первичным документом (товарной накладной или актом)[2]. В связи с этим на практике объем одного уведомления у крупных компаний может достигать нескольких тысяч листов, что значительно увеличивает размер затрат, связанных с его подготовкой. Отнесение сделок между участниками КГН к категории сделок, не признаваемых контролируемыми, фактически освобождает компании от обязанности по подготовке документации и представлению уведомления, что может обеспечить значительную экономию ресурсов.

2. Уменьшение консолидированной налоговой базы на сумму убытков, получаемыми компаниями в период участия в консолидированной группе. Организация, не являющаяся участником консолидированной группы, в случае получения убытка в текущем периоде имеет права уменьшить на сумму данного убытка налоговую базу будущих периодов по правилам, установленным ст. 283 НК РФ. Для консолидированной группы убыток, полученный одним из участников, уменьшает общую консолидированную налоговую базу непосредственно в текущем налоговом периоде, а не в будущих налоговых периодах, как было бы, если бы данный участник исчислял налог индивидуально. Таким образом, убыток, полученный в текущем периоде, уменьшает общую налоговую нагрузку группы в текущем периоде.

3. Возможность применения пониженной налоговой ставки по налогу на прибыль. По результатам проведенного анализа регионального законодательства выявлено четыре субъекта РФ, законодательством которых предусмотрены пониженные ставки налога на прибыль в части, зачисляемой в бюджет субъекта РФ, условием применения которых является наличия у организации статуса участника КГН и принадлежность организации к определенной отрасли или виду деятельности.

Пониженные ставки применяются ответственным участником группы к сумме прибыли, приходящейся на участника или обособленного подразделения участника группы, расположенных на территории соответствующего субъекта РФ, для определения суммы налога, подлежащей уплате в бюджет в данного субъекта. Таким образом, создание консолидированной группы может обеспечить возможность применения пониженных ста-

1 За исключением сделок, объектом которых является добытое полезное ископаемое, облагаемое НДПИ по адвалорной ставке.

Таблица

Условия применения специальных пониженных ставок налога на прибыль для участников КГН

Регион	Размер ставки	Период применения	Виды деятельности, необходимые для применения ставки
Ленинградская область	14,0%	с 2012 г.	Добыча, переработка нефти и газа; Производство нефтепродуктов и их реализация; Транспортировка неф-ти, нефтепродуктов и газа
Архангельская область	13,5%	с 2014 г.	Добыча алмазов; Оптовая торговля драгоценными камнями
Ненецкий авто-номный округ	13,5%	2014 — 2017 гг.	Добыча сырой нефти и нефтяного (попутного) газа; Транспортирова-ние по трубопроводам нефти; Хра-нение и складирование нефти и продуктов ее переработки
ХМАО	14,0%	с 2012 г.	Предоставление услуг по добыче нефти и газа

Источник: Областной закон Ленинградской области от 19.07.2012 N 64-оз, Закон ХМАО — Югры от 30.09.2011 N 87-оз (ред. от 24.10.2013), Закон Архангельской области от 02.07.2013 N 708-41-ОЗ, Закон НАО от 08.10.2013 N 88-ОЗ

вок налога на прибыль в некоторых регионах, что позволит снизить сумму налога к уплате и оптимизировать налоговую нагрузку группы.

Несмотря на указанные выше преимущества, создание КГН может привести к ряду негативных последствий для компаний, являющимися участниками группы.

1. Невозможность зачета убытков участников группы, возникших до их вступления в консолидированную группу. По правилам, закрепленным статьей 283 НК РФ, участник КГН, имеющий неиспользованный убыток, образовавшийся в налоговых периодах до вступления в группу, вправе использовать данный убыток только после выхода из состава группы либо после ее ликвидации. Данное ограничение может стать причиной повышения налоговой нагрузки для компаний, осуществляющих существенные вложения в долгосрочные инвестиционные проекты с длительным сроком окупаемости, а также для новых компаний, имеющих убытки на начальном этапе своей деятельности.

2. Условия привлечения к ответственности участников группы при неисполнении обязанности по уплате налога или представления налоговой декларации. Согласно п. 13 ст. 76 НК РФ в случае непредставления налоговой декларации по консолидированной группе в течение 10 дней по истечении установленного срока налоговый орган вправе вынести решение о приостановлении операций по счетам одновременно по всем участникам группы. Данная норма содержит достаточно большие риски, поскольку в случае возникновения проблем у одной из организаций — участников консолидированной группы может быть парализована работа остальных ее участников.

Также в случае неисполнения ответственным участником обязанности по уплате налога (штрафа, пени) остальные участники группы несут солидарную ответственность по неисполненному обязательству ответственного участника. В связи с этим требование по уплате неуплаченных сумм может быть предъявлено как ко всем участникам группы совместно, так и к любой из них в отдельности, полностью либо в части долга, что фактически дает налоговым органам возможность обанкротить любую из дочерних компаний, входящих в консолидированную группу.

3. Ограничения по формированию резервов в части операций между участниками консолидированной группы при ее создании. Согласно положениям статьи 278.1 НК РФ при создании консолидированной группы участники обязаны восстановить в доходы суммы резервов по сомнительным долгам и гарантийному ремонту (для банков также резерв на возможные потери по ссудам) в части операций с другими участниками создаваемой группы. При этом в период действия договора о создании КГН участники также не могут формировать указанные резервы в отношении операций с другими участниками группы. В случае наличия таких резервов указанный порядок может стать причиной увеличения налоговой нагрузки участников КГН.

4. Увеличенный срок проведения выездной налоговой проверки. Согласно статье 89.1 НК РФ выездная проверка правильности исчисления и уплаты налога на прибыль КГН проводится в отношении всех участников группы одновременно. Проведение самостоятельной выездной проверки по налогу на прибыль отдельных участников или их филиалов не допускается. При этом согласно п. 5 указанной статьи максимальная продолжительность выездной проверки может составлять один год, что с учетом наличия у налоговых органов права на приостановление проверки на срок до 6 месяцев означает, что выездная проверка КГН может продолжаться в течение 1,5 лет.

Последствия для государства

Как было отмечено ранее, общегосударственная важность вопроса создания и администрирования консолидированных групп обуславливается значительной долей уплачиваемого налога на прибыль компаниями, вошедшими в состав созданных групп, в общей сумме всех налоговых поступлений консолидированного бюджета страны. В этой связи важнейшим является вопрос оценки влияния нового режима на размер доходов бюджета и на экономику страны в целом.

По результатам проведенного анализа следует выделить два основных последствия, связанных с введением в России режима налоговой консолидации, для налоговой системы и государства в целом.

1. Снижение поступлений по налогу на прибыль в бюджетную систему РФ. В рамках анализа предварительного итогов функционирования КГН за 2012 год гг. в Основных направлениях налоговой политики на 2014-2016 гг. отмечено, что поступления в консолидированные бюджеты субъектов РФ в результате создания КГН снизились на 8 млрд. рублей [1], что составляет около 0,3% от всей суммы налога на прибыль, поступившего в бюджетную систему РФ в 2012 году (2 355 млрд. руб.) [9].

Данное снижение может быть обусловлено либо возможностью уменьшения зачета убытков одних участников группы против прибыли других в текущем налоговом периоде, либо возможностью применения пониженной ставки, специально предусмотренной региональным законодательством для участников КГН.

По мнению автора, отмеченное выше снижение суммы поступлений налога на прибыль в бюджет нельзя однозначно относить к негативным последствиям ввиду ряда причин.

Во-первых, создание преференций для компаний в виде возможности сальдирования в текущем периоде прибыли и убытков участников консолидированной группы было изначально поставлено в качестве одной из целей при разработке российской концепции налоговой консолидации [7]. Таким образом, компаниям предоставляются дополнительные ресурсы для их развития, роста экономики и потенциального увеличения налоговых поступлений в будущем.

Во-вторых, возможность применения пониженной ставки, которая может быть одной из причин снижения налоговых поступлений, находится в компетенции самих регионов. Ее введение может свидетельствовать об отсутствии у регионов значительных рисков, связанных с выпадением определенной суммы поступлений по налогу на прибыль, и заинтересованностью повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности региона.

2. Перераспределение налоговых поступлений между региональными бюджетами. Неминуемым последствием создания КГН является перераспределение между бюджетами разных субъектов РФ поступлений налога на прибыль от участников КГН. В результате нового распределения наибольшие доходы получают регионы, в которых сконцентрированы компании или их обособленные подразделения с наибольшей стоимостью основных средств и численностью персонала (фонда оплаты труда).

По предварительным итогам, отмеченным в Основных направлениях налоговой политики на 2014-2016 гг., в 2012 году в результате создания КГН 65 регионов получили дополнительные поступления (в общем размере 53 млрд. руб.), тогда как 18 регионов зафиксировали уменьшение налоговых поступлений (в общем размере 61 млрд. руб.)[1]. К регионам, понесших наибольшие потери, относятся Москва, Красноярский край, Санкт-Петербург, Ханты-Мансийский АО, Тюменская и Вологодская области [11].

Несмотря на наличие бюджетных потерь в ряде регионов, по мнению автора, отмеченное перераспределение доходов между бюджетами субъектов РФ в целом является положительным последствием введения режима налоговой консолидации, поскольку новое распределение:

- является более экономически оправданным и в большей степени отражает реальный вклад каждого региона в создание условий для приращения национального дохода и формирование налоговой базы;
- является более устойчивым к возможным манипуляциям со стороны налогоплательщиков, направленных на перемещение налоговой базы между регионами, и не зависит от применения ими схем с использованием трансфертного ценообразования;
- повышает конкуренцию среди регионов и стимулирует их к созданию дополнительных условий для повышения своей инвестиционной привлекательности.

Вместе с тем, серьезной проблемой для регионов может стать единовременный и резкий отток значительного объема доходов, который может произойти в рамках перераспределения налоговых поступлений от КГН. Свидетельствовать об этом могут принятые в течение 2012 года поправки в Налоговый кодекс, закрепившие поэтапный переход на новую систему распределения между региональными бюджетами налога на прибыль, уплачиваемого участниками консолидированной группы ОАО «Газпром» (п. 7 ст. 288 НК РФ), что позволило бюджету г. Москвы сгладить негативный эффект от резкого выпадения существенной доли доходов [10]. Однако в отношении других консолидированных групп, в том числе тех, которые будут созданы в будущем, проблемы остается нерешенной, что может привести к непрогнозируемому выпадению значительной доли доходов бюджета того или иного субъекта РФ.

Выводы

Подводя итог проведенному анализу основных последствий введения в России режима налоговой консолидации, следует отметить те цели, которые были поставлены при разработке нового режима. В Пояснительной записке к федеральному закону, закрепившему в Налоговом кодексе

понятие КГН, в качестве основных преимуществ введения новой системы отмечено:

♦ устранение негативного эффекта, связанного с применением компаниями трансфертного ценообразования и перемещения налоговой базы между субъектами РФ;

♦ создание преференций для компаний в виде возможности суммирования прибыли и убытков различных участников этой группы при исчислении налога на прибыль организаций [7].

По мнению автора, поставленные при введении концепции консолидированной группы налогоплательщиков цели в целом были достигнуты, поскольку в результате введения новой системы:

— для бизнеса частично решена проблема применения сложных правил трансфертного ценообразования, обеспечена дополнительная возможность для снижения налоговой нагрузки;

— для государства создана более экономически справедливая и более устойчивая к возможным манипуляциям система распределения налоговой базы между регионами при незначительных бюджетных потерях.

Полученный положительный эффект применения режима налоговой консолидации является предпосылкой для дальнейшего его развития за счет расширения круга налогоплательщиков, имеющих возможность для применения налоговой консолидации по налогу на прибыль и (или) применения концепции налоговой консолидации по другим налогам. Вместе с тем, нерешенным и требующим дополнительной проработки является вопрос сглаживания негативного эффекта для региональных бюджетов, связанного с единовременным перераспределением налоговой базы участников консолидированных групп и резким выпадением части доходов. РИСК

Библиографический список:

1. Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов (одобрено Правительством РФ 30.05.2013) [Электронный ресурс]: Доступ из справ.правовой системы «Консультант Плюс».

2. Приказ ФНС России от 27.07.2012 N ММВ-7-13/524@ // Российская газета. — 2012. — №254, 02.11.2012.

3. Областной закон Ленинградской области от 19.07.2012 N 64-оз // Вестник Правительства Ленинград-ской области. — №78 от 21.08.2012.

4. Закон ХМАО — Югры от 30.09.2011 N 87-оз (ред. от 24.10.2013) // Собрание законодательства Ханты-Мансийского автономного округа — Югры. — 2011. — №9 (часть II) от 30.09.2011. — Ст. 874.

5. Закон Архангельской области от 02.07.2013 N 708-41-ОЗ // Ведомости Архангельского областного Соб-рания депутатов пятого созыва. — 2013. — №41.

6. Закон НАО от 08.10.2013 N 88-ОЗ // Сборник нормативных правовых актов Ненецкого автономного ок-руга. — 2013. — №38 от 11.10.2013.

7. Проект федерального закона N 392729-5: поясни-тельная записка к проекту федерального закона [Элек-тронный ресурс]: Официальный сайт Государственной Думы РФ. URL: http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/(Spravka)?OpenAgent&RN=392729-5

8. Отчет о налоговой базе и структуре начислений по налогу на прибыль организаций по консолидированным группам налогоплательщиков: отчет по форме № 5-КГН на 01.01.2013 [Электронный ресурс]: Офици-альный сайт Федеральной налоговой службы РФ. URL: http://nalog.ru (дата обращения 09.01.2014)

9. Отчет о начислении и поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации: отчет по форме № 1-НМ на 01.01.2013 [Электронный ресурс]: Официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ. URL: http://nalog.ru (дата обращения 09.01.2014)

10. «Газпром» оставят Москве/ М.Лютова, Е. Письменная, Ф.Стеркин // Ведомости. — 2012. — 41 (3055) от 07.03.2012. — С.3.

11. Прибыль ушла/ Ф.Стеркин, А.Токарева, Б. Фляув // Ведомости. — 2012. — №95 (3109) от 25.05.2012. — С.3.

12. С начала 2013 г. созданы четыре новые консолидированные группы налогоплательщиков [Электронный ресурс]: Российский налоговый портал. URL: http://taxpravo.ru/novosti/statya-303564 (дата обращения 09.01.2014)

А. Кириллова,
к.э.н., старший преподаватель
кафедры финансов,
Российский университет
кооперации

Особенности использования компаний специального назначения при финансировании проектов в инвестиционно-строительном комплексе

Аннотация: в статье рассмотрены особенности использования компаний специального назначения (SPV/SPE) при реализации крупных проектов в инвестиционно-строительном комплексе. Проанализированы сильные и слабые стороны SPV/SPE компаний.

Ключевые слова: инвестиционно-строительный комплекс, компании специального назначения, SPV, SPE, проектное финансирование, управление проектами.

Annotation: the article considers the features of the use of special purpose entities (SPV/SPE) in the implementation of major projects in investment-building complex. Analyzed the strengths and weaknesses of the SPV/SPE companies.

Keywords: investment-building complex, special purpose company, SPV, SPE, project finance, project management.

Инвестиционно-строительный комплекс — один из наиболее масштабных по количеству вовлеченных в его деятельность людей. В состав инвестиционно — строительного комплекса входят: проектные и подрядные организации, машиностроение, энергетика, нефтегазовая промышленность, производство строительных материалов и конструкций, жилищный сектор, дорожный сектор, поставщики оборудования и строительных материалов, кредитно-финансовые институты. В сфере капитального строительства принимают участие более 70 отраслей национальной экономики, обеспечивающие материально-технические ресурсы: металл, цемент, лес, строительные машины, транспорт, топливо, энергию.

По оценкам аналитиков, в течение ближайшего десятилетия рост глобальной строительной отрасли превысит рост мирового ВВП. На быстроразвивающихся рынках к 2020 году строительная отрасль составит 16,5% ВВП. Об этом говорится в отчете «Развитие глобальной строительной отрасли до 2020 года» (Global Construction 2020), подготовленном совместно организациями Global Construction Perspectives и Oxford Economics при поддержке PwC. Также отмечается, что в течение ближайшего десятилетия затраты на строительство в мировом масштабе составят 97,7 трлн долл.

Общепризнанным фактом является то, что движущей силой развития российской экономики являются компании естественных монополий, а для их дальнейшего развития требуются инвестиции в модернизацию объектов инфраструктуры. Но 2/3 основных фондов в строительном секторе морально и физически устарело, или находится в полностью не пригодном состоянии. Это одна из причин, которая обуславливает низкую рентабельность отрасли (средний уровень за последние 5 лет — 5%) и высокую долю затрат на 1 рубль работ (затраты составляют около 90 коп.). При этом средний уровень использования производственных мощностей строительными организациями находится на уровне 55-60%, что свидетельствует о том, что в целом эффективность отрасли может быть повышена.

Для экономического роста необходима существенная модернизация и строительство новых объектов инфраструктуры. Подобного рода проекты требуют значительных финансовых ресурсов, имеют длительный срок окупаемости и высокие риски. Поэтому возникает необходимость уделять больше внимание организации финансирования подобного рода инвестиционных проектов. Одним из инструментов является создание компаний специального назначения.

Компании специального назначения (Special purpose vehicle (SPV)) создаются для реализации определённого проекта или достижения поставленной цели, что отражается в Уставе. Форма SPV позволяет эффективно управлять отдельными бизнес-процессами, сделками M&A, финансовыми потоками, секьюритизировать активы и кредиты, разделять риски, управлять интеллектуальной собственностью, оптимизировать налогообложение и привлекать инвестиции. В Европе данные компании также носят название SPE (Special purpose entity) и выступают частью государственно-частного партнерства.

Компании SPV используются в финансовой практике на протяжении многих десятилетий и играют важную роль в эффективной работе глобальных финансовых рынков. В последнее время растет число их использований, что связано с финансовой нестабильностью на мировых рынках. Тем не менее, к ним относятся настороженно из-за скандалов, связанных с Enron и Lehman Brothers.

SPV часто используется, когда участники проекта совместно владеют и управляют активами, но при этом необходима определенная гибкость для

повышения эффективности их использования. При этом следует учитывать, что SPV создается для достижения конкретных общих целей и распределения рисков.

Примером может служить создание Intel и Hewlett-Packard компании SPV для совместной разработки нового типа процессора Itanium. Этой компании были переданы основные права на интеллектуальную собственность при разработках. Основной целью было предотвратить возможность использования разработок конкурентами.

В России примером использования схемы финансирования через SPE/SPV может служить проект «Северный поток» (Штокмановское месторождение), инициаторы проекта: Газпром ОАО, Total, Статойл-Гидро, E.ON, Eni, Shell, BASF. Кроме того, при финансировании строительства газопровода «Сила Сибири» также будут привлекаться SPV компании. Когда Газпром создаст SPV компанию для строительства газопровода и объектов инфраструктуры, то вхождение государства в капитал SPV может быть осуществлено за счет средств ФНБ (Фонд национального благосостояния). Уже существует похожий прецедент. В капитал проекта РЖД «Восточный полигон» ФНБ вошел привилегированными акциями. Кроме того, рассматривается вариант вхождения ФНБ не только в долговые обязательства, но и в собственность SPV компании с последующей продажей активов.

SPV компании учреждаются инициаторами проекта и, как правило, являются дочерними структурами. Следует отметить, что в некоторых юрисдикциях необходимо наличие собственных активов у SPV компании.

Созданной SPV компании становятся доступными более сложные инструменты финансирования. Помимо собственных финансовых ресурсов и источников, доступных ее учредителям, компания может использовать все возможности мирового рынка капитала. Например, созданные за рубежом SPV российские банки используют, в том числе в целях привлечения денежных средств на рынке еврооблигаций.

В первую очередь это кредиты зарубежных банков, ставки по которым значительно ниже российских. Кроме того, существует проблема «длинных» денег, которые также отсутствуют в России, но могут быть привлечены за границей. В сложившейся практике SPV применяют для привлечения финансирования за счет выпуска облигаций и получения средств проектного финансирования.

При этом у компаний SPV есть как сильные, так и слабые стороны. К сильным сторонам можно отнести тот факт, что объединение активов в SPV компанию приводит к повышению удобства управления ими в том случае, если учредителей несколько. Кроме того, законодательно оформить SPV компанию достаточно быстро, а также прописать в учредительных документах возможные транзакции и пути их согласования между участниками SPV. Следует обратить внимание на выбор юрисдикции, а также на налоговые льготы и структурирование компании, с целью минимизации финансовых рисков. Что касается участия банков в SPV компаниях, то это возможность снизить балансовую нагрузку и соответствовать требованиям нормативов.

Тем не менее, при создании SPV существуют определенные риски. В первую очередь они связаны с тем, что в создании SPV принимают участие различные компании, структура и качество активов которых отличается. Поэтому достоверно контролировать и оценивать финансовые риски достаточно трудно. Определенные сложности возникают, когда необходимо получить имущественный залог от SPV компании, поскольку ее активов может быть недостаточно для полноценного покрытия. Плохие финансовые показатель SPV компании могут затруднить ее доступ на рынки капитала.

Поэтому, принимая решение о создании SPV компании необходимо оценить выгоды, получаемые от данной структуры, определить насколько данная компания будет контролироваться ее учредителями и удостовериться, что преимуществ больше, чем рисков.

Хеджируя риски материнских компаний и их акционеров, SPV компании являются привлекательным вариантом, как для банков, так и для инвесторов. Они создаются для того, чтобы помочь в финансировании новых проектов. Теоретически, это самостоятельные компании, которые используются для передачи и распределения рисков нового проекта без увеличения долговой нагрузки материнской компании. Но их гибкость также означает, что они могут быть использованы для незаконных операций, что имело место на протяжении последних десятилетий. Случай компании Enron является примером того, как можно манипулировать ложными финансовыми показателями. Следует подчеркнуть, что использование SPV по сути не является причиной проблем, а скорее плохое управление рисками и недобросовестность акционеров материнской компании приводит к неудачам.

Сегодня бизнес подошел к тому моменту, когда необходимо решить насколько данный инструмент будет использоваться в будущем. Число SPV компаний будет расти, как это было до кризиса 2008-2009 года или уменьшаться, как это наблюдается сейчас. В любом случае необходимо дальнейшее совершенствование законодательства в данной сфере и повышенное внимание к моральному риску учредителей SPV. Повышение прозрачности SPV сделает их удобным инструментом для инвесторов, а также будет способствовать развитию государственно-частного партнерства. РИСК

Библиографический список:

1. SPV/SPE`s — Discussion around their uses (Sept 2010) — Online

2. Кириллова А.А. Повышение стоимости организаций инвестиционно-строительного комплекса на основе аутсорсинга: Монография под научным руководством Адамова Н.А. — М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2012 — 222 с.

3. Кириллова А.А. Повышение стоимости организаций инвестиционно-строительного комплекса на основе аутсорсинга//РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция, 2012 — №2

4. Сафронов Ю.С. Проектное финансирование в российских условиях // Управление проектами, 2008 — №4

Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

Институт ИТКОР – один из ведущих в России консалтинговых центров в области логистики, маркетинга и финансов – предлагает всем желающим программы дополнительного образования по программам:

- **Профессиональная переподготовка**
- **Повышение квалификации**
- **Семинары**
- **Корпоративное обучение**

Будущее за теми, кто обладает знаниями!

РЕКЛАМА

Контакты: тел.: (499) 156-75-41 / 152-18-23; e-mail: office@itkor.ru

Ю. Николаева,
соискатель кафедры финансов и экономического анализа, Финансово-технологическая академия

Возможности усовершенствования архитектуры банковской системы России

Аннотация: архитектура банковской системы – устоявшееся понятие, широко применяемое в финансовых научных публикациях в самых различных источниках. В статье предложено рассмотреть понятие «банковская архитектура» в сложившейся мировой кризисной ситуации. Предложены способы реформирования архитектуры банковской системы России на основе европейского опыта.

Ключевые слова: архитектура банковской системы, глобализация, финансовая система, надзор.

Annotation: architecture of a banking system – the settled concept which is widely applied in financial scientific publications in the most various sources. In article it is offered to consider concept bank architecture in the developed world crisis situation. Ways of reforming of architecture of a banking system of Russia on the basis of the European experience are offered.

Keywords: architecture of a banking system, globalization, financial system, supervision.

В существующих подходах к анализу мировой экономики и непосредственно к процессам финансовой глобализации чрезвычайно важно раскрытие сущностного содержания понятия финансовая архитектура банковской системы.

Термин финансовая архитектура впервые был употреблён президентом США Б. Клинтоном в Нью-Йоркском совете по внешним связям в сентябре 1998 года. Президент США использовал термин финансовая архитектура в своем выступлении, посвященном финансовому кризису 1997-1998 г.г. «Крупнейший финансовый вызов, с которым мир столкнулся за последние полвека» — так охарактеризовал прошедший финансовый кризис Б. Клинтон, и призвал страны «семерки» «адаптировать международную финансовую архитектуру к XXI столетию».

В настоящее время термин финансовая архитектура достаточно широко используется и нередко встречается в научных публикациях в различных источниках. Как правило, данное понятие выражается аббревиатурой МФА — международная финансовая архитектура. Однако применение данной терминологии, как показывает практика, не всегда отображает идентичные представления о сущности понятия у различных исследователей.

Часто под финансовой архитектурой понимают непосредственно сами международные финансовые институты, принимающее активное участие в разработке концепций и методов оценки и контроля функционирования мировой экономики, особенно в странах с развивающейся экономикой. К международным финансовым институтам относятся такие международно-признанные и специально созданные учреждения как Международный Валютный Фонд (МВФ), Международный Банк Реконструкции и Развития (МБРР), Межамериканский Банк Развития (МаБР), а также Всемирный Банк (ВБ) при ООН и др.

Важнейшей задачей ряда международных финансовых институтов является регулирование и разработка мер преодоления долговых кризисов на мировом финансовом рынке.

Российская банковская система, несмотря на принципиальную разницу в уровне развития с банковскими системами европейских стран и степенью проникновения в их деятельность финансовых услуг, может извлечь уроки из накопленного европейского опыта. Банковская система России отличается от европейской прежде всего существенно меньшим размером, а также недостаточным уровнем проникновения банковских услуг и развитием технико-технологической базы. Кроме того, банковская система России слишком концентрирована и находится в сильной зависимости от потоков иностранных инвестиций, что снижает ее устойчивость.

Все вышеперечисленные факторы не позволили в полном масштабе реализоваться банковскому кризису в России, однако некоторые характерные проблемы проявились и в России. Например, значительно пострадали банки с большой долей ценных бумаг в активах, либо занимающиеся преимущественно инвестиционным бизнесом или высокорискованным потребительским кредитованием.

Кроме того, был вскрыт ряд опасных пробелов в законодательстве, касающихся операций банков на рынке ценных бумаг, в том числе посредством общих фондов банковского управления, которые являются аналогами паевых инвестиционных фондов и регулируются менее строго.

Восполнить пробел в регулировании операций банков на рынке ценных бумаг пытаются путем создания единого регулятора, объединив деятельность Банка России и Службы Банка России по финансовым рынкам (бывшая — ФСФР). Его создание необходимо и закономерно, учитывая, что операции с ценными бумагами в целом практически в условиях доминирования модели универсального банка в России неотделимы от традиционного банковского бизнеса.

Также создание единого регулятора должно частично разрешить проблему мониторинга

Таблица 1

Анализ проблем реформирования банковской системы России и предложения по их решению

Наименование проблемы	Факты, иллюстрирующие проявление проблемы	Предложения по решению проблемы
Наличие системообразующих институциональных рисков	Проблема проявляется в сложности исполнения надзорной функции по отношению к коммерческому банковскому сектору. В частности, при осуществлении сделок слияния и поглощения БКО	- усиление мер контроля и надзора; - установление баланса государственного и коммерческого участия в активах системообразующих банков; - снижение коррупции путем частичной приватизации имущества; - увеличение информированности государства о коммерческом банковском бизнесе, возможности его влияния на принятие ключевых управленческих решений;
Низкий уровень диверсификации банковской системы	Недостаточный объем активов банковской системы, участие в ней небольшого количества небанковских кредитных организаций (далее — НКО)	- повышение диверсификации капитала банков; - развитие единой банковской системы, в составе которой будет значительная часть НКО; - совершенствование законодательства в части диверсификации активов;
Отсутствие субъекта, осуществляющего анализ и прогнозирование единых системных рисков всей банковской системы России	Проект создания необходимого контролирующего органа в России на стадии разработки (для примера в ЕС в январе 2011 года создан Европейский Совет по системным рискам)	- создания единого регулятора на базе Банка России и Службы Банка России по финансовым рынкам (бывшая — ФСФР) с целью мониторинга системных рисков; - совещательная направленность деятельности единого регулятора при участии таких организаций как: Банк России, Министерство Финансов, Министерство Экономического развития, Счетная Палата, Федеральная служба государственной статистики;

системного риска в России, который точно так же, как и в Европе проявился в нагрузке на «неторговый» сектор экономики. В последнее время уделяется повышенное внимание проблемам мониторинга системного риска и реформирования подходов Банка России к его выявлению, анализу и прогнозированию.

В таблице 1 представлены предложения по реформированию банковской системы России на основе европейского опыта (разработана автором).

Таким образом, проблемы, свойственные европейским банковским системам и обусловившие их подверженность активному распространению кризисных явлений в случае проблем в некоторых странах ЕС, присущи и российской банковской системе. Однако в то время как европейские банковские системы испытали трудности, вызванные внутренними для европейской экономики проблемами, некоторые из которых могут быть достаточно оперативно решены, то российская банковская система на данном этапе является в значительной степени, зависимой от состояния экономик других стран, в том числе европейских. В данной связи следует отметить важность учета предпринимаемых европейскими странами мер в банковской сфере, с тем чтобы, во-первых, перенимать успешные подходы, реализованные для повышения устойчивости банковской системы, во-вторых, принимать необходимые превентивные меры с целью ограничения возможных негативных последствий для российской банковской системы в случае проблем в экономике ЕС. РИСК

Библиографический список:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июня 2011 г. №161-ФЗ «О национальной платежной системе»

2. Федеральный закон от 10 июля 2002 г. №86 — ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»

3. Национальная платежная система. Бизнес-энциклопедия / коллектив авторов; ред. — сост. А.С. Воронин. — М.: КНОРУС: ЦИПСиР, 2013. — 424 с.

4. Глоссарий терминов, используемых в платежных и расчетных системах. ЦБ РФ // Платежные и расчетные системы. 2007. Вып.1.

5. Николаева Ю. Интеграция банковского и промышленного сектора в России: современные тенденции. // Аналитический журнал. РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. №3. 2013 г. — с. 295-300

6. Николаева Ю. Основные аспекты концепции развития платежной системы Банка России. // Финансовая жизнь. №1. 2013 г. — с. 42-51

7. http://www.cbr.ru/publ/PRS/prs38.pdf

8. Заявление Правительства РФ и ЦБР от 5 апреля 2011 г. «О Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года» ИА «ГАРАНТ»: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/491345/#ixzz2sKvzNWoW

Т. Стадникова,
аспирантка кафедры управления проектами и программами, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова

Методический подход к оценке эффективности строительных проектов с учетом факторов неопределенности

Аннотация: в статье предложена аналитическая система поправочных коэффициентов и показателей для учета факторов неопределенности при оценке экономической эффективности инвестиционных проектов жилищного строительства. Разработанные коэффициенты позволяют более точно и объективно прогнозировать показатели эффективности строительных проектов в реальных рыночных условиях.

Ключевые слова: инвестиционный и строительный проект, факторы неопределенности, регрессионные коэффициенты, оценка эффективности проекта.

Annotation: the article provides an analytical system of correction coefficients and indicators for accounting of uncertainties in assessing the economic efficiency of investment and construction projects. Developed coefficients allow more accurately and objectively predict the performance indicators of construction projects in real market conditions.

Keywords: investment and construction project, factors of uncertainty, regression coefficients, evaluation of the project.

Проблема влияния факторов неопределенности на эффективность инвестиционных проектов (далее — ИП) широко обсуждается в научно-практической и методической литературе [5, 7]. Вопросам оценки эффективности ИП в условиях неопределённости посвящено значительное количество экономических исследований и научных работ, опубликованных в нашей стране и за рубежом за весь период становления и формирования строительной отрасли. Так, выдающийся вклад в разработку ключевых теоретических аспектов оценки эффективности в условиях риска и неопределённости сделан в трудах следующих отечественных учёных: Абалкина Л.И., Богачева В.Н., Воропаева В.И., Данилова-Данильяна В.И., Канторовича Л.В., Кудрова В.М., Лифшица В.П., Новожилова В.В., Хачатурова Т.С., Шахназарова А.Г., Шеремета А.И. К наиболее значительным представителям зарубежной экономической мысли, исследования которых посвящены глубокому изучению анализа эффективности ИП, следует указать работы ученых Бирмана Г., Майера Э., Модильяни Ф., Найта Ф. Х., Поппера К., Самюэлсона П., Саймона Г., Стиглера Дж., Фишера И., Хикса Дж., Хонко Я., Шмидта С. и др. учёных. Тем не менее, в экономических работах указанных авторов отсутствует целостное и эффективное исследование специфики влияния факторов неопределённости на эффективность инвестиционно-строительных проектов (далее — ИСП). Несмотря на то, что за последние годы было проведено много теоретических исследований и практических работ в области оценки эффективности ИП, проблема учёта и формализации факторов неопределённости в строительной отрасли является мало исследованной. Это крайне отрицательно влияет на практические аспекты обозначенной проблемы. Таким образом, выявляется проблема многофакторности неопределённости в строительстве, которая требует дальнейшего анализа и исследования.

Для решения обозначенного вопроса, а именно, учёта факторов неопределённости при расчёте экономической эффективности строительных проектов мы предлагаем включить в финансово-экономическую модель специальные поправочные показатели и коэффициенты, корректирующие денежные потоки. Разработанная в настоящей статье система поправочных коэффициентов и показателей является дескриптивной, структурной и представляет собой совокупность регрессионных и нормативных зависимостей. Обоснованность появления такого инструмента является результатом следующих обстоятельств. Во-первых, рынок недвижимости является чрезвычайно инертной сущностью. В силу объективных оснований цены на жильё не могут кардинально поменяться за несколько дней, как, например, валютный курс или стоимость акций. Увеличение или уменьшение цен на недвижимость происходит постепенно, даже после тяжелых экономических кризисов, а для перемены устойчивых тенденций на рынке недвижимости потребуется не менее двух месяцев. В связи с этим обстоятельством, на основе текущего темпа ценовой динамики можно с неплохой точностью построить график прогнозных величин на ближайший временной горизонт [1].

Для построения аналитической таблицы коэффициентов в работах [4, 6] мы провели экономико-статистическое исследование динамики цен на жильё Москвы в зависимости от класса, комнатности и типа домостроения и построили регрессионные модели обозначенных индикаторов. На следующем этапе автором была впервые аналитически установлена зависимость величины непредвиденных расходов, коэффициента увеличения стоимости строительно-монтажных работ (далее — СМР) и сроков строительства от степе-

Таблица 1

Аналитическая система поправочных коэффициентов и показателей для расчёта экономической эффективности ИП жилищного строительства

№ п/п	Наименование коэффициента (показателя)	Классификационные признаки (характеристики)	Значение коэффициента (поправки)
1	Поправка на увеличение цены1 м2 жилья в зависимости от стадии строительства (в скобках указан кумулятивный итог)	1-я стадия	3%
		2-я стадия	+4% (+7%)
		3-я стадия	+2% (+9%)
		4-я стадия	+3% (+12%)
		5-я стадия	+5% (+17%)
		6-я стадия	+6% (+23%)
2	Поправка на увеличение цены 1 м2 жилья в зависимости от класса новостройки	эконом-класс	+ 592 р./мес.
		комфорт-класс	+ 768 р./мес.
		бизнес-класс	+ 1765 р./мес.
3	Поправка на увеличение цены 1 м2 жилья в зависимости от типа домостроения	панельный/блочный	+ 190 р./мес.
		монолит	+ 4293 р./мес.
		кирпич	-112 р./мес.
4	Поправка на увеличение цены 1 м2 жилья в зависимости от комнатности	1-комнатные	+ 2585 р./мес.
		2-комнатные	+ 3682 р./мес.
		3-комнатные	+ 3099 р./мес.
		многокомнатные	+ 4921 р./мес.
5	Поправка на спрос в зависимости от комнатности	1-комнатные	+0,34 %/мес.
		2-комнатные	-0,19 %/мес.
		3-комнатные	-0,17 %/мес.
		многокомнатные	+0,02 %/мес.
6	Коэффициент сезонности продаж	1 квартал	1,25
		2 квартал	0,85
		3 квартал	0,95
		4 квартал	1,15
7	Поправка на ценовое ожидания по типу жилья	плохая панель (5-этажки и иные квартиры с маленькой кухней)	+1,5 %/мес.
		обычная панель (9-14 этажей, типовые площади)	+2 %/мес.
		современная панель (от 16 эт. и иные кв. увеличенных пл-дей)	+1,8 %/мес.
		плохой кирпич (5-этажки и иные квартиры с маленькой кухней)	+2,2 %/мес.
		сталинки и типовой кирпич (6-11 эт, и иные кв. небол. пл-дей)	+1,3 %/мес.
		современный монолит-кирпич (монолиты, кирпич увел. пл-дей)	+1,2 %/мес.
8	Коэффициент ценовой сегментации покупателей	меньше 3 млн. рублей	1,2
		3-5 млн. рублей	0,9
		5-8 млн. рублей	0,85
		больше 8 млн. рублей	0,6
9	Поправка на увеличение величины нерпедвиденных расходов, в % от СМР	высотное и подземное строительство с применением инновационных материалов и технологий	25%
		рынок элитного жилья и апартаментов	15%
		жилье бизнес- и комфорт-класса	10%
		типовое жилье (строительство домов серий И-155, П-44Т, П-3М, КОПЭ, КОПЭ-М-Парус и др.)	5%
10	Коэффициент увеличения сроков строительства	высотное и подземное строительство с применением инновационных материалов и технологий	1,81
		рынок элитного жилья и апартаментов	1,45
		жилье бизнес- и комфорт-класса	1,32
		типовое жилье (строительство домов серий И-155, П-44Т, П-3М, КОПЭ, КОПЭ-М-Парус и др.)	1,13
11	Коэффициент увеличения сметной стоимости СМР	высотное и подземное строительство с применением инновационных материалов и технологий	1,31
		рынок элитного жилья и апартаментов	1,24
		жилье бизнес- и комфорт-класса	1,17
		типовое жилье (строительство домов серий И-155, П-44Т, П-3М, КОПЭ, КОПЭ-М-Парус и др.)	1,09

ни уникальности проекта (см. табл. 1). Рассчитанные в табл. 1 коэффициенты (по сути, представляют собой темпы роста или снижения цен, спроса и предложения на жильё) служат основанием для прогнозирования показателей эффективности финансовой модели ИП жилищного строительства. Математическое оформление методики исчисления сводных коэффициентов приведено в табл. 1:

По своему аналитическому потенциалу предлагаемые одиннадцать коэффициентов представляют собой гибкий статистический инструмент, с помощью которого возможно многогранное изучение эффективности и целесообразности строительных проектов. Поясним наши расчёты.

1. Разработанные индексы включаются в финансово-экономическую модель оценки эффективности строительного проекта и корректируют соответствующие исходные величины. Если один и тот же денежный поток должен индексироваться на несколько величин, то вычисляется их средняя геометрическая. Так, например, если рассчитывается коэффициент увеличения стоимости на двухкомнатные квартиры в панельном доме бизнес-класса, то он будет соответственно равен $\kappa = \sqrt[3]{3682 \cdot 190 \cdot 1765 \cdot 3 \cdot 100\,\%}/Ц$, где Ц (руб.) — исходная цена на двухкомнатные квартиры.

2. Коэффициент увеличения сроков строительства, стоимости СМР и величины непредвиденных расходов от уровня уникальности проекта и соответствующей ему неопределённости были вычислены по данным исследования [2], согласно которому среднее относительно отклонение фактических расходов (стоимости СМР) от сметы ИСП составляет 18%, а увеличение сроков строительства 50%. Расчёт проводится по 30 проектам жилищного строительства, реализующихся в различных административных округах Москвы, этажностью от 4 до 25, панельного и монолитного типа домостроения, позиционирующихся в сегменте бизнес-, эконом- и элитного класса. Для оценки выше обозначенных параметров в табл. 1 автором были аналитически установлены соответствующие зависимости.

Для подтверждения обоснованности результатов проведённого исследования первоначально осуществим анализ экономической целесообразности реального ИСП в рамках традиционного бизнес-планирования (согласно Методическим рекомендациям [3]), игнорирующего факторы неопределенности. Затем сравним полученные показатели эффективности ИСП с показателями, рассчитанными на основе авторского методического подхода оценки эффективности ИП жилищного строительства, учитывающего факторы неопределённости, базирующегося на применении поправочных коэффициентов. Для этого согласно разработанной в статье авторской методике оценки факторов неопределенности при оценке эффективности ИП жилищного строительства мы сформировали табл. 2, в которой систематизированы корректировочные коэффициенты и другие поправочные показатели применительно к рассматриваемому проекту строительства жилья.

Таблица 2

Расчёт коэффициентов и поправочных показателей для анализируемого ИСП

№ п/п	Наименование поправочного коэффициента (показателя)	Значение коэффициента (поправки)
1	Величина нерпедвиденных расходов, в % от СМР	5
2	Коэффициент увеличения сроков строительства	1,13
3	Коэффициент увеличения сметной стоимости СМР	1,09
4	Поправка на увеличение цены за кв.м. жилья в зависимости от класса жилья	+592 р./мес. (эконом)
5	Поправка на увеличение цены за кв.м. жилья в зависимости от типа домостроения	+190 р./мес. (панельный)
6	Поправка на территориальную рискованность строительства tокр	ЮВАО (низкая неопредёлённость, +0,5%)
7	Поправка по фактору уникальности объекта uур.неопр.	1% (не уникален, типовое строительство -серия И-155)
8	Агрегированная поправка на риск по 11 сферам проявления kдоп.	9,5%
9	Расчётная индивидуальная ставка дисконтирования dинд. (в т.ч. учитывает п.6, п.7 и п.8)	18,5%
10	Поправка на ценовое ожидание по типу жилья	+1,8 %/мес.
11	Темп роста цен за кв.м. жилья в 1-комнатных квартирах	$\frac{\sqrt[3]{190 \cdot 592 \cdot 2585 \cdot 3}}{130000} \cdot 100\,\% = 1,53\,\%/$ кв.
12	Темп роста цен за кв.м. жилья в 2-комнатных квартирах	$\frac{\sqrt[3]{190 \cdot 592 \cdot 3682 \cdot 3}}{120000} \cdot 100\,\% = 1,86\,\%/$ кв.
13	Темп роста цен за кв.м. жилья в 3-комнатных квартирах	$\frac{\sqrt[3]{190 \cdot 592 \cdot 3099 \cdot 3}}{110000} \cdot 100\,\% = 1,92\,\%/$ кв.
14	Темп роста цен за кв.м. жилья в 4-комнатных квартирах	$\frac{\sqrt[3]{190 \cdot 592 \cdot 4921 \cdot 3}}{100000} \cdot 100\,\% = 2,46\,\%/$ кв.

Таблица 3

Результаты сравнительного расчёта показателей экономической эффективности анализируемого ИСП по двум методикам: предложенной Методическими рекомендациями и авторской

Наименование показателей	Значение показателей, рассчитанных по детерминированной модели	Значение показателей, рассчитанных по авторской методике	Отклонение, %
1. Технико-экономические показатели проекта			
Площадь нового строительства, кв. м.	12791,23	12791,23	0,00
Инвестиционные издержки, тыс. руб.	344344,95	433600,48	25,92
Общая трудоемкость СМР, чел/час	236069,42	236069,42	0,00
Строительная себестоимость 1 кв.м., тыс. руб.	19,42	21,59	11,19
Инвестиционная себестоимость 1 кв.м., тыс. руб.	22,31	24,49	9,78
2. Финансово-экономические показатели проекта			
Срок окупаемости с начала реализации проекта (DPB), годы	3,92	4,05	3,32
Чистая текущая стоимость проекта (NPV), тыс. руб.	277403,00	214343,29	-22,73
Внутренняя норма доходности (IRR), %	56,70	55,57	-1,99
Модифицированная внутренняя норма рентабельности (MIRR), %	25,90	25,73	-0,64
Коэффициент рентабельности собственного капитала (ROIC), %	17,53	12,70	-27,57
Коэффициент рентабельности инвестиций (ROI)	7,13	6,92	-2,96
Индекс доходности затрат	2,92	2,98	2,03
Индекс доходности дисконтированных затрат	3,17	3,29	3,80
Индекс доходности инвестиций (PI)	2,93	2,62	-10,41
Индекс доходности дисконтированных инвестиций (DPI)	2,09	1,97	-5,57

В табл. 3 представлены результаты сравнительного расчёта показателей экономической эффективности рассматриваемого ИСП согласно двум методикам: предложенной Методическими рекомендациями [3] и авторской, учитывающей влияние совокупности факторов неопределенности.

Согласно полученным в табл. 3 результатам, разработанный методический подход к учёту факторов неопределённости при оценке экономической эффективности ИП жилищного строительства является научно-взвешанной и целесообразной в применении. Эффективность предложенной системы поправочных коэффициентов доказывают следующие положения и результаты аналитического исследования:

1. во-первых, методика показывает более высокую точность прогнозирования показателей эффективности ИП жилищного строительства по сравнению с экспертными и другими оценками (в рамках существующей практики управления строительными проектами приемлемым считается отклонение показателей эффективности на ±40% от запланированных);

2. во-вторых, считаем, что разработанная нами методика более адаптирована для российских строительных предприятий, поскольку предложенный соответствующий инструментарий отражает специфичность конкретной отрасти — строительства;

3. в-третьих, данная методика представляет собой наиболее адекватный инструмент формализованного представления ценовых взаимосвязей рынка недвижимости, значимых факторов неопределенности и тенденций их динамики.

Указанные соображения позволили автору сделать вывод о том, что предлагаемая система коэффициентов способна быстро получать оценку параметров волатильности ИСП и учитывать их в технико-экономическом обосновании наиболее эффективным и рациональным способом. Отметим, что поправочные коэффициенты и показатели обеспечивают структурированный подход, позволяющий включить факторы неопределённости в финансово-экономический анализ в относительно простой форме. Следует подчеркнуть, что авторская методика ориентирована на оценку эффективности проектов строительства жилья в Москве, так как динамика и показатели первичного рынка недвижимости в других регионах кардинально различается с московской.

Использование обобщенной системы коэффициентов позволяет значительно повысить качество управления ИСП за счет формализации процедуры индексирования соответствующих денежных потоков. В результате, это позволяет существенно улучшить точность прогнозирования финансовых показателей ИСП, что особенно актуально для предприятий строительной отрасли в современной экономике. Необходимым условием обеспечения полезности указанной процедуры коэффициентного прогнозирования в

системе проектного управления является, в свою очередь, построение многовариантных сценариев. Такой подход позволит сформировать гибкую систему проектного управления.

Таким образом, в работе мы впервые сформировали комплекс коэффициентов и поправочных показателей для большинства составляющих денежных потоков ИП жилищного строительства. Использование представленной иерархии коэффициентов в расчётах эффективности ИСП, на наш взгляд, будет максимально всесторонне отражать модель фактического состояния реализации ИСП. Более того, система коэффициентов является необходимы элементом информационно-аналитического обеспечения управления строительными проектами. Она также направлена на научное предвидения ожидаемой экономической эффективности ИСП в условиях неопределённости. Использование коэффициентов на практике даст возможность избежать негативные сценарии развития проекта, что в итоге позволит оптимизировать весь управленческий процесс. **РИСК**

Библиографический список:

1. Индикаторы рынка недвижимости. — 2012. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: http://www.irn.ru (дата обращения 15.11.2013).

2. Копытин К.В. Моделирование проектной деятельности предприятия в условиях неопределенности // Аудит и финансовый анализ. — 2007. — №5. — С. 170-228.

3. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция) / Министерство экономики РФ, Министерство финансов РФ, ГК по строительству, архитект. и жил. политике // Рук.авт.кол.: В.В.Коссов, В.Н.Лившиц, А.Г.Шахназаров. — М.: Экономика, 2000.

4. Стадникова Т.А. Регрессионный анализ показателей развития первичного рынка жилья Москвы // Сборник статей по материалам XXXII Международной научно-практической конференции: «Экономика и современный менеджмент: теория и практика», г. Новосибирск, 4 декабря 2013 г. — С. 229-234.

5. Стадникова Т.А. Формирование концептуальной схемы оценки эффективности строительных проектов в условиях макроэкономической и отраслевой неопределённости // «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция». — 2014. — №1. — С. 12-67.

6. Стадникова Т.А. Экономико-статистическое исследование рынка первичной недвижимости Москвы // Сборник статей по материалам V Международной конференции «Экономика. Право. Менеджмент: современные проблемы и тенденции развития», г. Краснодар, 22 января 2014 г. — С. 195-199.

7. Ahmed A., Kayis B. A review of techniques for risk management in projects // Benchmarking: An International Journal. — 2007. — №14 (1). — P. 22-36.

KTR-ONLINE.RU

логистика • маркетинг • аналитика

новости экономики, новости логистики, новости рынков,
аналитические материалы и статьи,
журналы по логистике и маркетингу, пресс-релизы,
интервью, мероприятия

N. Adamov,
Doctor of economic, Professor,
Russian Cooperation University,
T. Penchukova,
PhD,
Russian University of Cooperation

Analysis of the Current Status of the Leasing Market in Russia

Аннотация: проведен анализ ситуации на лизинговом рынке Российской Федерации, дан прогноз развития лизинговых услуг в России в 2013 году. Выявлены факторы, замедляющие развитие лизинга в России, а также предпосылки, способствующие динамике развития лизингового рынка в России.

Ключевые слова: лизинговые услуги; анализ рынка лизинговых услуг; развитие лизинговых услуг в России; лизинговая деятельность в России.

Annotation: the article contains analysis of the situation in the leasing market of the Russian Federation, forecast of development of the leasing business in Russia in 2013 and identifies factors that slow down development of leasing in Russia, as well as preconditions that speed up development of the leasing market in Russia.

Keywords: leasing services; analysis of the leasing market, the development of leasing in Russia; leasing business in Russia.

The study showed that in 2012 the volume of leasing services increased only by 1.5%, amounting to RUB 1320 billion. (Table 1).

Such low leasing market growth rate, according to experts, is due to a weakening of the railway equipment leasing market, as well as a marked increase of interest rates on bank loans.

Figure 1 graphically shows that in 2012 there was a significant growth of the leasing portfolio (by 36%), which is caused by a larger scale of the average leasing transaction.

However, there are objective reasons to expect a significant growth of the leasing services market in 2013 — in some segments, such as: leasing of road construction equipment and machinery; leasing of vehicles. According to the forecast by Expert RA expert agency, it is expected that in 2013 the leasing market will grow by 8%, if the macroeconomic situation will develop in accordance with a favourable scenario.

The amount of new leasing deals in 2012 amounted to 1,320 trillion rubles. For many years it was the railway equipment segment that in a way drove the Russian leasing market, but in 2012 it was affected by such factors as (a) a significant oversupply of railway cars, (b) adjustment of the rolling stock pricing policy, (c) a fall in rental rates, and (d) reduction in rail traffic. This led to the stagnation of the Russian leasing market.

In addition, in 2012, the leasing market growth rate was negatively impacted by the growth of interest rates on bank loans along with fears of further development of the negative trends in the Russian economy.

The analysis of current trends shows that the decrease in the number of railway equipment and machinery leasing deals influenced the increase in the degree of diversification of the leasing market by segments, as well as by clients. Rosagroleasing also played a role in the diversification of the leasing market. In an effort to maintain profitability of their business,

Table 1

Development of the leasing services market (2006 through 2012)

Data	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Amount of newly signed contracts, RUB bn.	399.6	997.5	720	315	725	1300	1320
Growth rate, %	83.8	149.6	-27.8	-56.3	130.2	79.3	1.5
Amount of payments received under leasing contracts, RUB bn.	136	294	402.8	320	350	540	560
Growth rate, %	78.0	116.2	37.0	-20.6	9.4	54.3	3.7
Invested funds, RUB bn.	201.1	537	442	154	450	737	640
Growth rate, %	90.0	167.0	-17.7	-65.2	192.2	63.8	-13.2
Total leasing portfolio, RUB bn.	530	1202	1390	960	1180	1860	2530
Growth rate, %	-	126.8	15.6	-30.9	22.9	57.6	36.0
Russia's nominal GDP, RUB bn.	26 917.2	33 247.5	41 276.8	38 807.2	46 321.8	55 798.7	62 356.9
Share of leasing in GDP, %	1.5	3.0	1.7	0.8	1.6	2.3	2.1
Concentration of new deals, Top 10 companies, %	39.9	40.4	32.7	50	62.4	66.5	63
Core retail,%	not available	32.6	41	25.2	24	23	28

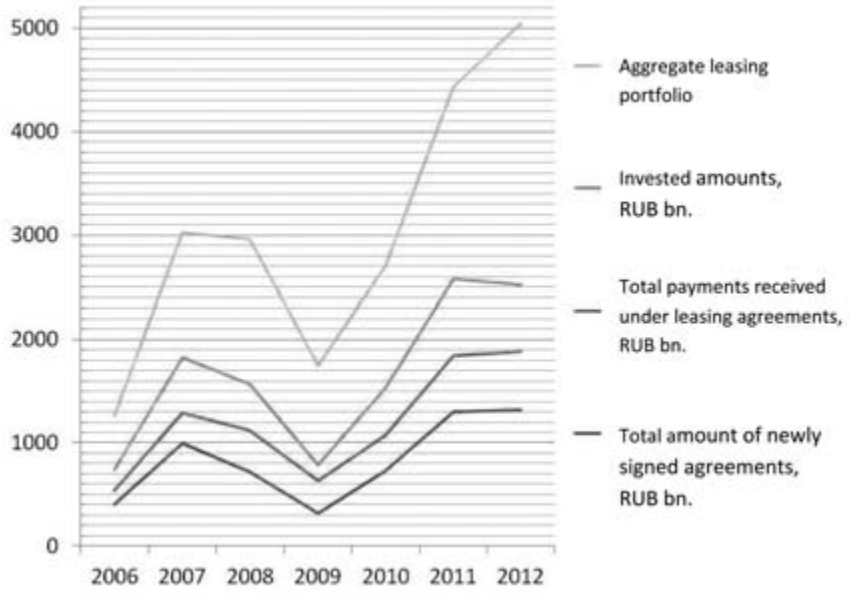

Figure 1. Russian leasing services market growth rate.

leasing companies entered such market segments as passenger and commercial motor vehicles (the volume of new lines of business being respectively +38% and +19%), and aircraft leasing (+18.5%).

The study undertaken shows that the top 20 leasing companies list remains practically unchanged (Table 2).

Analysis also shows that the decline in the share of major players in the railway equipment and machinery segment in 2012 considerably strengthened the market position of small and medium businesses, their share in transactions having increased significantly from 28% to 35%. There has been some decrease in the concentration of market players as well: the share of the top 10 companies in terms of new business volume was 63% vs. 66.5% a year earlier, the percentage of companies with an interest held by the government having dropped by 5 pp to 47%.

However, despite the decline in the market share of government owned leasing companies, they take up a substantial portion of the leasing market. As can be seen from Figure 2, the top five companies in the top leasing companies ranking list are companies where the government holds an interest, their overall share in the leasing market being 60%.

As practice shows, leasing companies value motor vehicles as the leasing asset for its high liquidity, therefore, in 2013 it is likely to become a driver for the growth of the leasing market. In addition, the growth of the construction equipment and road-building machines segment should be affected by the implementation of major construction projects, such as the 2014 Olympics, and the 2018 World Football Cup. Other potentially capital intensive areas able to revive the leasing market segments include watercraft, aircraft, and real property. Now, however, it is impossible to give a definitive answer to the question whether they will become drivers of the leasing market in 2013.

According to experts, in the worst case, if the macroeconomic situation develops in accordance with the pessimistic scenario, the leasing market may remain at the same level as in 2012. Experts believe that the main influencing factor will be the railway equipment and machinery market evolution, which will directly

Table 2

Top 20 Russian leasing companies*.

No.	Leasing company name	Leasing agreements portfolio (RUB mio.).
1	VEB-Leasing	515,807.20
2	VTB Leasing	349,397.00
3	Sberbank Leasing	218,634.00
4	TransFin-M	121,690,50
5	Gastechleasing	117,499.30
6	State Transport Leasing Company (Gosudarstvennaya Transportnaya Leasingovaya Companiya)	90282.10
7	Gasprombank Leasing	72463.10
8	Alfa Leasing	63090.00
9	Rosagroleasing	58707.20
10	Ilyushin Finance Co.	46189.40
11	Europlan	40884.70
12	LC Uralsib	32844.00
13	Business Alliance	32841.80
14	Brunswick Rail	31043.40
15	Baltiysky Leasing	23425.70
16	MTE Finance	22984.20
17	Siemens Finance	19517.20
18	RTK-Leasing	17127.50
19	CARCADE Leasing	16693.50
20	Raiffeisen-Leasing	15645.00

* Source: Expert RA expert agency, data as of February 1, 2013.

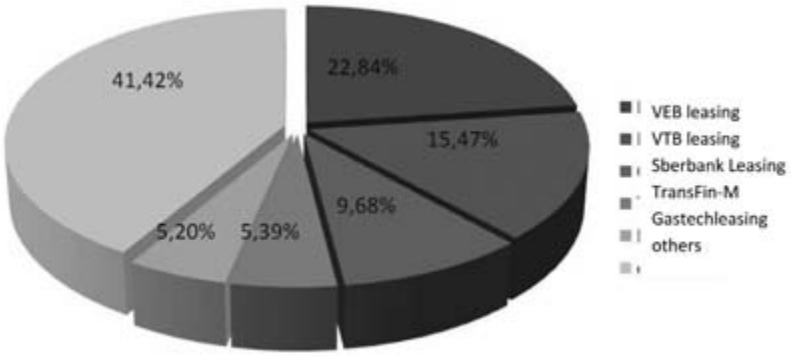

Figure 2. Market share of the top leasing companies.

depend on whether the ban on the use of railway cars that do not meet the latest requirements is imposed or not.

In case of shrinking of the leasing market, or a very low growth rate of new leasing businesses, this will lead to a more fierce competition between leasing services providers, which may result in the liberalization of the requirements related to leasing services provision. The situation may also develop in such a way that the lessors» margin profits will drop as a result of their efforts to draft a competitive offer for the customer. In is also likely that as a step to ensure that more transactions are concluded, leasing service providers may decide to reduce the amounts of advance payments they expect from their customers. It should be noted that on the one hand, these such solutions increase business risks of leasing companies; on the other hand, however, this may lead to higher revenues. But we must not lose sight of the fact that the riskier the transactions, the higher funding costs leasing companies may incur.

Another important point is that increased competition in the situation of shortage of financial resources may force small leasing companies to ally with major players in the leasing market. Should stagnation of the market become inevitable, which will become a hindrance to signing new deals, this will give leasing companies yet another chance to strengthen their relations with their existing customers. Moreover, in such cases leasing companies tend to expand the range of their services and to improve and complement the services provided to the lessees.

In 2012, the leasing market also changed its structure by types of property, which can be seen in Table 3, these changes resulted in a reduced market share of state-owned leasing companies — at the beginning of 2013 the share of these companies was 47%. There has been an increase in the market share of companies owned by Russian private banks, the share of such companies being 11.4%, which is 2.5% higher than a year before.

The largest transaction on the leasing market in 2012 was the leasing agreement between VEB-Leasing OJSC and The Russian Railways OJSC to lease railway track equipment to be used for upgrading the railway infrastructure across the Russian Federation. In terms of volume of the leased asset (about RUB 90 billion), this contract is unprecedented for Russia.

Table 3

Structure of the Russian leasing market

Leased property	Share in new businesses in 2012,%	Share in new businesses in 2011,%	Increase (+) or decrease (-) of the market share, %	Part of the segment in the leasing portfolio as of January 1, 2013, %
Railway equipment and machinery	41.25	48.60	-13.80	50.12
Vehicles (trucks)	11.18	9.54	19.00	5.96
Air transport (planes, helicopters)	8.72	7.47	18.48	12.38
Cars (cars)	8.5	6.22	38.21	3.45
Construction equipment, including special vehicles	4.48	4.99	-8.89	3.39
Power engineering equipment	3.19	0.74	336.23	2.79
Road construction machinery	3.01	2.61	17.04	2.08
Equipment for oil production and refining	2.19	1.44	54.27	2.47
Agricultural equipment	2.17	0.54	304.80	1.94
Metalworking and machine-building equipment	2.08	2.67	-20.99	1.67
Sea and river vessels	1.63	1.74	-5.3	2.54
Structures and buildings	1.50	2.68	-43.10	2.51
Minivans and buses	1.43	1.34	8.48	0.95
Other mining equipment	1.01	1.81	-43.26	1.32
Storage equipment and forklifts	0.72	0.63	16.04	0.30

Another contract unparalleled in terms of funding is the leasing agreement for the delivery of three A321-200 aircraft to the total amount of more than USD 310 million concluded by Aeroflot. This is the first deal in history concluded by a Russian company with guarantees provided by European lending institutions.

It should also be noted that in 2012 VEB-Leasing JSC floated six bond issues of USD 600 million on MICEX. This was the first time that a Russian leasing company denominated bonds in foreign currency and made provisions for currency payments associated with them.

A large scale deal concluded by VTB Leasing for the delivery of 4 new Boeing-787 aircraft to AC Transaero OJSC under a capital leasing agreement for a term of 10 years is a milestone in the leasing services market evolution.The Boeing planes will be shipped from the factory in 2014. It is worth to note that VTB-Leasing was able to negotiate and conclude the contract successfully in the situation of a high demand for this type of aircraft (there are no offers on the market until 2019 because of the high workload of the Boeing factory). The terms of the lease agreement allow for external financing, particularly through Exim Bank.

The lease agreement signed by Sberbank Leasing for the delivery of Boeing 737-500 aircraft to UTair air company should also be considered an important deal in the leasing market in 2012, the total amount of the project being over RUB 1.5 billion. Sberbank Leasing also entered into a RUB 4.4 billion lease agreement with Eurosib Group for the delivery of 1800 rail cars, as well as a contract for RUB 3.5 billion with Mechel Group companies.

In 2012, there were no significant changes in distribution of new leasing transactions, the Moscow Region taking the leading position — its share rose to 43.0% as compared to 38.4% in 2011. It should be noted that a marked increase is seen in the share of the Siberian Federal District — by 3%, its share reaching 9%. At the same time the share of the Ural Federal District declined significantly (by 5%), dropping to 13.3%. St. Petersburg is in a stronger position than before, with its share growing by 0.8% to reach 7.4%.

Thus, the situation on the Russian leasing market is not very favorable; macroeconomic conditions do not contribute to a rapid development of the leasing business, and no obvious drivers that could «ginger up» the market can be seen. Consequently, leasing companies should focus their main efforts on microeconomic levers of the leasing business development, such as the management of current spending, raising management efficiency, improving resources (assets) management, in particular, improving receivables management efficiency; minimizing business risks, etc. **РИСК**

Библиографический список:

1. Адамов Н. А. Лизинг: Правовая сущность; Экономические основы; Учет и налогообложение: Учебное пособие для вузов Изд. 2-е, испр., доп. / Адамов Н. А., Тилов А. А.— М.: Питер, 2007. Стр.8.

2. Адамов Н.А., Каптерев А.И. Логистика и лизинг: сопряженность задач и направления развития // Сибирская финансовая школа, № 6, 2011 г. Стр.92-94.

3. Адамов Н.А., Мельцас Е.О. Перспективы и проблемы развития авиализинга в России. // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики, № 3, 2010 г. Стр.63-65.

4. Адамов Н.А., Сарибекян В.Л. Правовые основы лизинговой деятельности // Бухгалтер и закон. 2006. № 6. С. 18-20.

5. Адамов Н.А.Проблемы правового регулирования лизинга в России. // Лизинг. 2009. № 6. С. 53-57.

6. Винслав Ю.Б. Управление лизинговой деятельностью в интегрированных корпоративных структурах // Российский экономический журнал. — 2010. — № 1.

7. Газман В.Д. Аритмия лизингового рынка // Вопросы экономики. — 2010. — № 3.

8. Ковалев В.В. Лизинг: финансовые, учетно-аналитические и правовые аспекты: учебно-практическое пособие. — Москва: Проспект, 2011.

маркетинг и логистика

- новости
- аналитические материалы, статьи
- законодательство, нормативные акты, комментарии
- маркетинговые исследования

www.itkor.ru

Л. Рабинер,
аспирант кафедры аудита
и контроля,
Финансовый университет
при Правительстве РФ

Контроль функционирования специфических бизнес-процессов автостраховщика

Аннотация: в данной статье рассмотрен вопрос контроля профильных бизнес-процессов страховщика. Особенностью статьи является наличие конкретных методических и практических рекомендаций для проведения мероприятий по внутреннему контролю деятельности различных подразделений страховой компании.

Ключевые слова: внутренний контроль, система внутреннего контроля, страхование, бизнес-процесс, андеррайтинговый аудит.

Annotation: the author in this article discloses the question of core business processes control in the insurance company. Its distinctive feature is the presence of specific methodological and practical recommendations for conduction of internal control activities in the various divisions of the insurance company.

Keywords: internal control, internal control system, insurance, business process, underwriting audit.

Основная цель внутреннего контроля в страховой компании -повышение эффективности бизнес-процессов и соответствие требованиям страхового надзора. Любая страховая услуга состоит из различных бизнес-процессов: бухгалтерский учет, актуарные расчеты, андеррайтинг, формирование резервов, инвестирование, маркетинг, продажа, сопровождение договора, урегулирование убытков.

Несмотря на то, что на практике их не всегда возможно разграничить, подверженность бизнес-процессов внутреннему контролю, а также влияние на финансовый результат различны.

В свою очередь, контрольная деятельность состоит из множества разнообразных действий, процедур и политик. Некоторые из них являются общими для всех предприятий, некоторые — для компаний финансового сектора, но есть и ряд присущих только страховым организациям.

Актуарные расчеты — это расчеты тарифных ставок страхования на основе методов математической статистики[1, с. 656]. Непосредственной задачей актуариев является построение такой системы тарифов и поправочных коэффициентов, корректное использование которой позволило бы компании сформировать успешную андеррайтинговую политику и сбалансированный страховой портфель, являющийся одним из принципиальных условий финансовой стабильности и платежеспособности всей компании. Для этого:

1. Сам портфель должен быть большим. В случае нарушения этого условия повышается вероятность чрезмерной и непрогнозируемой убыточности операций. К тому же закон больших чисел улучшает качество статистических вычислений.

Так, при страховании незначительного числа автомобилей, угон одного из них вполне может испортить финансовый результат всего года работы страховщика, а если актуарий будет базировать на этом в дальнейшем свои вычисления, это вызовет неоправданный рост тарифов.

2. Важна однородность (гомогенность). В противном случае статистические закономерности действовать не будут. Этого можно избежать, используя для выборки однородные риски или принимая на страхование только однотипные объекты, например, представительские седаны или тягачи. Такая однотипность может достигаться либо при разработке Правил, либо при утверждении андеррайтеской политики и фактическом формировании страхового портфеля. Недопустимо и преобладание высокорисковых сегментов, например, дорогостоящих спортивных автомобилей или транспортных средств, управляемых водителями с минимальным стажем.

3. Должна быть обеспечена диверсификация, как по территориальному, так и по временному признаку. Ярким примером является характерная для России повышенная убыточность автострахования на Дальнем Востоке, обусловленная климатическими особенностями, в том числе частым появлением гололеда. Соответственно, одна из целей актуария — предусмотреть подобное отклонение риска, и выработать совместно с андеррайтерами адекватную андеррайтерскую политику.

В широком смысле андеррайтинг — это составная часть страхования, которая заключаетсяв:

а) принятии на страхование или отклонении рисков по заявленному объекту страхования на основе оценки рисков, присущих данному объекту с целью формирования или корректировки условий страхового покрытия, условий договора страхования и определения страхового тарифа, обеспечивающих заданные значения убыточности по виду страхования и страховому портфелю в целом;

б) разработке мероприятий по защите всего или части страхового портфеля;

в) разработке и контроле исполнения страхователем рекомендаций по снижению принятых на страхование рисков[2, с. 240].

Политика андеррайтинга — совокупность правил, действий, решений страховой компании на целевом рынке, отборе объектов страхования, объеме предоставляемой защиты, требований к качеству принимаемых на страхование рисков, к экспертизе объектов, установление обязательных оговорок и исключений, минимального размера

страховой премии, направленных на формирование страхового портфеля и управление им, обеспечивающих достижение заданного финансового результата.

Андеррайтинговый аудит является одним из средств мониторинга и контроля за операциями, осуществляемыми конкретным подразделением страховой компании.

Основными целями андеррайтингового аудита являются:

♦ оценка эффективности андеррайтинга как ключевого компонента успешной работы страховой компании, анализ качества работы андеррайтеров, функционирования внутренних процессов и процедур;

♦ определение достаточности используемых внутрикорпоративных методических указаний и эффективности ценообразования

♦ оценка соблюдения делегированных андеррайтинговых полномочий;

♦ оценка страхового портфеля;

♦ оценка своевременности и эффективности исполнения утвержденного бизнес-плана;

Следствием аудита обязательно должен стать ряд конкретных рекомендаций и планов действий, направленных на достижение соответствия корпоративным стандартам или повышения эффективности тех областей, которые нуждаются в улучшении.

Андеррайтерский аудит рекомендуется проводить ежегодно.

При подготовке к аудиту необходимо:

1. За 3–6 недель до аудита связаться с руководителем компании/филиала, а также с руководителем аудируемого подразделения с целью:

♦ утвердить даты и продолжительность аудита

♦ определить масштаб и установить цели проверки

♦ установить требования аудиторов к подготовке документации и рабочих мест. Количество и вид необходимых к предоставлению файлов варьируется от размера и качества портфеля. Но в любом случае отобранные для проверки документы должны представлять каждый сегмент деятельности компании.

2. Проинформировать головной офис компании о времени и целях аудита

3. Получить и изучить:

♦ организационную структуру подразделения, включая полномочия каждого сотрудника и время его работы в компании и на данной позиции;

♦ финансовые показатели за 3-5 последних лет, как совокупные, так и по каждому виду страхованию. Выявить неожиданные результаты, например изменение моделей роста, значительные отклонения от плановых коэффициентов убыточности, комиссионного награждения, расходов и т.д.;

♦ бюджет текущего года, бизнес-план, результаты деятельности на дату проверки;

♦ результаты предыдущего андеррайтерского аудита и статус выполнения рекомендаций.

4. Составить план действий на весь период аудита.

На начальном этапе аудита следует:

♦ встретиться с руководителем компании/филиала и руководителем подразделения для составления подробного плана действий;

♦ убедиться, что все необходимые и запрошенные документы готовы, а требуемые условия работы созданы;

♦ провести короткую встречу с работниками подразделения для обсуждения целей аудит и плана совместной работы;

♦ сделать обзор деятельности подразделения с целью определить, как организационное и структурное состояние отдела влияет на андеррайтинг;

♦ определить основные источники страховой премии, в том числе ведущих агентов и брокеров.

На встрече с андеррайтерами аудитор оценивает их работу во всех ключевых областях, в том числе:

♦ политика андеррайтинга;

♦ соблюдение предписаний;

♦ управление портфелем;

♦ работа с каналами продаж;

♦ разработка собственных планов и стратегий;

♦ выполнение бизнес-планов.

На встрече с отделом урегулирования убытков аудитор обязан убедиться, что сотрудники:

♦ понимают корпоративные стандарты качества оказываемых услуг;

♦ урегулируют убытки в соответствии с залицензированными Правилами;

♦ на постоянной основе встречаются с подразделением, осуществляющемандеррайтинг, не имеют с ним серьезных разногласий, и оперативно решают возникающие проблемы.

Крайне важна встреча с руководством подразделения, в ходе которой необходимо:

♦ совместно изучить показатели подразделения, в том числе начисленной и собранной премии, коэффициентов убыточности и комиссионного вознаграждения, расходов и др., а также выявить текущие проблемы;

♦ выяснить, выполняется ли бизнес-план, какие изменения в него были внесены и планируется внести;

♦ проверить наличие подписанных доверенностей. Определить, эффективна ли процедура делегирования полномочий, а также уточнить, на основании каких критериев руководитель наделяет андеррайтеров полномочиями;

♦ обратить внимание на наличие договоров перестрахования и их соответствие корпоративным стандартам;

♦ выяснить, существуют ли процедуры внутреннего контроля, и соответствуют ли они корпоративным стандартам, в частности, как часто и в

какие сроки проводятся, достаточно ли они эффективны;

♦ проверить наличие лицензий и внутрикорпоративных согласований по всем видам страхования, в том числе и по каждому продукту;

♦ уточнить, проводятся ли регулярные встречи подразделения;

♦ убедиться, что руководитель понимает принятую андеррайтинговую политику, и правильно доносит ее до персонала;

♦ определить, понятна ли руководителю методика распределения расходов компании;

♦ ознакомиться с методикой изучения эффективности работы персонала и мнением руководителя о профессионализме сотрудников;

♦ изучить, как распределяются обязанности между подразделениями.

Одной из основных задач андеррайтингового аудита является изучение текущего страхового портфеля. В процессе работы аудитор должен изучить:

♦ качество портфеля, в частности сочетание видов страхования и отдельных продуктов;

♦ распределение рисков по территориальному и другим принципам;

♦ динамику основных показателей, таких, как убыточность, частота наступления страховых случаев, собранная и начисленная премия, комиссионное вознаграждение, уровень расходов, объем покрытия, количество страховых договоров, средняя премия по каждому виду страхования и отдельному продукту;

♦ наличие качественной перестраховочной защиты как для всего портфеля, так и для крупных единичных рисков.

Самой трудоемкой частью андеррайтингового аудита является просмотр андеррайтинговых документов, в том числе котировок и переписки, а также изучение выпущенных полисов и перестраховочных договоров. Необходимо, чтобы выбранные на случайной основе документы полностью отображали текущее состояние дел, в том числе максимально точно представляли страховой портфель компании, при этом особое внимание следует обратить на следующие договоры:

— с высокой годовой или исторической убыточностью

— со значительной итоговой страховой суммой

В целом, аудитор должен проверить:

♦ соответствие решений, принимаемых андеррайтерами установленной корпоративной политике;

♦ соответствие используемых страховых ставок и поправочных коэффициентов утвержденному тарификатору;

♦ наличия подтверждения и обоснования на каждое принимаемое андеррайтером существенное решение, в частности подписываемый андеррайтером от лица компании риск должен находиться либо в его полномочиях, либо принятие такого риска должно быть утверждено вышестоящим руководством;

♦ качество оценки риска и объектов страхования андеррайтером.

Одним из наилучших способов минимизации рисков страховщика является качественная перестраховочная программа, поэтому на постоянной основе необходимо проверять условия таких договоров, равно как и поставщиков этих услуг. Для построения такой программы рекомендуется составлять и не реже, чем раз в квартал переутверждать список надежных перестраховщиков с указанием максимальной емкости каждого.

Оценка партнеров должна производиться на основании:

♦ имеющейся отчетности;

♦ опыта взаимодействия;

♦ текущего рейтинга;

♦ экспертных мнений;

♦ анализа перспектив компании на основании других доступных данных. Так, в случае наступления стихийного бедствия и наличия сведений о значительном участии перестраховщика в планируемых выплатах, стоит пересмотреть возможности сотрудничества на ближайшее время до получения исчерпывающей информации о финансовом благополучии компании.

Анализ самих договоров перестрахования должен состоять из нескольких этапов:

♦ проверка на соответствие действующему законодательству, включая законность проведения подобных операций;

♦ корректность юридического оформления документов;

♦ изучение на предмет соблюдения условий и сроков выплат;

♦ правильность ведения журналов заключенных договоров;

♦ анализ полученной или предоставленной защиты на предмет ее соответствия ожиданиям страховщика;

♦ полнота и корректность формирования страховых резервов и учета доли перестраховщиков в выплатах.

Для страхователя приобретенная им страховая услуга материализуется при наступлении страхового случая. Критерием ее качества становится не квалифицированный агент и красивый офис по продажам, а скорость принятия решений, соответствие их правилам и заявленным свойствам, быстрота осуществления самой выплаты или восстановления имущества. Отлаженность именно этого бизнес-процесса во многом гарантирует успех предприятия в будущем.

Важно отметить, что влияние урегулирования убытков на конечный результат не всегда однозначно.

С одной стороны, задержка сроков выплат, необоснованные отказы, занижение сумм, экономия на подрядчиках, например СТОА, несомненно, повышают текущий финансовый результат компании. Однако это сказывается на репутации страховщика, провоцирует новые судебные тяжбы, излишние внимание регулятора и, в конечном итоге, происходит отток страхователей. В среднем, страховые компании теряют до 6% (по автострахованию — до 20%) клиентов из-за недовольства сроками и размерами страховых выплат. Поэтому процесс урегулирования убытков должен быть максимально клиентоориентирован, но в то же время не противоречить установленным правилам и нормам.

В любом случае страховые выплаты — это основная доля расходов страховой организации. Вся процедура по урегулированию убытков должна быть четко задокументирована. При этом специалисты СВК должны обращать внимание на следующее:

- все страховые выплаты должны быть обоснованы и документально подтверждены;
- выплаты осуществляются в соответствии с залицензированными Правилами;
- дела правильно оформлены в соответствии с ГК РФ и ФЗ «Об организации страхового дела в Российской Федерации»;
- журнал учета убытков ведется в соответствии с установленными руководством требованиями;
- договоры действовали на момент страхового случая, сам убыток был заявлен в установленные сроки и покрывается договором;
- верность отображения резервов;
- правильность составления страховых актов и соблюдение установленных сроков;
- корректность определения размеров страховых возмещений и своевременность их выплат;
- достоверность документов, на основании которых принимаются решения;
- обоснованность отказа страховщика в выплате.

Характерной особенностью урегулирования убытков в автостраховании является относительно низкая доля денежных выплат. В целях стимулирования продаж полисов через дилеров и минимизации рисков мошенничества со стороны страхователей компании предпочитают оплачивать ремонт транспортных средств напрямую станциям технического обслуживания автомобилей. Подобная практика эффективна, если:

- страховщик располагает достаточным количеством партнеров по ремонту;
- качество и сроки осуществляемых ими работ удовлетворяет страхователей и не ухудшает репутацию компании;
- партнерство является двусторонним: увеличение объемов ремонта стимулирует продажи полисов.

Природа риска в автостраховании обуславливает не только высокую убыточность, но и возможность компенсации части затрат за счет удовлетворения суброгационных (регрессных) требований. Оказываемое на общий финансовый результат влияние такой деятельности может быть довольно значительным при следующих условиях:

- страхователи предоставляют все необходимые документы, в том числе устанавливающие сторону виновную в заявленном убытке;
- ведется учет подобных дел, они своевременно передаются юристам для анализа возможности выдвижения суброгационных требований;
- стоимость делопроизводства не превышает возможной выгоды.

Особое внимание контролерам необходимо обратить на такую проблему как оценка движения недостач страховой премии и бланков строгой отчетности (БСО) страховыми посредниками. Данная проблема имеет склонность к усилению вместе с ростом объемов бизнеса и укрупнением организационной структуры компании. При этом важной особенностью именно страховой деятельности является то, что последствия недостаточной эффективности внутреннего контроля могут наступить гораздо позже. Так, страховые случаи по похищенным бланкам могут заявляться и через год, и влиять уже на будущий финансовый результат.

Определим типовые нарушения, допускаемые страховщиком при контроле за бланками:

1. Отсутствие журналов учета получения и выдачи БСО. Журналы должны вестись в электронном виде и быть защищены от несанкционированных изменений.

2. При выдаче БСО контрагентам не оформляются акты приема-передачи бланков. Важно, чтобы в них содержались реквизиты передающей и принимающей сторон, дата приема-передачи бланков и подписи сторон.

3. Информация об испорченных, утраченных и украденных бланках бланках передается страховщику несвоевременно. Все нормативы, формат документов и отчетов, а также штрафные санкции за порчу, утрату, нарушение сроков должны быть прописаны в агентском договоре.

4. Не осуществляются сверки фактического наличия БСО. Сверка должна проводиться как на этапе выдачи, так и регулярно (например, ежеквартально), оформляться документально и содержать реквизиты и подписи сторон, а также дату проведения.

5. Отсутствует ответственный сотрудник. Функция контроля за БСО возлагается на специального сотрудника, несущего материальную ответственность за их учет, выдачу и сохранность.

6. Не обеспечивается надлежащее хранение бланков строгой отчетности. Для их сохранности должны быть созданы соответствующие условия.

7. Отсутствует контроль остатков бланков страховых полисов. Страховщику необходимо постоянно контролировать динамику расходования бланков и рассчитывать потребность в них на определенный период.

Таким образом, необходимы как превентивные меры, так и постоянный мониторинг средств контроля. Контрагентов целесообразно анализировать в разрезе. Это позволяет изучить состояние сохранности собственности, определить те внутренние структуры, в которых оно оценивается как неблагополучное.

Особое внимание необходимо обратить на причины возникновения недостач в той группе, на которую приходится наибольший удельный вес и количество случаев. Основными причинами могут являться некачественная работа самого посредника, нарушения установленных правил, низкая квалификация материально-ответственных лиц, и, разумеется, мошенничество.

Однако принимаемые меры должны быть адекватными: чересчур детальный и глубокий контроль будет препятствовать ведению дел страховщиком и отпугивать возможных партнеров. Так, не следует, например, сверять БСО с каждым агентом или брокером ежедневно, а при малейшей возможности штрафовать их за незначительные нарушения условий договора. **РИСК**

Библиографический список:

1. Бауэрс Н., Гербер Х., Джонс Н., Несбитт С., Хикман Дж. Актуарная математика. — М.: Янус-К, 2001.

2. Архипов А.П. Андеррайтинг в страховании. Теоретический курс и практикум. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

Аспирантура ИТКОР
Многолетние традиции в подготовке кадров высшей квалификации

Институт «ИТКОР» проводит круглогодичный набор в очную или заочную аспирантуру и осуществляет подготовку аспирантов и соискателей в соответствии с действующей лицензией по специальностям:

- **Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: логистика, менеджмент, экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами сферы услуг)**
- **Финансы, денежное обращение и кредит**

Контакты: (499)152-42-94; asp@itkor.ru

Учетно-аналитическая система управления лизинговой компанией

М. Шевченко,
аспирантка кафедры бухгалтерского учета,
Саратовский социально-экономический институт Российского экономического университета имени В.Г. Плеханова

Аннотация: данная статья посвящена необходимости повышения эффективности управления лизинговой компанией. Предлагается авторская учетно-аналитическая система управления лизинговой компанией, а также новый механизм согласования и учета лизинговой сделки.
Ключевые слова: оперативность, аналитичность, управленческий учет, лизинг, лизинговая компания, учетно-аналитическая система.
Annotation: the article focuses on the need to improve management efficiency of the leasing company. For this the author's accounting- analytical system of control of leasing company is given. Also a new mechanism for coordination and accounting of the leasing transaction is introduced.
Keywords: analyticity , efficiency, managerial accounting, leasing, leasing company, accounting- analytical system.

Развитие рынка финансовых услуг является одним из направлений государственной политики России, нацеленное на повышение конкурентоспособности и эффективности функционирования финансовых институтов, а также на обеспечение в будущем стабильного экономического роста в нашей стране.

Одним из перспективных финансовых рынков, на наш взгляд, является рынок лизинговых услуг. В целях повышения эффективности функционирования лизинговых компаний, необходимо выделение ключевых проблем данной отрасли и их разрешение.

Обеспечение эффективности работы организации является одним из основных предназначений управления. Следовательно, эффективность управления является экономической категорией, отражающей вклад управленческой деятельности в конечный результат работы компании. Получаемый результат от предпринимательской деятельности в виде прибыли или убытка или увеличения рыночной стоимости компании во многом зависит от сложившейся в компании системы управления, являющейся «элементом организационной структуры фирмы, в которую входят системы финансирования, планирования, контроля за выпуском продукции, учета и т.п.» [2].

Так, одной из актуальных проблем лизинговой отрасли является ситуация временного искажения бухгалтерской прибыли лизинговой компании относительно реальной экономической прибыли, что самым неблагоприятным образом сказывается на финансовой и инвестиционной привлекательности компании. Данная ситуация, по нашему мнению, связана: во-первых, с экономической двойственностью самой операции лизинга как таковой, совмещающей в себе как процесс инвестирования клиента-лизингополучателя, так и процедуру купли-продажи лизингового имущества, а, во-вторых, несовершенством бухгалтерского учета, не учитывающего отраслевые особенности лизинговых сделок.

Учитывая, что показатель прибыли является одним из самых важных как для руководства лизинговой компании, так и для ее партнеров и клиентов, актуальным представляется создание учетно-аналитической системы управления лизинговой компании на основании данных управленческого учета и анализа, дающей возможность определить реальную прибыль, спрогнозировать финансовый результат компании согласно действующим правилам финансового учета заранее, и управлять им посредством обратной связи.

Управление лизинговой компанией на основе учетно-аналитической системы представляет собой процесс координации отделов лизинговой компании для достижения финансовых целей организации.

Предлагаемая нами учетно-аналитическая система управления лизинговой компанией представлена на рис.1.

Основными целями рекомендуемой нами учетно-аналитической системы управления лизинговой компанией являются:

1. Информационное обеспечение руководства лизинговой компании и всех ответственных отделов лизинговой компании показателями финансово-хозяйственной деятельности лизинговой компании.

2. Методическое обеспечение управленческого учета и управленческого анализа деятельности лизинговой компании.

3. Организационно-техническое обеспечение в виде организации распределения потоков учетно-аналитической информации по отделам лизинговой компании и автоматизации информационной базы данных лизинговой компании.

Предлагаемая учетно-аналитическая система управления лизинговой компанией имеет сложную многокомпонентную структуру, к основным элементам которой можно отнести:

1. Входящий информационный поток в виде базы данных состояния лизинговых сделок по отдельности и лизингового портфеля в целом в

Рис. 1. Учетно-аналитическая система управления лизинговой компанией.

электронном виде, в которой можно оперативно получить подробную информацию по каждой заявке на лизинг и по каждому действующему лизинговому договору в режиме реального времени, с разграничением прав доступа к каждому структурному подразделению лизинговой компании — элементу учетно-аналитической системы.

2. Методическое обеспечение для проведения управленческого учета и управленческого анализа данных, полученных из единой базы данных.

3. Результирующий учетно-аналитический информационный поток в виде формируемой управленческой финансовой отчетности с разделением прав доступа к ее различным показателям основным структурным подразделения компании, отражающей реальные показатели финансового состояния лизинговой компании как на настоящий момент времени, так и прогнозные данные.

4. Основные структурные подразделения лизинговой компании, включая руководство, являющие объектами учетно-аналитической системы.

5. Механизмы обратной связи между результирующим учетно-аналитическим информационным потоком и элементами системы, генерирующими входящий информационный поток. Предложенные механизмы обратной связи позволяют оперативно влиять на деятельность лизинговой компании путем предоставления напрямую коммерческому и финансовому отделам учетно-аналитической информации в виде управленческого финансового отчета об изменении финансового состояния компании при появлении или изменении управляемого ими лизингового проекта в режиме on-line, так и путем предоставления информации руководству в виде управленческой финансовой отчетности для подготовки соответствующих управленческих решений.

6. Механизм верификации как первичных данных, так и результирующих данных, полученных в управленческой финансовой отчетности с данными бухгалтерской финансовой отчетности, служащий инструментом контроля за первичными данными и за показателями, полученными в управленческой финансовой отчетности.

Построение учетно-аналитической системы управления в организации является весьма трудоемким процессом и может отнимать много времени. Использование программного обеспечения уменьшает время, затрачиваемое на разработку. Однако в разных отделах компании, как правило, стоит разное программное обеспечение, которое в большей степени удовлетворяют потребностям конкретного направления работы. Бухгалтерия использует в работе одну программу, менеджеры совершенно другую, вследствие чего возникают проблемы с обменом данных, их дублирование и несовпадение. Одной из целей создания учетно-аналитической системы управления предприятием является преодоление таких проблем путем объединения данных о работе всех отделов организации в единой информационной системе.

Для организации учетно-аналитической системы управления в лизинговой компании нами предлагается использовать программу автоматизированного бухгалтерского учета 1С. Использование бухгалтерской системы учета как единой базой данных объясняется тем, что именно на основе бухгалтерских данных руководитель, во-первых, оценивает и анализирует работу компании по факту. Во-вторых, обеспечивает себя релевантной информацией для принятия оперативных, локальных управленческих решений. В-третьих, применяет для нахождения инструмента финансового контроля подчиненных, менеджеров разного рода центров финансовой ответственности. При этом вся информация должна обладать такими качествами как простота, понятность, своевременность, достоверность, компактность, уместность. В случае автоматизации учетно-аналитической системы управления схема взаимодействия отделов будет иметь следующий вид (рис. 2):

Рис. 2. Автоматизация учетно-аналитической системы управления в лизинговой компании.

Организация единой автоматизированной информационной базы данных является достаточно трудоемким процессом, требующим финансовых вложений, однако, выгоды от ее применения приводят к тому, что многие предприятия инвестируют средства в ее создание и дальнейшее развитие.

В настоящее время большинство лизинговых компаний уделяет достаточное внимание организации деятельности сотрудников, и это оправдывает ожидания собственников и директоров лизинговых компаний.

Процесс согласования и учета лизинговой сделки является одним из самых важных организационных моментов в лизинговой компании. Для решения поставленных задач в организации действия всех сотрудников должны быть скоординированы — от директора до менеджера отдела и бухгалтера.

Типовая организационная схема согласования и учета лизинговой сделки представлена на рис. 3.

Однако главными недостатками типовой схемы согласования и учета лизинговых сделок, представленной на рис. 3, на наш взгляд, являются: во-первых, отсутствие какой-либо прогнозной информации о влиянии заключаемой сделки на финансовый результат компании; во-вторых, отсутствие механизма обратной связи между отделами компании.

Несмотря на фактическое наличие данных о лизинговых платежах, которые должны поступить на счета лизинговой компании от лизингополучателей в ближайшем будущем, эта информация нигде не отражается, что значительно снижает эффективность принимаемых управленческих решений.

Но поскольку лизинговая деятельность связана со среднесрочным и долгосрочным инвестированием средств, то в финансовом и коммерческом отделах всегда имеются данные по портфелю заключенных договоров на продолжительный период времени (фактически до конца действия договора лизинга). Таким образом, мы знаем общую сумму лизинговых платежей, которая должна поступить на счет лизинговой компании, то есть будущий доход лизинговой компании. В расходы лизинговой компании попадают затраты, включенные в лизинговый платеж и иные расходы. Располагая информацией о расходах и доходах, а также статистикой по иным расходам (ФОТ, аренда и прочее), которые можно отнести к условно-постоянным расходам, мы можем прогнозировать финансовый результат лизинговой компании, дополнив имеющиеся данные бухгалтерского учета.

Предложенная на рис. 1 учетно-аналитическая система управления, аккумулирующая необходимые для анализа данные в специальную базу данных, которая пополняется по мере формирования коммерческим отделом лизинговой компании лизингового портфеля, позволяет организовать работу менеджеров в нужном для компании русле,

Рис. 3. Типовая организационная схема согласования и учета лизинговой сделки.

1. Коммерческий отдел лизинговой компании собирает информацию о текущем финансовом состоянии лизингополучателя, формирует предварительный график лизинговых платежей.
2. Коммерческий отдел передает информацию о финансовом состоянии лизингополучателя в финансовый отдел (отдел анализа) для проведения анализа финансового состояния лизингополучателя.
3. На основании пожеланий лизингополучателя, себестоимости лизинговой сделки, а также на основании финансового анализа состояния самого лизингополучателя принимается решение о принципиальной возможности финансирования данной лизинговой сделки, а также о возможности формирования того или иного графика лизинговых платежей. При этом график принципиально должен учитывать деятельность лизингополучателя, например, такие явления как сезонность в бизнесе, отсрочки по платежам и т.д.
4. Информация о графике, согласованном лизинговой компании, передается клиенту и подписывается (при акцепте сделки им) лизинговый договор с согласованным графиком.
5. Данный договор передается в бухгалтерию лизинговой компании, которая осуществляет учет данной операции.

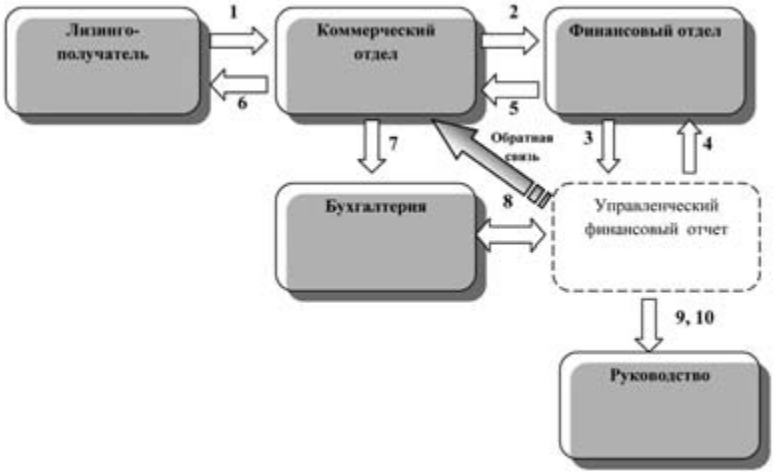

Рис. 4. Организационная схема согласования и учета лизинговой сделки согласно учетно-аналитической системе управления.

1. Коммерческий отдел лизинговой компании собирает информацию о текущем финансовом состоянии лизингополучателя и составляет предварительный график лизинговых платежей.
2. Коммерческий отдел передает информацию о финансовом состоянии лизингополучателя в Финансовый отдел (отдел анализа) для проведения перспективного анализа финансового состояния лизингополучателя. На основании пожеланий лизингополучателя, себестоимости лизинговой сделки, а также оценки финансового состояния самого лизингополучателя принимается решение о принципиальной возможности финансирования данной лизинговой сделки, а так же о возможности формирования того или иного графика лизинговых платежей. При этом график должен учитывать особенности деятельности лизингополучателя, например, такие явления как сезонность, отсрочки по платежам и другие факторы.
3. Полученный график попадает в учетно-аналитическую систему, где происходит анализ его влияния на финансовый результат компании.
4. На основании полученного прогноза финансового результата, полученного в п.3, финансовым отделом принимается принципиальное решение о возможности финансирования и о форме графика лизингового платежа. При необходимости он корректируется в целях управления финансовым результатом лизинговой компании.
5. Предоставляется график лизинговых платежей, и рекомендации по форме графиков лизинговых платежей планируемых к заключению. Кроме того, формируется задание для поиска клиентов, удовлетворяющих определенным критериям для формирования определенного финансового результата согласно поставленным целям в пункте 10.
6. Информация о графике согласованном лизинговой компании передается клиенту и подписывается (при акцепте сделки им) лизинговый договор с согласованным графиком.
7. Информация по сделке передается в бухгалтерию для учета. Формируется бухгалтерский баланс.
8. В отчетные периоды данные из баланса верифицируются с данными управленческого учета.
9. Информация о полученном финансовом результате с учетом заключенных и планируемых к заключению лизинговых договоров предоставляется руководству. Провидится перспективный анализ финансового состояния организации.
10. Принимаются решения от руководства по планируемым показателям, принимаются решения о структуре портфеля.

четко распределив потоки учетно-аналитической информации в соответствии с организационной структурой лизинговой компании.

Согласование лизинговой сделки и ее учет в лизинговой компании согласно предложенной автором учетно-аналитической системе представлено на рис.4.

Принципиальным отличием предложенной организационной схемы работы является не только наличие перспективной информации по лизинговой сделке и ее структуре в управленческой отчетности, но и возможность обратной связи. Наличие обратной связи с коммерческим отделом позволяет управлять формированием портфеля, учитывая при формировании каждого графика лизинговых платежей не только интересы лизингополучателя, но и интересы лизинговой компании. Таким образом, на коммерческий отдел возлагается ответственность по заключению выгодных в отношении формирования прибыли лизинговой компании контрактов.

На наш взгляд, предложенная учетно-аналитическая система является весьма перспективным звеном в управлении лизинговой компанией, так как при возникновении обратной связи менеджеры получают достаточно четкие цели к достижению. Естественно менеджер лизинговой компании не может повлиять на кредитные ставки в банках или стоимость имущества на рынке, однако, он может корректировать такие немаловажные параметры сделки как срок, вид графика лизинговых платежей, сумму аванса.

Система управленческого учета в лизинговой компании должна быть настолько высоко организована, чтобы обеспечить достаточно высокую вероятность принятия правильного управленческого решения. На наш взгляд, построение учетно-аналитической системы управления в лизинговой компании должно обеспечить:

— повышение качества данных управленческого учета в лизинговой компании в соответствии с выделенными основными критериями качества как оперативность и аналитичность информации;

— планирование и анализ исполнения плана работы лизинговой компании;

— координацию и коммуникацию между отделами внутри лизинговой компании.

Организация учетно-аналитической системы, учитывающей особенности лизинговых отношений, а также особенности бухгалтерского учета лизинговых операций помогает обеспечить за счет качества управленческих решений ликвидность, конкурентоспособность и эффективность деятельности лизинговой компании. Также следует отметить, что данная система должна являться экономически обоснованной системой, затраты на эксплуатацию которой во много раз меньше эффекта получаемого от ее использования. РИСК

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 29.10.1998, №164–ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)»;
2. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учеб. Для вузов. — М.: Экономиста, 2004. — 638 с.
3. Киркоров А.Н. Управление финансами лизинговой компании. -М:»Альфо-Пресс».2006.-164 с.
4. ХорнгренЧ., Фостер Дж.. Датар Ш. Управленческий учет, 10-е изд./СПб.: Питер, 2008 — 302 с.

Е. Гашева,
аспирант кафедры бухгалтерского учета,
Саратовский социально-экономический институт (филиал)
РЭУ им. Г. В. Плеханова

Методика создания информационной основы внутрифирменных стандартов для контроля над экспортными операциями

Аннотация: одной из проблем осуществления аудиторской деятельности является развитие методологических основ разработки стандартов аудита. В настоящей работе рассмотрены порядок разработки стандартов аудиторской деятельности для контроля над экспортными операциями и единства их структуры.

Ключевые слова: экспортные операции, внутрифирменные аудиторские стандарты, контроль внешнеэкономической деятельности.

Annotation: one of the problems of implementation of audit activity is a development of methodological bases of working out audit standards. The order of working out standards of auditor activity for control over export operations and unities of their structure are analyzed in the present research.

Keywords: export operations, intra firm standards, control of foreign economic activity.

Важным элементом институционального механизма обеспечения качества аудиторской деятельности является стандартизация. Для аудиторских услуг стандартизация процедур является обязательной и закреплена российским законодательством. Единые требования к проведению и оформлению результатов аудита для всех российских аудиторских организаций устанавливают Федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности.

Аудиторские стандарты формируют единые основные требования к процедуре планирования, проверки, составления аудиторского заключения, в которых определены нормы качества и надежности аудита. На базе аудиторских стандартов формируются программы для подготовки аудиторов, а также требования для проведения экзаменов на право заниматься аудиторской деятельностью.

Однако для эффективной организации аудиторской деятельности применения только федеральных стандартов недостаточно — они нуждаются в более подробной детализации конкретных действий, приемов, способов и процедур, применяемых в аудиторской организации. Поэтому аудиторским организациям необходимо разрабатывать внутренние аудиторские стандарты. Их применение в аудиторских организациях позволяет повысить качество оказываемых услуг, уменьшая при этом временные затраты, позволяет снизить аудиторский риск, обеспечивает доказательную базу при разрешении конфликтов с третьими лицами, организует работу ассистентов, обеспечивает взаимозаменяемость специалистов, позволяет эффективно и своевременно повышать их квалификацию.

Другим важнейшим элементом институционального механизма обеспечения качества аудиторской деятельности является построение системы обеспечения качества аудита в аудиторской организации. Система обеспечения качества аудита выполняет следующие основные функции управления в аудиторской организации: информационное обеспечение, анализ, планирование, организацию оперативного управления и представляет собой накопление, преобразование и использование информации для достижения оптимальных результатов деятельности.

Аудиторские стандарты группируются по следующим группам, отраженным на рисунке 1.

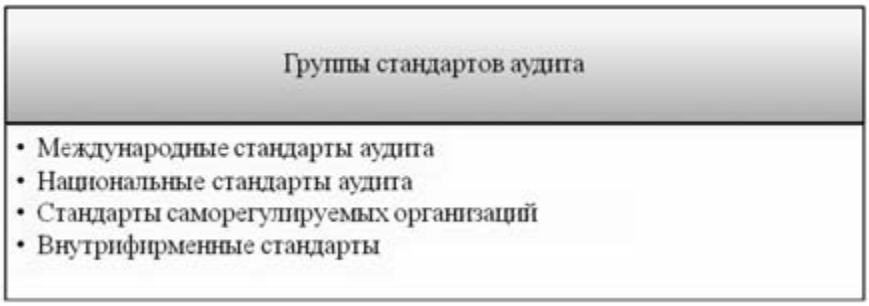

Рис. 1. Группы аудиторских стандартов.

Несмотря на большую значимость стандартов в развитии аудиторской деятельности, на сегодняшний день определение стандарта аудита не сформулировано.

Характеристика стандартов приведена в таблице 1.

С нашей точки зрения, к недостаткам порядка разработки проектов стандартов также следует отнести:

— отсутствие порядка внесения изменений в программу разработки стандартов аудиторской деятельности;

— отсутствие порядка контроля за выполнением программы разработки стандартов аудиторской деятельности;

Таблица 1.

Группа стандартов аудита

Наименование группы	Характеристика
Международные стандарты аудита	Разрабатывает Международный комитет по аудиторской деятельности. Формируют требования для аудиторских фирм различных стран, транснациональных компаний
Национальные стандарты аудита	Имеют место в развитых странах. В настоящее время в России из 34 Федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности осталось действующих 29. Также в 2010 — 2011 гг. введены 9 новых стандартов аудиторской деятельности. Федеральные правила (стандарты)аудиторской деятельности являются обязательными для аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов, за исключением положений, в отношении которых указано, что они имеют рекомендательный характер
Стандарты саморегулируемых организаций	Действуют в профессиональных аудиторских объединениях. Также имеются правила (стандарты) аудиторской деятельности аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов. Организации, добровольно вступившие в объединение, обязаны соблюдать требования данных стандартов
Внутрифирменные стандарты	Аудиторские организации и индивидуальные аудиторы вправе разрабатывать свои собственные правила (стандарты), которые основаны на национальных стандартах. Они имеют свой подход к выполнению различных действий аудитора, закрепляемых в аудиторской деятельности, которые не могут противоречить федеральным правилам (стандартам) аудиторской деятельности

— отсутствие порядка пересмотра стандартов аудиторской деятельности.

Специализированные внутренние аудиторские стандарты, как правило, носят бессрочный характер, их корректировка осуществляется в соответствии с изменениями законодательства.

Методика аудита содержит общий план и программу проведения аудиторской проверки экспортных операций. В ней указаны этапы и последовательность проведения аудита, определен характер проверки каждого проверяемого участка, перечислены используемые аудитором процедуры. Общий план и программа разрабатываются в соответствии с Федеральным правилом (стандартом) № 3 «Планирование аудита» и внутрифирменным стандартом «Планирование аудита».

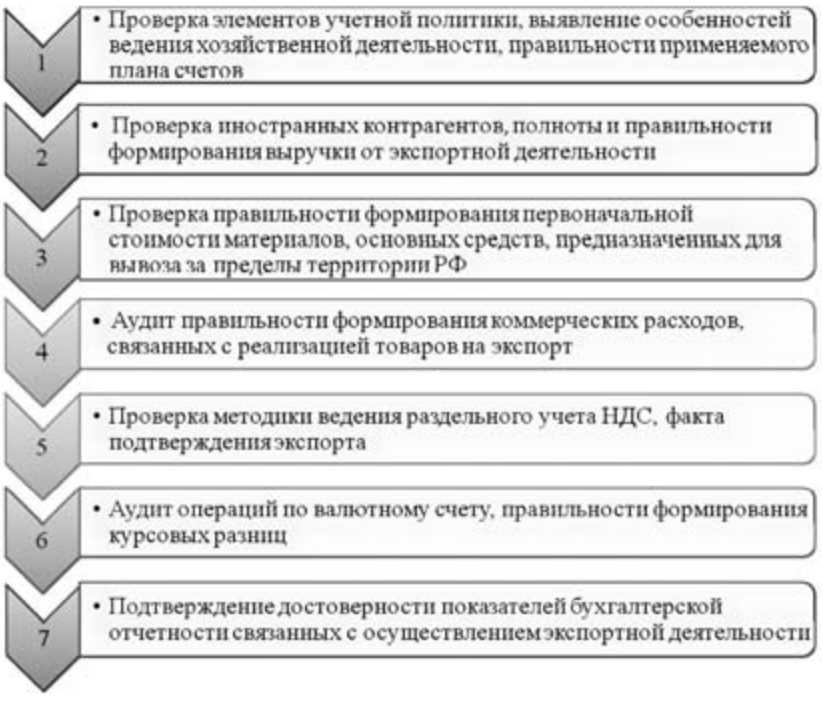

Рис. 2. Общий план аудита экспортных операций.

Общий план аудита приведем в виде совокупности последовательных этапов.

При рассмотрении вопросов создания внутрифирменных стандартов аудита было выявлено отсутствие в настоящее время единой методики ведения раздельного учета налога на добавленную стоимость по экспортным операциям. Так же не проясненным остается момент определения порядка и базы распределения НДС, правомерности включения в нее сумм общехозяйственных расходов. В данной связи актуальным является вопрос разработки аудиторскими фирмами собственного внутрифирменного стандарта, касающегося проверки организаций, осуществляющие экспортные операции, методики раздельного учета налога на добавленную стоимость.

Необходимость использования стандарта обусловлена следующими причинами:

— определением единых принципов и подходов к проведению аудита экспортных операций;

— установлением минимальных обязательных требований к аудиту экспортных операций;

— осуществлением внутрифирменного контроля аудиторской деятельности;

— установлением единых правил проверки соблюдения налогового законодательства и составления бухгалтерской отчетности организаций, осуществляющих экспортные операции.

Процесс разработки аудиторских стандартов включает в себя следующие основные этапы, представленные в таблице 2.

Результаты оценки системы внутреннего контроля позволяют определить ее слабые места и

Таблица 2

Стадии и этапы разработки стандартов аудиторской деятельности

Стадия	Этап
Планирование	1. Изучение практических проблем разработки 2. Разработка проекта программы стандарта 3. Рассмотрение заявки 4. Утверждение программы разработки
Процесс разработки стандартов аудиторской деятельности	1. Разработка проекта стандарта 2. Рассмотрение проекта стандарта 3. Доработка проекта стандарта 4. Утверждение и подпись стандарта
Мониторинг	1. Анализ выполнения программы разработки стандарта 2. Анализ актуальности и своевременности содержания стандарта 3. Формирование группы разработчиков изменений, вносимых в стандарты аудиторской деятельности 4. Внесение актуальных изменений в стандарт 5. Публикация новой редакции стандарта аудиторской деятельности

предположить о видах возможных ошибок, а, значит, и скорректировать программу аудита. Система внутреннего контроля должна оцениваться по шкале от 1 до 10, и быть единой при оценке экономических субъектов различных форм собственности. Схема формирования рабочих стандартов приведена на рисунке 3.

Порядок разработки предлагается следующим. Для наиболее качественного проведения проверки рассматриваемого направления деятельности аудиторским организациям целесообразно разработать специализированный внутрифирменный стандарт «Аудит организаций, осуществляющих экспортные ситуации». Данный стандарт должен соответствовать правилу (стандарту) аудиторской деятельности «Требования, предъявляемые к внутренним стандартам аудиторских организаций» (одобрено Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте Российской Федерации 20 октября 1999 г., протокол N 6).

Согласно данному стандарту наличие системы внутренних стандартов и ее методологического сопровождения — характерный признак профессионализма деятельности аудиторской организации. Внутренние стандарты аудиторских организаций должны содержать конкретные рекомендации, позволяющие аудиторам на практике определить четкий порядок своих действий при выполнении требований правил (стандартов) и в целях повышения качества аудиторских проверок.

Общие положения внутреннего аудиторского стандарта раскрывают цели разработки и необходимость использования стандарта, сферу его применения. Даются ссылки, раскрывающие взаимосвязь с другими стандартами, приводится срок действия данного стандарта.

Формирование методики аудита на предварительном этапе состоит из аудита изучения информации о проверяемом экономическом субъектес выведением предварительных критериев сложности предполагаемого аудита, изучения объекта аудита и возможного влияния различных факторов на него, позволяющего выработать научный подход к проблеме аудита.

Рекомендуемый внутрифирменный стандарт приведен в таблице 3.

В целях практической реализации описанного внутрифирменного стандарта аудита организация самостоятельно разрабатывает следующие приложения к стандарту:

— опросные листы оценки аудиторского риска;

— перечень показателей, на основе которых может быть выполнен краткий финансовый анализ проверяемой организации;

— список аудиторских процедур проверки основных экспортных операций;

— аудиторский файл по проверке полноты отражения выручки от осуществления экспортных операций;

— аудиторский файл по проверке методики раздельного учета налога на добавленную стоимость;

— аудиторский файл по проверке отражения в учете комиссионного вознаграждения посредникам.

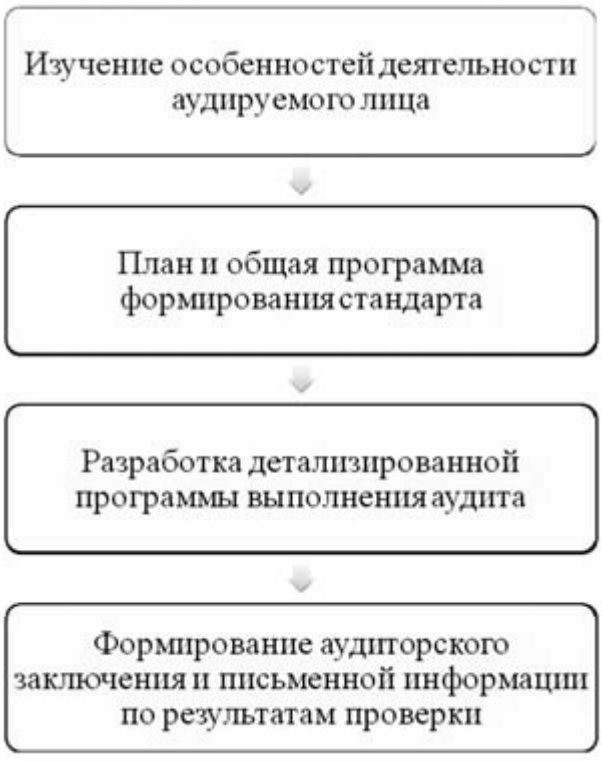

Рис. 3. Логическая схема формирования рабочих стандартов.

Таблица 3.

Внутрифирменный стандарт «Аудит организаций, осуществляющих экспортные ситуации».

Цель аудита	Выражение мнения аудитора о достоверности оборотов и сальдо по следующим счетам в финансовой (бухгалтерской) отчетности: — 90, субсчет 1 « Выручка от осуществления экспортных операций»; — 68, субсчет 2 « Налог на добавленную стоимость по экспортным операциям»; — 44, субсчет 1 « Коммерческие расходы по экспортной деятельности». По следующим строкам бухгалтерской отчетности: Бухгалтерский баланс: — дебиторская задолженность организаций-экспортеров; — дебиторская задолженность посредников и контрагентов; — кредиторская задолженность организаций-экспортеров; — кредиторская задолженность посредников и контрагентов. Отчет о финансовых результатах: — выручка от осуществления экспортных операций — всего; — затраты по заключению экспортных договоров. Отчет о движении денежных средств: — поступления денежных средств, полученные от покупателей по экспортным сделкам; — денежные средства, направленные на оплату вознаграждения посредникам за заключение экспортных договоров. Приложение к бухгалтерскому балансу: — дебиторская задолженность организаций-экспортеров; — кредиторская задолженность организаций-экспортеров.
Основные направления проверки экспортных операций	— заключения и отражения в учете договоров с иностранными контрагентами; — поступления авансов в счет предстоящей отгрузки продукции на экспорт; — взаимодействия организаций-экспортеров с посредниками.
Нормативное регулирование методики аудита	— Федеральныйзакон от 30.12.2008 N 307-ФЗ « Об аудиторской деятельности» ; — Федеральныеправила (стандарт) аудиторской деятельности, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 23.09.2002 N 696 (в ред. от 02.08.2010); — Федеральный стандарта аудиторской деятельности, утвержденными Приказами Минфина России от 24.02.2010 N 16н, от 20.05.2010 N 46н, от 17.08.2010 N 90н; — стандарт саморегулируемой организации (СРО); — внутренние стандарты аудиторской организации; — ГК РФ; — НК РФ; — прочие действующие законодательные и нормативные акты, регулирующие осуществление экспортных операций и их отражение в бухгалтерском и налоговом учете
Обязанности аудитора	— соблюдение общих принципов работы аудитора; — выполнение аудиторского задания качественно и своевременно, руководствуясь общим планом и программой аудита; — использование для тестирования организации бухгалтерского учета и внутреннего контроля типовые тесты; — применение общепринятых приемов и процедур аудита; — рассмотрение в качестве аудиторских доказательств учетные документы, бухгалтерскую, налоговую отчетность и прочую информацию; — соблюдение принципа объективности, следуя нормативным документам по осуществлению и отражению в учете экспортных операций; — оформление результатов аудита в форме типовых рабочих документов (формы типовых рабочих документов); — формулировка рекомендаций по совершенствованию принятого в организации бухгалтерского учета экспортных операций.

Аудиторский файл по проверке методики раздельного учета налога на добавленную стоимость

Вопрос	Степень соблюдения		Пояснения
	да	нет	
Наличие в учетной политике порядка ведения раздельного учета НДС	X		
Наличие рабочего плана счетов для учета экспортных операций	X		
Последняя дата отгрузки товаров на экспорт		X	
Выполнение и ведение методики раздельного учета сумм НДС		X	
Применяемый метод ведения раздельного учета НДС	X		
Соответствие применяемого метода действующему законодательству	X		
Включение общехозяйственных расходов в базу распределения при использовании метода затрат		X	

С целью повышения качества проверки рекомендуем составлять пополняемый перечень ошибок, допускаемым экономическим субъектом, существенно влияющих на достоверность бухгалтерский финансовой отчетности.

Завершающим этапом проведения проверки

будет являться прогнозирование аудитором возможного уровня ответственности за нарушение законодательства при осуществлении экспортных операций и влияние этого прогноза на мнение аудитора.

Применение единого стандарта при проведении аудита экспортных операций позволяет применить аудиторской фирме интеграционный подход к проверке, сформировать информационную основу аудита и повысить качество оказываемых услуг. РИСК

Библиографический список:

1. Правило (стандарт) № 3 «Планирование аудита» (в ред. Постановления Правительства РФ от 07.10.2004 N 532), утвержденное Постановление Правительства РФ от 23 сентября 2002 г. N 696.

2. Правило (стандарт) аудиторской деятельности «Требования, предъявляемые к внутренним стандартам аудиторских организаций» (одобрено Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте РФ 20.10.1999 Протокол № 6).

3. Лупикова Е. В., Павщук Н. Е. Учет и аудит внешнеэкономической деятельности: Курс лекций/ Под ред. Лупиковой Е. В., Павщук Н. Е. — Кнорус, 2009 г. 256 с.

4. Маренков Н. А., Веселова Т. А. Международные стандарты бухгалтерского учета, финансовой отчетности и аудита в российских фирмах / Подред. Маренкова Н. А., Веселовой Т. А. — Едиториал УРСС, 2005 г. 296 с.

5. Невешкина Е. А. Стандарты по аудиторской деятельности. Сборник нормативных акто / Под ред. Невешкиной Е. А.— М.: Омега-Л, 2014 г. 448 с.

6. Павленко И. В. Бухгалтерский учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности: Курс лекций/ Под ред. Павленко И. В. — Цифровая книга, 2011 г. 86 с.

7. Семенихин В. В. Внешнеэкономическая деятельность / Под ред. Семенихина В. В.— М.: Эксмо, 2012 г. 320 с.

Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ОАО «ИТКОР»)
www.itkor.ru

Семинары – это удобный вариант получить современные знания и навыки, которые будут носить не только теоретический, но, что особенно ценно, и практический характер.

Институт «ИТКОР» проводит семинары по направлениям:

■ Бухучет ■ Менеджмент ■ Налогообложение
■ Финансы ■ Маркетинг ■ Логистика

По окончании обучения выдается сертификат института ИТКОР

Контакты: 8 (499) 152-18-23
E-mail: seminar@ilimnou.ru

О. Наумова,
к.э.н., доцент кафедры
экономики и управления,
Поволжский государственный
университет сервиса

Подход к формированию интегративной модели образования, науки, бизнеса и власти в условиях разработки и реализации совместных проектов в научно-образовательной деятельности

Аннотация: в статье рассмотрены основные нормативно-правовые аспекты, формы, принципы, направления и функции субъектов интеграции образования, науки, бизнеса и власти.

Ключевые слова: интеграция образования и науки, практико-ориентированное обучение, сетевая форма, государственно-частное партнерство, социальное партнерство, функции и направления партнерства.

Annotation: the main normative and legal aspects, forms, principles, directions and functioning integration subjects of education, science, business and the power are considered in the article.

Keywords: integration, the practical -oriented training, forms, functions, partnership directions.

Интеграция науки, образования, бизнеса и власти является темой актуальных обсуждаемых вопросов совершенствования качества подготовки профессиональных кадров в структуре уровневого профессионального образования. Закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ[1] предусматривает:

— в статье 15 — сетевую форму реализации образовательных программ, которая должна обеспечить обучающемуся возможность получения образования при использовании ресурсов нескольких организаций, в том числе осуществляющих образовательную деятельность. В случае привлечения к сетевой форме реализации образовательных программ иностранных партнеров возникает необходимость международной академической мобильности;

— в статье 27 — возможность создания образовательными организациями среднего профессионального и высшего образования кафедр и иных структурных подразделений на базе организаций, осуществляющих деятельность, соответствующую профилю реализуемой образовательной программы, для организации практической подготовки обучающихся;

— в статье 72 — формы интеграции образовательной и научной деятельности в высшем образовании с целью повышения качества научных исследований, подготовки обучающихся, привлечения их к научно-исследовательской деятельности под руководством научных работников.

Основными формами интеграции закон определяет: проведение образовательными организациями научных исследований за счет грантов; взаимное привлечение персонала образовательных и научных организаций к участию в образовательной и научно-исследовательской деятельности; выполнение совместных научно-образовательных проектов и иных совместных мероприятий; создание научными и иными организациями в образовательных организациях научных лабораторий; создание образовательными организациями на базе научных и иных организаций кафедр для осуществления образовательной деятельности.

Кроме того, федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования по направлениям (специальностям) в разделе кадрового обеспечения предусмотрены нормативы привлечения к реализации образовательной программы лиц из числа практиков- руководителей, ведущих специалистов предприятий по профилю образовательной программы.

Введение образовательных программ «прикладного бакалавриата» усиливает требования к практико-ориентированному обучению при максимально возможном трудоустройстве выпускника на предприятии, являющимся базой практики, стажировки, обучения. И в этом кроется основной смысл реализации программ «прикладного бакалавриата». Рассматривая исторический аспект данной проблемы, Н.Н.Семенов[2] отмечает, что ранее действующая система распределения молодых специалистов была свидетельством интеграции образования и практики. По его мнению, сегодня отечественная система высшего образования в основном воспроизводит, или транслирует, знания, не развивая их существенно, что препят-

1 Российская Федерация. Законы. Об образовании в Российской Федерации [Текст]: Федеральный закон № 272-ФЗ от 29.12.2012 // Рос. газ. –2012, 31 декабря- № 5976.

2 Семенов Н.Н. Особенности и перспективы взаимодействия субъектов образовательной, научной и хозяйственной деятельности/Н.Н.Семенов//Проблемы интеграции образования, науки и бизнес-сферы в условиях новых вызовов глобальной экономики. Материалы международной конференции.-М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2013.-с.6-12.

ствует адекватной интеграции науки, производства и образования. Следует согласиться с Н.Н.Семеновым, что федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие функции по выработке государственной политики и нормативно-правового регулирования в сфере образования, лишь констатируют требования необходимости развития интеграционных процессов, не предоставляя механизмов их реализации.

Таким образом, вопрос интеграции образования, науки, бизнеса, государственных и общественных структур в настоящее время необходимо рассматривать в плоскости формирования реального механизма реализации. И основными результатами их взаимодействия должны стать:

— формирование неразрывно взаимосвязанных маркетинговых и логистических процессов управления образованием, наукой и бизнесом как объектом реализации современных знаний, умений, навыков (владений) выпускников различных уровней профессионального образования;

— повышение качества уровневого профессионального образования в условиях определения потребности общества в подготовке кадров;

— разработка профессиональных стандартов должностей и профессий, которые должны стать основой для формирования и совершенствования образовательных программ.

Рассматривая деятельность хозяйственных обществ реального сектора экономики с точки зрения взаимодействия маркетинга и логистики, В.И.Моргунов[3] отмечает, что у организации должен быть логистический ресурс, с помощью которого должны удовлетворяться потребительские запросы. Применительно к интегративным процессам образования, науки, бизнеса и власти этот принцип свидетельствует о необходимости обеспечения экономики квалифицированными кадрами как логистическим ресурсом при условии наличия потребности и минимальных издержек на подготовку. Это возможно лишь в случаях максимальной вовлеченности всех заинтересованных сторон в образовательный процесс с предоставлением и использованием различных видов ресурсов, позволяющих оптимизировать сроки и затраты на подготовку квалифицированных кадров.

Федеральным законом от 2 августа 2009 г. № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности»[4] еще в 2009 году были приняты положения по активизации создания при вузах хозяйственных обществ для организации работы обучающихся и выпускников под руководством преподавателей с целью:

— выполнения научно-исследовательских работ, тем самым, способствуя привлечению дополнительных инвестиций на развитие образования и науки;

— профессиональной адаптации обучающихся и выпускников путем работы на должностях, соответствующих профилю их образования, способствуя приобретению определенного стажа и опыта самостоятельной работы;

— повышения квалификации научно-педагогических работников за счет участия в выполнении научных исследований и приобретения навыков практической работы;

— получения экономической выгоды за счет коммерциализации результатов деятельности хозяйственного общества.

Особо следует отметить, что данный подход не получил должного развития в системе высшего образования по причине ограничения видов деятельности хозяйственных обществ, к которым отнесены разработка программ для электронных вычислительных машин, формирование баз данных, разработка изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау), являющихся собственностью вуза. На наш взгляд, расширение видов деятельности позволило бы развивать практически на базе каждой образовательной организации, прежде всего, комплекс деловых и профессиональных услуг, что, с одной стороны, не потребует значительных финансовых вложений в материально-техническую базу, с другой стороны, будет способствовать привлечению преподавателей, обучающихся, ведущих специалистов предприятий к взаимовыгодной реализации обозначенных выше целей сотрудничества.

Другой не менее важной задачей интеграции науки, образования, бизнеса, государственных и общественных структур является развитие механизмов общественной и профессионально-общественной аккредитации качества профессиональной подготовки выпускников, основой которых должна стать независимость оценки и взаимообогащение в развитии системы образования и общества с позиций теории общественного интеллекта.

Реализация данного концептуального направления требует формирования подходов к организационной структуре сообщества, призванного решать выше указанные задачи на принципах

3 Моргунов В.И. Корпоративная маркетингово-логистическая стратегия бизнеса, как конкурентное преимущество современного менеджмента/ В.И.Моргунов// Проблемы интеграции образования, науки и бизнес-сферы в условиях новых вызовов глобальной экономики. Материалы международной конференции.-М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2013.-с.13-20.

4 http://www.rg.ru/2009/08/04/int-dok.html

формирования партнерских отношений, которые могут быть проявлены в различных формах:

— в случае формирования взаимовыгодных условий извлечения прибыли при среднесрочном и долгосрочном взаимодействии государственных организаций и организаций бизнеса в решении общественно значимых задач, форм имущественно-финансовых отношений, привлечения в экономику частных инвестиций по результатам конкурсных процедур имеет место быть форма государственно-частного партнерства. Следовательно, формируя определенные условия для реализации механизма интеграции образовательной и научной деятельности, особенно при использовании ресурсов различных организаций, возникают элементы взаимодействия сторон, свойственные государственно-частному партнерству;

— в случае формирования системы взаимоотношений по вопросам согласования и регулирования трудовых и связанных с ними отношений на федеральном, межрегиональном, региональном, отраслевом, территориальном и локальном уровнях в форме коллективных переговоров, взаимных консультаций, участия в управлении и решении проблем имеет место быть форма социального партнерства.

Применительно к развитию интеграционных процессов в системе образования, науки и бизнеса, на наш взгляд, наиболее распространенной является форма социального партнерства, так как в этом альянсе преимущественно рассматриваются проблемы совместного формирования и реализации профессиональных образовательных программ, повышения их качества с целью соответствия выпускника образовательной организации определенной трудовой функции по должности, профессии, направлению (специальности), виду работы.

При формировании модели и механизма такой интеграции заслуживает определенного внимания опыт создания в 2009 году российскими вузами сервиса на принципах сетевого взаимодействия Национального научно-образовательного инновационно-технологического консорциума вузов сервиса, в который вошли 13 вузов России и ряд профильных предприятий. В 2014 году в Самарской области создан производственно-образовательный консорциум «Кадры XXI века», в который вошли Союз работодателей, Министерство экономического развития, инвестиций и торговли, Министерство образования и науки, Министерство труда, занятости и миграционной политики, торгово-промышленной палаты, федерация профсоюзов, государственный научно-производственный ракетно-космический центр «ЦСКБ-Прогресс» Самарской области, а также ряд образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования.

Таким образом, в нашем понимании, применительно к интеграции образования, науки, бизнеса и власти социальное партнерство представляет собой профессионально-образовательный комплекс общественных отношений, определяющих участие участников отношений в сфере образования в лице федеральных государственных органов, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, работодателей и их объединений, обучающихся и педагогических работников, организаций, осуществляющих образовательную деятельность, в совместной деятельности, направленной на создание условий для реализации прав граждан на образование, определение и удовлетворение потребности экономики в профессиональной подготовке кадров и научных исследованиях, разработке профессиональных стандартов должностей и профессий, образовательных программ и их совместной реализации.

Представленный нами подход к формированию социального партнерства в интеграционной модели образования, науки, бизнеса и власти позволяет распределить основные функций по управлению различными процессами сотрудничества:

— органы государственной и исполнительной власти, министерства и ведомства формируют условия для создания рабочих мест в соответствии с перспективными направлениями развития экономики региона, принятой программой стратегического развития и имеющейся потребностью в профессиональной подготовке кадров различных уровней;

— бизнес структуры, общественно-профессиональные ассоциации, союзы формируют профессиональные стандарты и профессиональные компетенции, участвуют в формировании и реализации образовательных стандартов и программ для решения проблем обеспеченности потребности в профессиональной подготовке кадров и совместном проведении научных исследований;

— образовательные организации среднего общего образования, организуя профильное обучение на старшей ступени, формируют профессионально ориентированный контингент абитуриентов;

— образовательные организации профессионального образования осуществляют подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров по направлениям (специальностям), по которым имеется потребность региональной экономики в профессиональных кадрах.

Таким образом, основными направлениями вовлеченности в интеграционный процесс развития образования, науки, бизнеса при участии власти должны стать:

— анализ спроса и предложения на профессиональную подготовку кадров, их прогнозная оценка на среднесрочную перспективу;

— изучение емкости рынка образовательных услуг, в том числе в разрезе направлений (специальностей) уровней профессиональной подготовки;

— изучение емкости потенциальных потребителей образовательных услуг, в том числе на период срока оказания образовательных услуг;

— изучение конъюнктуры рынка образовательных услуг и его сегментов в разрезе направлений (специальностей) профессиональной подготовки;

— оценка тенденций на рынке труда в соответствии со стратегическими направлениями развития региона, в том числе в разрезе видов экономической деятельности и направлений (специальностей) профессиональной подготовки кадров;

— конкурентоспособность образовательных организаций и оказываемых услуг;

— контингент обучающихся и выпускников по направлениям (специальностям) профессиональной подготовки, в том числе по курсам обучения;

— изучение занятости населения, в том числе по видам экономической деятельности, уровню образования, безработицы, в том числе в разрезе направлений (специальностей);

— сведения о трудоустройстве выпускников, уровне безработицы среди выпускников и ее причинах, в том числе в разрезе направлений (специальностей);

— требование работодателей к содержанию и качеству подготовки выпускников, действующие каналы распределения выпускников в соответствии с направлениями (специальностями) подготовки. РИСК

Библиографический список:

1. Российская Федерация. Законы. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности [Электронный ресурс]: Федеральный закон N 217-ФЗ от 2.08.2009 г.- Режим доступа: http://www.rg.ru/2009/08/04/int-dok.html.

2. Российская Федерация. Законы. Об образовании в Российской Федерации [Текст]: Федеральный закон № 272-ФЗ от 29.12.2012 // Рос. газ. –2012, 31 декабря- № 5976.

3. Моргунов, В.И. Корпоративная маркетингово — логистическая стратегия бизнеса, как конкурентное преимущество современного менеджмента [Текст]/ В.И.Моргунов// Проблемы интеграции образования, науки и бизнес-сферы в условиях новых вызовов глобальной экономики. Материалы международной конференции.- М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2013.-с.13-20.

4. Семенов, Н.Н. Особенности и перспективы взаимодействия субъектов образовательной, научной и хозяйственной деятельности [Текст]/ Н.Н.Семенов// Проблемы интеграции образования, науки и бизнес-сферы в условиях новых вызовов глобальной экономики. Материалы международной конференции.- М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2013.-с.6-12.

KTR-ONLINE.RU

логистика • маркетинг • аналитика

новости экономики, новости логистики, новости рынков,
аналитические материалы и статьи,
журналы по логистике и маркетингу, пресс-релизы,
интервью, мероприятия

И. Фирсова,
д.э.н., к.п.н., доцент,
профессор кафедры
корпоративного управления,
Финансовый университет
при Правительстве
Российской Федерации

Перспективы и реалии формирования социального партнерства между учреждениями образования и работодателями малого и среднего бизнеса при подготовке конкурентоспособного выпускника на рынок труда

Аннотация: в статье рассмотрены исторические аспекты формирования социального партнерства в сфере образования. Выявлены особенности развития социального партнерства в образовании, положительные партнерские отношения образовательных учреждений с работодателями. Рассмотрены модели социального партнерства, которые позволят, по мнению автора, формировать социально ответственное поведение работодателей в обмен на общественную поддержку его интересов. Определены проблемы и возможности социального партнерства образовательных учреждений с работодателями.

Ключевые слова: социальное партнерство, работодатель, образовательная организация, рынок труда, компетенции.

Annotation: the article discusses the historical aspects of the formation of social partnership in education. The features of the development of social partnership in education , its positive partnerships with employers, educational institutions . The models of social partnership, which will , in my opinion , to form a socially responsible behavior by employers in exchange for public support of his interests . Identified challenges and opportunities of social partnership with employers, educational institutions.

Keywords: social partnership , employer, educational organization , labor market competence.

Исторически социальное партнерство возникло из потребности общества смягчить противоречия между трудом и капиталом, между предпринимателями и наемными работниками. По мере своей институционализации в обществе социальное партнерство стало охватывать более широкий круг социальных взаимодействий, способствуя достижению компромисса между субъектами экономических, политических, социальных и прочих отношений, и выражать общественную необходимость социального консенсуса как одного из основных условий политической стабильности и экономического прогресса.

Теоретические направления развития понятия «социальное партнерство» можно отнести к возникновению в социологической науке понятия «социальный институт»[1]. В социологии сформировалось два подхода к раскрытию понятия социального института. В первом случае упор делается на функции и нормативно-поведенческую сторону этого социального образования. Значит, основным его атрибутом считаются устоявшиеся модели, образцы поведения и социальных отношений, основанные на совокупности норм или правил.

Этой позиции придерживается большинство западных социологов. Так, Герберт Спенсер, признанный основоположник концепции социальных институтов, рассматривает их как структурные элементы общества и управления и убежден, что институты делают возможной совместную жизнь людей и их сотрудничество, приспосабливая несоциального по своей сути человека к жизни в обществе, причем каждый из институтов призван удовлетворять определенные общественные и личные потребности и выполнять соответствующие функции[2]. М. Вербер делает акцент на том, что в институтах воспроизводятся социальные связи, регулируемые нормами, содержание которых устанавливается обществом в целях удовлетворения потребностей членов общества[3]. Э. Гидденс подчеркивает такие важные функции социальных институтов, как «цементирование» общественной жизни и установление общих соглашений, обеспечивающих преемственность поколений[4]. Можно также говорить об особых взглядах на данный вопрос таких зарубежных ученых как: Т. Веблен, Т. Парсонс, Д.Н. Смелзер, Дж. Хоманс, П. Штомпки.

В отечественной социологии нормативно-поведенческий подход к определению социального института также имеет место, но он, как правило, в процессе анализа дополняется какими-либо характеристиками, отражающими материальную и организационную стороны деятельно-

1 Первоначально возник термин «институт» (учреждение, установление, устройство), который был заимствован социологами из правоведения, где он означает совокупность юридических норм, регулирующих определенную группу общественных отношений одного порядка. Например, институт собственности, наследования, налогов, социальной защиты, страхования и т.д. См.: Социологическая энциклопедия: В 2 т. //Национальный общественно-научный фонд. Т. 1. – М.: Мысль, 2003.

2 Кон И.С. Социологическая концепция Герберта Спенсера. //История буржуазной социологии XIX – начала XX века /Под ред. И.С. Кона. – М.: Наука, 1979. – С. 40–52.

3 См.: Вербер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – С. 537.

4 Гиддене Э. Социология. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – С. 362–391.

сти. Среди них: Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина, А.И. Кравченко, Г.Е. Зборовский, М.С. Комаров и др.

Сторонники более широкого определения социального института учитывают также его внешнюю (материальную) и деятельностную стороны. Этот подход стал более традиционным для отечественной науки и его можно взять за основу при определении сущности социального партнерства как социального института.

Социальное партнерство является условием и целью общественного развития. Оно является не только условием стабилизации социальных отношений, но и фактором развития общества, так как выступает механизмом согласования разнообразных интересов социальных субъектов в современном действии для достижения их собственных целей, которые в том числе могут быть ориентированы на изменения. Как справедливо подчеркивают В.Н. Киселев и В.Г. Смольков, «социальное партнерство — не только средство стабилизации политического и экономического развития. Это еще и инструмент изменений в обществе…»[5]

Установление определенного уровня партнерских отношений во всех сферах жизнедеятельности общества — это объективная потребность различных сил, имеющих свои интересы в общественной жизни.

В современной науке можно выделить два основных подхода к трактовке социального партнерства. В широком смысле оно понимается как специфический вид общественных отношений между профессиональными, социальными группами, слоями, классами, их общественными объединениями, органами власти и бизнесом. В узком смысле слова — как вид социально-трудовых отношений между органами государственной власти, работодателем и трудовым коллективом[6].

В современной науке и практике превалирует подход к социальному партнерству, который рассматривается преимущественно как технология регулирования социально-трудовых отношений в организациях[7]. Однако в последнее время стал проявляться научный интерес к социальному партнерству как к условию развития различных сфер общественной жизни, а также как к фактору социальной интеграции общества в целом[8].

Можно согласиться с точкой зрения Осипова Е.М., что «социальное партнерство — это особый тип социальных отношений между субъектами власти, бизнеса, профессиональными, социальными группами, общественными организациями и населением, ориентированный на согласование разнообразных интересов и целей этих социальных субъектов в современном действии, а также на создание условий для воспроизводства человеческого капитала, решения социально значимых вопросов в социумах различного уровня и консолидации общества»[9].

В целом социальное партнерство необходимо рассматривать как один из основных институтов в обществе, главной функцией которого является согласование разнообразных индивидуальных и групповых интересов.

Методологическая основа социального партнерства. В качестве методологической основы социального партнерства правомерно, на наш взгляд, использовать подход российских ученых М.С. Комарова и А.М. Яковлева, которые выделяют три необходимые стороны деятельности социального института:

1) наличие специфических социальных норм, регулирующих соответствующие типы поведения;

2) интеграция партнерства не только в социально-политическую, но и идеологическую и ценностную структуру общества, что позволяет легитимировать социально-правовую основу его деятельности;

3) наличие материальных средств, обеспечивающих успешное выполнение нормативных предписаний;

4) наличие условий позволяющих осуществлять социальный контроль[10].

Рассмотрим каждую из сторон применительно к социальному партнерству.

Социальные нормы могут быть сформулированы в виде принципов или правил поведения, например:

- ♦ равноправие партнеров,
- ♦ уважение и учет интересов всех субъектов социального партнерства;
- ♦ участие субъектов социального партнерства в договорных отношениях;
- ♦ свобода выбора при обсуждении вопросов, входящих в сферу социального партнерства;
- ♦ добровольность принятия обязательств;
- ♦ контроль за выполнением принятых коллективных договоров и соглашений;
- ♦ ответственность субъектов социального партнерства и их представителей за выполнение или невыполнение обязательств, договоров и соглашений;
- ♦ содействие государства в управлении и развитии социального партнерства на демократической основе.

---

5 Киселев В.Н., Смольков В.Г. Социальное партнерство в России. – 2-е изд. – М.: Экономика, 2002. – С. 11.

6 Осипов Е.М. Институт социального партнерства как фактор развития малого бизнеса в России. – М.: Изд-во Московского университета, 2012. – С. 60. – Серия «Научные исследования».

7 См.: Киселев В.Н. Российская модель социального партнерства (теоретико-концептуальный аспект). – М.: АТиСО, 2008.; Шулус А.А. Социальное партнерство – российская модель. //Социальное партнерство. 2007. № 2. С. 37.

8 См.: Либоракина М., Флямер М., Якимец В. Социальное партнерство. Заметки о формировании гражданского общества в России. – М.: Школа культурной политики, 1996; Михеев В.А. основы социального партнерства: теория и политика: Учебник для вузов. – М.: Экзамен, 2001.

9 Осипов Е.М. Институт социального партнерства как фактор развития малого бизнеса в России. – М.: Изд-во Московского университета, 2012. – С. 61. – Серия «Научные исследования».

10 Российский энциклопедический словарь. /Под общ. ред. акад. РАН Г.В. Осипова. – М.: ИГ «Норма:Инфра-М», 2005. – С. 157-158.

Несоблюдение названных принципов приводит к дисфункции института социального партнерства.

Социальное партнерство в социально-политической структуре общества можно рассматривать в двух позиций. С одной стороны, как механизм бесконфликтной реализации политических интересов индивидов, социальных групп, способствующих переходу от политического противостояния к политическому консенсусу. С другой стороны, партнерство должно выступать как приоритет к стратегической цели государственного управления.

Позиция социального партнерства может выступать альтернативой в либеральной идеологии, основанной на признании господства интересов собственника, предпринимателя, работодателя, базирующейся на противостоянии интересов наемных работников и собственников средств производства.

Структура ценностной системы общества — это относительно системно устойчивая упорядоченная совокупность связей ценностей, которые отражают восприятие людьми реальности. Социальное партнерство как ценность имеет интегративную природу, так как в ее основе широкий круг разнообразных потребностей и интересов личности, социальных групп и общества.

Интеграция социального партнерства в социально-политическую, идеологическую и ценностную структуру общества позволяет узаконить его социально-правовые основы.

Наличие материальных средств и условий, обеспечивающих успешное выполнение нормативных предписаний и осуществление социального контроля, является третьей стороной деятельности любого социального института. Институт социального партнерства состоит из совокупности социальных субъектов — органов власти, бизнес-структур, общественных организаций и объединений, социально-профессиональных групп, объектов инфраструктуры и т.д., которые располагают необходимым для их деятельности материальными ценностями (здания, финансы и т.д.). Партнерские отношения материализуются также в договорах, соглашениях, протоколах о намерениях, декларациях и т.д., позволяющих осуществлять социальный контроль в этой сфере общественных отношений. Как институт социальное партнерство включает разветвленную сеть социальных взаимодействий, связей и отношений, основанных на конкретных принципах, правилах и образцах поведения.

И наконец, институт социального партнерства образует гигантскую систему, охватывающую совокупность статусов и ролей, социальных норм и санкций, социальных организаций, которые опираются на персонал, аппарат управления, особые процедуры и практики.

Функции социального партнерства определяются интересами социальных партнеров: представительство и защита интересов в той сфере общественных отношений, где оно формируется — труда, бизнеса, политики, культуры, социальной сферы и т.д.

Помимо традиционных, названных выше функций социальных институтов: интегративной, регулятивной, трансляции социального опыта, дифференцирующей и социального контроля, — социальное партнерство выполняет также собственные функции в обществе и отдельных сферах его жизнедеятельности:

— функция достижения компромисса, способствующая преодолению противоречий интересов социальных субъектов в конкретных условиях и достижению компромисса за счет согласования интересов в спорных вопросах;

— координирующая функция, направленная на координацию социальных взаимодействий социальных групп и общностей через совместные, взаимовыгодные, разумные уступки в их совместной деятельности;

— организационная функция, обеспечивающая организацию и реализацию на практике действенного механизма воплощения в жизнь принципов социального партнерства в отношениях между членами социума различного уровня;

— реформаторская функция, ориентированная на инициирование социальных изменений, а также разработку концепций, законов и программ социальных проблем и повышение качества жизни населения;

— активизирующая функция, создающая условия для реализации потенциальных возможностей, целей и задач социальных субъектов за счет их сотрудничества;

— функция социального мониторинга, обеспечивающая постоянное наблюдение за уровнем социальной напряженности между социальными субъектами, вовлеченными в систему социального партнерства.

Таким образом, социальное партнерство как социальный институт представляет собой устойчивое социальное образование, включающее совокупность лиц, групп и социальных организаций, исполняющих надлежащие роли, обладающих соответствующим статусом, имеющих материальные условия и средства, обеспечивающие их деятельность; систему партнерских типов поведения, взаимодействий, связей и отношений, основанных на конкретных принципах, нормах, правилах и образцах поведения; социально-ценностное ядро, выступающее ориентиром для партнерских отношений; переговорные и договорные процедуры и практики, выполняющие многообразные функции в обществе, направленные на обеспечение его стабильности, интеграции и развития. Становление и развитие институ-

та социального партнерства является длительным процессом, требующим детального изучения.

Особенности развития социального партнерства. Современный период развития общества характеризуется резким увеличением социальных проблем и усилением роли широкой общественности в поиске путей их решения. Изменяются социально-культурные нормы общения и взаимодействия, трансформируются или отмирают устаревшие образцы, рождаются новые модели. Одним из новых явлений российской общественной жизни становится социальное партнерство, которое получило признание с начала 90-х годов XX века.

Социальное партнерство в научной литературе рассматривается неоднозначно. Одни авторы рассматривают его как вид социально-трудовых отношений между органами власти, работодателем и трудовым коллективом. Другие авторы рассматривают социальное партнерство более широко, как специфический вид общественных отношений между социальными группами, классами, общественными объединениями, органами власти и бизнесом. Некоторые авторы представляют социальное партнерство в виде мировоззренческой основы согласования и защиты интересов различных социальных групп, классов, общественных объединений.

В последнее время все активнее участниками и инициаторами социального партнерства выступают учреждения культуры, которые способны оказывать ощутимое воздействие на эффективность проведения реформ в обществе, на консолидацию общественности для решения социально-значимых проблем. Подобный опыт учреждений культуры находит свое отражение в публикациях на страницах многих изданий, в сети Интернет. Рассредоточенность этой информации, отсутствие практических и методических рекомендаций обозначили необходимость исследования данной темы.

Социальное партнерство представляет систему отношений, обеспечивающих согласование и защиту интересов работников и работодателей, а также различных социальных групп, общественных объединений, органов государственной власти. На основе заключения договоров, соглашений, достигается консенсус по важнейшим направлениям социально-экономического и политического развития[11].

В настоящее время имеет место политическое, корпоративное, агентское партнерство, а также социальный диалог. В практику социального партнерства входит некоммерческое партнерство, которое реализуется некоммерческими организациями в рамках достижения социальных, благотворительных, и иных целей в удовлетворении нематериальных потребностей граждан, их интересов, защиты прав, разрешения споров и конфликтов, и оказания юридической помощи.

Важнейшими целями социального партнерства являются согласование и защита интересов различных социальных групп, слоев и классов, содействие решению актуальных экономических, социальных и политических задач, углублению демократии, формированию социального правового государства, открытого демократического гражданского общества.

Политика социального партнерства предполагает не только принятие решений на уровне социально-трудовых отношений, но и на уровне политических решений, в которых принимают участии общественных объединений, различные социальные группы, трудовые коллективы. Структуры власти выступают в основном как организаторы переговорного процесса.

Отношения социального партнерства предполагают учет интересов различных социальных групп, которые способствуют более эффективному содействию формирования устойчивого социально-экономического развития и политической стабильности общества.

Выступая на Гражданском форуме, Президент Российской Федерации В.В. Путин подчеркнул, что «без действительно партнерских отношений между государством и обществом не может быть ни сильного государства, ни благополучного гражданского общества: здесь нужен диалог на равных»[12].

Социальное партнерство по своей природе направлено на формирование согласия в обществе; на снижение напряженности во взаимоотношениях различных социальных групп; на политическую консолидацию органов власти.

Мировой опыт показывает, что преодоление социальных конфликтов в обществе, переноситься на рынок, и семью в частности. Только конструктивное взаимодействие различных политических и общественных сил способно обеспечить равные возможности для достойной жизни всех слоев общества.

В современных условиях понятие «социальное партнерство» заключается в формировании взаимодействий между государственными структурами власти, коммерческими и некоммерческими организациями. В рамках такого взаимодействия социальное партнерство возникает тогда, когда представители перечисленных участников партнерства начинают работать совместно, осознав, что это выгодно, каждой группе в частности и целом, обществу.

Такое взаимодействие, прежде всего, необходимо для решения социальных проблем.

11 Анализ эффективности. Сектор информации о культуре (СИК) [Электронный ресурс] –knowledge.allbest.ru/sciologi

12 Сектор информации о культуре (СИК) [Электронный ресурс] – //http://www.aonb.ru/depart/sik (режим доступа 07.05.2013)

Представители каждой из сторон социального партнерства по-разному понимают социальную ответственность и имеют разные возможности и ресурсы. Успех такого социального партнерства будет определяться развитием в обществе среднего класса, который должен расти.

По данным статистики, всего с января по сентябрь 2012 г. общий совокупный доход россиян составил 27 трлн. рублей. При этом среднемесячная начисленная заработная плата в сентябре 2012 года достигла 26,489 тыс. рублей. А средняя зарплата в российской системе образования в марте 2010 года составляла 13,5 тыс. рублей в месяц. В то же время, средний россиянин по-прежнему тратит деньги быстрее, чем растет его доход[13]. По данным за три квартала 2012 года величина прожиточного минимума в РФ составляла 6643 руб/месяц. Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума — 12,1 % (данные за январь-сентябрь 2012 г.)[14].

В обнародованном в октябре 2012 г. докладе Всемирного банка (ВБ) «Ведение бизнеса в России — 2012» отмечалось, что доля населения РФ, имеющего доходы ниже прожиточного минимума, сократится с 12,8% в 2011 г. до 12,2% в 2012 г. и 12,3% в 2013 г. По оценке ВБ, число бедных в РФ сократится с 18,1 млн человек в 2011 г. до 17,3 млн человек в 2012 г. и 17,5 млн человек в 2013 г.[15]

В рамках проводимого исследования, необходимо проанализировать особенности формирования социального партнерства между учреждениями высшего и среднего профессионального образования и работодателями малого и среднего бизнеса.

Особенности развития социального партнерства в образовании. Почему необходимо социальное партнерство в образовании? Этот вопрос все еще остается риторическим для многих в России. Социальное партнерство в образовании вызвано непрерывным процессом нарастания разнообразия в обществе. Если государство в лице министерства и соответствующих региональных комитетов отвечает за обеспечение единого образовательного пространства в стране (цели, задачи, стандарты) и предоставление системе образования необходимых ресурсов, то вряд ли государство может охватить всю сложность задач, потребностей, условий конкретных сообществ. Это особенно касается местных различий в отношении отраслевых пропорций в структуре рабочих мест, динамики молодежных групп риска, безработицы, экологических и исторических обстоятельств, различий в семейных условиях жизни детей и т.д. Эти обнаруживаемые различия привели во многих странах к гораздо большей свободе образования и вовлечению разнообразных институтов гражданского общества в жизнь школ, колледжей, институтов и университетов.

Логика необходимости широкого социального партнерства в образовании коренится и в современных теоретических взглядах на образование. Оно видится как один из социальных институтов, которому всегда были присущи тесные взаимосвязи и взаимообусловленность со всеми основными сферами социума — экономикой, социальной структурой, культурой и политикой. В отечественной социологии развивается концепция функций образования, в определенном смысле опережающая соответствующие разработки в зарубежной науке. Формулировки функций в этой концепции носят системный характер, обладают операциональностью и поддаются эмпирической интерпретации, а потому не только очерчивают области ответственности системы образования, но и яснее обозначают в ней дисфункциональные зоны и уточняют приоритеты отраслевого и макросоциального управления[16].

Социальное партнерство в образовании начало развиваться современной России несколько лет назад. Однако не всегда партнерские отношения могут иметь место между образованием и различными секторами общества[17]. На наш взгляд, новая система образования в России должна быть базирована именно на социальном партнерстве с работодателем. Строятся данные социальные отношения должны на следующих механизмах: сотрудничество; обмен идеями; формирование активной позиции в решении проблем в образовании; взаимодействие с родителями и т.д..

Можно выделить следующий ключевой момент социального партнерства, который в своей основе полагается на изучении социальных проблем, анализе сильных и слабых сторон партнеров, и инновационных путей их решения. На выявления и осознания социальных проблем необходимо понимание их социальной значимости. Важно осознание своей роли, статуса в социальном партнерстве, установление интересов каждой стороны участвующих партнеров, все это позволит сформулировать цели и задачи деятельности в рамках социального партнерства и даст кумулятивный эффект.

Необходимо отличать простое взаимодействие от партнерства в решении проблем. Социальное партнерство основано обычно на равноправном, долгосрочном и взаимовыгодном сотрудничестве сторон, разделяющих и стремящихся решить социальную проблему.

13 Фомченков Т. Зарплата в России выросла. //Российская газета 30.10.2012 [Электронный ресурс] – http://www.rg.ru/2012/10/30/zp-site.html (режим доступа 17.05.2013).

14 Росстат: В России осталось 17,2 млн бедняков. [Электронный ресурс] – РБК.ру. http://top.rbc.ru /economics/ 26/12/2012/838622.shtml (режим доступа 04.03.2013).

15 Доклад «Ведение бизнеса в России – 2012» [Электронный ресурс] – http: //russian.doingbusiness.org /~/media /FPDKM /Doing%20Business/Documents/Subnational-Reports/DB12-Sub-Russia-russian.pdf (режим доступа 14.03.2013).

16 Осипов А.М., Карстанье П. Социальное партнерство в образовании: ориентиры научного анализа //Образование и общество, 2008. – С. 108-115.

17 Марьин А. Социальное партнерство в образовании [Электронный ресурс] – http://www.proza.ru /2011 /01 /21/398. (режим доступа 14.04.2013).

В современных индустриальных странах, например Европейского союза (ЕС), организация систем общего и профессионального образования и выработка образовательной политики все больше опираются на динамичное социальное партнерство. Жизненная необходимость социального партнерства в образовании давно никем не оспаривается.

Общие описания структур социального партнерства в образовании по странам ЕС уже есть в нашей литературе. Выделяются типы и модели социального партнерства, но из них вовсе не вытекает убедительное решение о применимости тех или иных образцов иностранного опыта. Описательной информации оказывается явно недостаточно. Прежде всего, зарубежный опыт отнюдь не универсален, и требуется более глубокий его социальный и историко-сравнительный анализ.

В обсуждении данной проблемы редко учитывается зависимость партнерства от достигнутого в зарубежных странах уровня социальной интеграции. Во-первых, предстоит глубже освоить теоретические наработки зарубежных коллег по проблеме социального партнерства в образовании. Во-вторых, большое разнообразие ситуаций в современной России потребует привязки любой научно-практической разработки к условиям типичных региональных и локальных сообществ. Шаги российских ученых в этой проблематике носят пока недостаточный характер, но, бесспорно, заслуживают особой поддержки в рамках приоритетного национального проекта «Образование».

Исследования в области социального партнерства в образовании, проводимые западноевропейскими специалистами, позволяют выделить несколько ключевых параметров системы социального партнерства, от которых зависит устойчивость и социальная эффективность систем партнерства.

1. Уровень свободы в развитии образовательного учреждения. В основном «свобода» зависит от организационно-правовой формы образовательного учреждения. Важным фактором в проявлении свободы играет гибкость в принятии управленческих решений как на уровне образовательного учреждения, так и на уровне всей системы в целом. Если достаточной «свободы» нет, то социальные партнеры, (например заинтересованные гражданские организации, ассоциации работодателей), не найдут точек соприкосновении в их взаимодействии и развитии, что негативно влияет на оптимизацию содержания образования. Степень «свободы» образовательного учреждения является необходимой и существенной переменной, позволяющей ему адаптироваться к изменяющимся потребностям общества и местного сообщества.

2. Свобода выбора участников социального партнерства. Степень свободы выбора родителя, как участника социального партнерства, предопределяет осознанный характер и активность в поведении внешних социальных партнеров. От этой свободы зависит широта спектра взаимодействия партнеров их потенциал, а также стимулы, ведущие к адаптации, всех участников партнерства.

3. Дифференциация партнеров, в том числе и образовательных учреждений являются условием свободы выбора в рамках совершенствования их деятельности. При этом степень привлечения маркетинга в сферу образования стимулирует образовательное учреждение к развитию и совершенствованию. Так, вопросы развития профессионально-образовательных учреждений могут обсуждаться с участием гражданских организаций.

4. Способность образовательных учреждений к выработке собственной политики в рамках социального партнерства должны опираться на гражданские позиции, с учетом требований как работодателей, так и потребителей услуг. Если образовательное учреждение не подготовлено к обсуждению и выбору стратегии развития, совместно с партнерами, то может возникать опасность недостаточности ресурса и потенциала для перевода внешних влияний в свои стратегические цели и в собственные ресурсы и способности.

5. Финансирование образовательных учреждений должно гарантировать, определенную свободу в соответствии со своей политикой (миссией, программой и принципами развития) и потребностями. Собственные финансовые ресурсы образовательного учреждения — существенное условие для вовлечения внешних партнеров и определенной экономической поддержки их деятельности в интересах системы образования[18].

Представителей бизнеса, науки, менеджмента, профсоюзов в рамках социального партнерства могут принять на себя функцию за экспертизу учебных планов, программ и стандартов, что позволяет говорить о сертификации с точки зрения их соответствия требованиям рабочих мест в соответствующих отраслях[19].

Реформаторский подход прошлого столетия предполагал, что в сфере образования выстроиться новая система партнерства взамен практики шефских отношений. Однако в среде образовательного менеджмента стремление к выживанию оказывались сильнее чувства социальной ответственности, что привело к дефициту в подготовке рабочих. Это все привело к противоречию между контингентом высшего профессионального обра-

18 Осипов А.М., Карстанье П. Социальное партнерство в образовании: ориентиры научного анализа //Образование и общество, 2008. – С. 108-115.

19 Олейникова О.Н., Муравьева А. Социальное партнерство в сфере профессионального образования в странах Европейского союза. //Высшее образование в России. 2006. № 6.

зования и низкими показателями трудоустройства по полученной специальности. В рамках такого дисбаланса возникают различные эксперименты, позволяющие «взращиванию» партнерства «снизу» — на локальном отраслевом уровне. Спустя десятилетие можно говорить об устойчивости такого типа партнерства, но и они возможны, к сожалению, только в рентабельных отраслях хозяйства. Не каждый регион страны может сегодня говорить о наличии отлаженной системы социального партнерства в сфере образования.

О достижении социального эффекта партнерства в России пока говорить не приходится. Вероятно, в России, как это было и за рубежом, становление систем партнерства также займет не одно десятилетие, но общество и государство заинтересованы в том, чтобы стимулировать и корректировать этот процесс, тем более что он входит в число приоритетных национальных проектов. В рамках концепции развития России до 2020г ставиться основная задача — привлечение общественности к управлению развитием образования: «Наша новая школа».

Основная цель которой создание качественно нового уровня отношений по решению проблем развития образования всех заинтересованных субъектов, способных к достижению конструктивных соглашений, позволяющих выработать единую образовательную политику. Перемены в социально-экономической жизни, произошедшие в последние десятилетия, привели к существенным изменениям в системе образования. Расширилась сфера дополнительного образования. Все это обеспечило семье реальные возможности выбора вида образовательного учреждения и набора предоставляемых им образовательных услуг.

Анализируя состав и структуру семей, обучающихся детей, выясняется, что подавляющее число заинтересовано в том, чтобы дети получили качественное дополнительное образование, воспитание и развитие, в дальнейшем продолжили свое обучение в учебных заведениях высшего и среднего профессионального образования.

Образовательное партнерство как сотрудничество абсолютно равноправных учреждений-партнеров и как конструктивное объединение педагогов вокруг одного большого дела — создания условий для получения молодым человеком профессии, делающим при этом осознанный выбор с чувством осознанной ответственности, реально оценивая свой потенциал и перспективы социальной и профессиональной интеграции в современном обществе. Все стороны взаимодействия оговорены в договорах о совместной деятельности. Это дает право преимущества выпускникам вузов при поступлении по профилирующим специальностям на работу в организации малого и среднего бизнеса.

Безусловно, введение новых государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) третьего поколения вносит существенные коррективы во всю систему взаимодействий на российском рынке образовательных услуг. И в этой связи мы надеемся, что существующий опыт социального партнерства позволит учреждениям высшего и среднего профессионального образования развиваться на современном рынке образовательных услуг в соответствии с ожиданиями общества, государства и работодателей.

Таковы основные аспекты процесса становления и функционирования социального партнерства в сфере образования. Практически важно не только удержание в поле зрения управленческого персонала учреждений и органов образования отмеченных выше граней партнерства, но и создание достаточно чувствительной системы информации, помогающей регулярно анализировать состояние реальных и потенциальных партнеров, противоречия взаимодействий с ними, выбор путей и средств укрепления положения образовательных учреждений в конкретном сообществе.

В России проблемы социального партнерства начали официально обсуждаться и пропагандироваться с 1991 г., когда страна стала переходить к рыночной экономике, которая не может развиваться без системы социального партнерства. Трудовой кодекс РФ, вступивший в силу с 2002 г., открыл новую страницу в истории развития социального партнерства в России. Социальное партнерство в России появилось не как результат сложившегося многостороннего социального диалога, но было инициировано государством в русле общей стратегии реформирования общества. В 1991 г. Президентом РФ был подписан Указ «О социальном партнерстве и разрешении трудовых споров (конфликтов)», а в начале 1992 г. — «О создании Российской трехсторонней комиссии по урегулированию социально-трудовых отношений».

Можно утверждать, что законодательная база социального партнерства в РФ создана, но преимущественно в социально-трудовой сфере.

Сотрудничество в рамках социального партнерства предполагает:

— идет постоянный обмен информацией, данные согласуются по результатам действий и в ходе непосредственных социальных контактов;

— участники наблюдают друг за другом, корректируют свои действия, согласуют их с действиями других участников, вырабатывают правила взаимодействия;

— могут имитироваться и распространяться не самые эффективные институциональные формы;

— возникают устойчивые равновесия при неоптимальных условиях.

Согласование интересов сторон при социальном партнерстве возможно лишь при социальных взаимодействиях, основанных на соблюдении ряда правил: во-первых, каждый субъект социального партнерства имеет равные права и собственные полномочия независимо от масштабов деятельности и статуса; во-вторых, столкновение интересов сторон допустимо только в процессе переговоров, направленных на конструктивный диалог и завершающихся договоренностями; в-третьих, принятие обязательств носит добровольный характер, но принятые обязательства не могут быть сняты в одностороннем порядке; в- четвертых, стороны несут полную ответственность за невыполнение обязательств, договоров и соглашений; в-пятых, информация о деятельности в рамках социального партнерства является открытой и прозрачной[20].

Установление согласованного порядка на условиях социального партнерства с широким спектром социальных субъектов позволяет оптимизировать условия развития высшего и среднего образования, так как:

— правила игры и формы контроля согласуются и принимаются всеми социальными субъектами, вовлеченными в высшее и среднего образование;

— равноправие участников рынка обеспечивается не только нормативными актами и этическими нормами, но и добровольными соглашениями;

— повышается защищенность субъектов высшего и среднего образования от недобросовестной конкуренции;

— социальное партнерство способствует аккумуляции и совместному использованию информационных ресурсов;

— формируется общепринятая система ценностей и норм, на которые ориентируются в своем поведении субъекты высшего и среднего образования;

— оптимизируются условия деятельности субъектов высшего и среднего образования;

— распространяются эффективные институциональные формы социальных взаимодействий;

— повышается возможность активного участия предпринимателей в решении социальных проблем и вопросов социально-экономического развития территорий.

При наличии институциональных условий и соблюдении правил социального партнерства повышается эффективность развития высшего и среднего образования. Стираются препятствия для генерации новых идей, совершения научных открытий, создания новых образовательных программ; возникает необходимость искать инновационные комбинации факторов производства, эффективные технологии и пути повышения качества образования; формируются условия для снижения трансакционных издержек и повышения производительности труда для всех участников партнерства.

Это все дает стимул к освоению новых знаний, навыков, умений, видов деятельности; повышается заинтересованность субъектов высшего и среднего образования социальными проблемами, а также политикой и тенденциями социально-экономического развития территорий и т.д.

Социальное партнерство как институт включает в область своей деятельности социальные взаимодействия значительного количества субъектов, заинтересованных в согласовании собственных, групповых и общественных интересов. В сфере образования субъекты социального партнерства, по существу, образуют социальную, политическую и экономическую базу его развития, способствуя решению стратегических и тактических задач в этой области социально-экономических отношений.

Очень важным является какие модели социального партнерства возможно использовать при взаимодействии образовательных организаций и работодателей на образовательном рынке и рынке труда.

Первая модель — характеризуется активным вмешательством государства в регулирование трудовых отношений, наличием трех уровней партнерства: общенациональным, отраслевым, уровнем предприятия (Швеция, Финляндия, Норвегия, Бельгия).

Вторая модель — отличается тем, что является одноуровневой, так как коллективные договоры заключаются главным образом на уровне предприятий. При этом объединения предпринимателей и профсоюзов через своих депутатов в органах представительной власти оказывают влияние на законодательство, а через него — на отношения между партнерами (Япония, Канада, США, ряд стран Латинской Америки).

Третья модель — характеризуется тем, что социальное партнерство реализуется в основном на отраслевом уровне, тогда как на уровне страны в целом совместные соглашения трех сторон не принимаются, дело ограничивается консультациями, и то не вполне обязательными. На предприятиях коллективные договоры не заключаются, социально-трудовые отношения строятся на основе отраслевых соглашений (Германия, Австрия и др.).

При широком подходе к социальному партнерству и с учетом российской специфики развития бизнеса целесообразно использовать модель, в которой, во-первых, предполагается активное участие государства в регулировании

20 Фирсова И.А. Проблемы взаимодействия работодателя и выпускника Конъюнктура товарных рынков, М.: № 2, 2013. – С. 44-47

отношений социального партнерства, во-вторых, широкий спектр его субъектов. При этом в основе модели социального партнерства должен находиться следующий принцип — социально ответственное поведение предпринимателей в обмен на общественную поддержку его интересов, целей и действий[21].

В процессе организации социального партнерства между работодателем и образовательным учреждением возникает ряд проблем, о которых необходимо сказать. Первая проблема связана с необходимостью создания условий для институционализации социального партнерства через:

— создание информационной среды для обеспечения субъектов социального партнерства на различных уровнях информацией, позволяющей планировать и прогнозировать деятельность;

— формирование модели социально-ответственного бизнеса и культуры рыночных и партнерских отношений;

— развитие правовой, социальной и социокультурной среды с учетом долгосрочной перспективы существования данного института.

Вторая проблема заключается в том, что субъекты социального партнерства проявляют различную степень социальной ответственности, активности и количество положительных результатов, а главное — не «ориентированы на другого» и преследуют, прежде всего, собственные цели, не соблюдая принципа равноправия партнеров. И наконец, третья проблема, отражает процесс поведения и взаимодействия субъектов социального партнерства, которое часто не являются социально значимыми, и не образует устойчивые связи и отношения в единой системе (кластер), а сегментированы по точкам непосредственного соприкосновения в ходе решения оперативных, а не стратегических задач развития.

В новых условиях развития рынка образовательных услуг Министерство образования и науки намерено оценивать эффективность вузов по новым критериям. Чем больше выпускников остались безработными и встали на биржу труда, тем хуже для их вуза. По оценкам зам. министра А. Климова оценивать взаимоотношения системы образования и рынка труда необходимы через критерии, которые будут едиными для всех вузов. Дополнительные критерии, каждый свои, получат творческие, транспортные и военные вузы. Например, как абитуриенты сдают творческий экзамен[22].

Говоря о социальном партнерстве и особенно о кластере, необходимо учитывать интерес государства, который является одним из основных заказчиков на рынке образовательных услуг. Поэтому в институте социального партнерства государство выступает одновременно в двух ролях: как носитель публичной власти и как социальный партнер. Как носитель публичной власти государство обладает полномочиями, которые традиционно подразделяются на три ветви: законодательную, исполнительную и судебную. Государство принимает законы, которыми должны руководствоваться субъекты социального партнерства, легализует их правосубъективность, процедуры их взаимодействия. Оно обеспечивает исполнение законов посредством актов управления, контроля и надзора в сферах жизнедеятельности общества. Кроме того, оно имеет судебную систему, включающую в себя органы юрисдикции, которые участвуют в рассмотрении и разрешении экономических споров и иных дел, в том числе и трудовых конфликтов.

По мере институционализации социального партнерства в рамках национальной экономики и общества в целом спектр ролей государства расширяется: оно становится не только организатором, координатором, арбитром и гарантом выполнения соответствующих договоров и соглашений, но и полноценным участником социального партнерства, представляющим интересы общества.

В результате возможности социального партнерства многократно возрастают в сфере регулирования взаимоотношений между субъектами партнерства в малом и среднем бизнесе и обществом для оптимального распределения национального дохода, установления критериев и механизмов достижения социальной справедливости, а также создания оптимальных условий для воспроизводства рабочей силы и развития человека.

К тому же именно государство концептуально задает принципы и механизмы социального партнерства в разных сферах общества.

В сфере малого и среднего бизнеса это, с одной стороны, реализация государственных программ поддержки его развития, а также прямые субсидии, государственный заказ, совершенствование партнеров и регулирование отношений в этой сфере. С другой — это контроль над выполнением договоров и обязательств, в том числе и социальных.

Итак, роли и статусы субъектов социального партнерства в образовании существенно дифференцированы, а социальные взаимодействия имеют свои особенности, обусловленные разнообразием их интересов, целей, возможностей и степенью социальной ответственности перед обществом.

В рыночных условиях система профессионального образования вынуждена ориентироваться на социальное партнерство как форму взаимовыгодного сотрудничества образовательного учреждения и работодателя. Такое взаимодействие стоит и в задачах модернизации образования в концепции развитии России до 2020 г.[23]

---

21 Осипов Е.М. Институт социального партнерства как фактор развития малого бизнеса в России. – М.: Изд-во МГУ, 2012. С. 71-72.

22 Кампус. № 2(64) март 2013.

23 Концепция развития России.

Перспектива социального партнерства в сфере образования признана давно. Среди наиболее распространенных видов социального взаимодействия, можно выделить[24].

— попечительский совет (регламентирующий нормативный документ указ Президента РФ 1999 г. «О дополнительных мерах по поддержке общеобразовательных учреждений в Российской Федерации»;

— благотворительные фонды;

— спонсорство;

— кооперация — совместная деятельность на основе партнерских отношений;

— инвестиции.

Самое важное в социальном партнерстве является возможность ослабления и нивелирования противоречий между сторонами, обладающими различными интересами и стремящимися к различным целям. Чаще всего участниками социального партнерства выступают: государство, министерства и ведомства, службы занятости, ассоциации работодателей, ассоциации работников, образовательные учреждения, участвующие в подготовке кадров на рынок труда, родители др.

Социальное партнерство в образовании представляет собой конкретный тип взаимодействия образовательных учреждений с работодателями и другими участниками данного партнерства, нацеленными на максимальное согласование и реализацию интересов всех участников процесса подготовки выпускников, востребованных на рынке труда.

Укрепление связей с предприятиями и другим участниками открывают дополнительные возможности для образовательного учреждения, упрощает доступ к получению информации о рынке труда, помогает понять что необходимо работодателю в рамках содержания подготовки выпускника, упрощает процедуру корректировки учебных материалов и программ, отвечающих требованиям работодателя. Также расширяются возможности трудоустройства выпускников.

Положительные стороны социального партнерства учреждений среднего профессионального и высшего профессионального образования осуществляется на основе комплекса работ[25]:

1. Возможность проведения экскурсий на предприятия, что позволяет адаптировать студента к выбранной профессии, специальности, профилю. Проведенные экскурсии оказывают на студентов положительный эффект. Они видят другой мир, другие отношения, другое пространство. Полученная информация во время экскурсии вызывает психологическое ощущение единения, что создает необходимую основу межличностного общения.

2. Привлечение работодателей к учебному процессу, через чтение лекций, проведение семинаров, воспитательных мероприятий, позволяющий формировать образ «Я и профессиональный мир». На старших курсах такие встречи помогают выстраивать смысловое восприятие выбранного профиля подготовки, профессии, специальности. Реализация дисциплины «Введение в специальность» должна проводится, либо через экскурсии на рабочее место, либо через семинары, круглые столы с участием работодателя. В настоящее время, к сожалению, на данном курсе в основном студентам рассказывают правила поведения в учебном заведении и права и обязанности студентов.

3. Выстраивание теоретического курса приближенного к профессиональной деятельности помогает приблизить теоретическую составляющую образовательного процесса к условиям конкретного производства.

4. Проведение на предприятии «Урока на производстве» применяется, к сожалению, только в учебных заведениях среднего профессионального образования. Хотя данное направление неоценимо в рамках подготовки в профессиональной деятельности выпускника.

5. Проведение воспитательных и культурно-массовых совместных мероприятий работодателей и студентов очень важно в рамках социального партнерства, так как они формируют коммуникативные отношения, ознакомление с традициями производства.

6. Стажировка ППС и мастеров производственного обучения. Данное направление социального позволяет преподавателю специальных профессиональных дисциплин приблизиться к реалиям производства или профессиональной деятельности. Это позволит в рамках содержания специальных дисциплин сформировать знания, навыки, умения и компетенции, адекватные требованиям работодателя. Так, например если преподаватель на производстве стажируется и работает с новыми материалами, используя современные технологии, то и на занятиях он сможет объяснить технологии работы с новейшими материалами, применяемыми на предприятии. Если преподаватель математики, стажируясь на предприятии, видит применение своих расчетов на практике, то и для студентов он сможет раскрыть данный предмет и сформировать те необходимые компетенции, которые востребованы в настоящее время.

7. Проведение встреч руководства предприятия со студентами и выпускниками решает определенный ряд вопросов профессиональной подго-

24 Арасланова А.А.. Интеграция высшей школы в рыночную экономику региона в условиях построения информационного общества современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №12(20), 2012www.sisp.nkras.ru

25 Фирсова И.А. Рынок образования как сфера развития и взаимодействия предприятий малого и среднего бизнеса в рамках социального партнерства / И. А. Фирсова, С.В. Карпова, М.В. Коровушкина // Вестник Поволжского университета сервиса. Серия экономика. № 3(29), 2013. – С. 117-125

товки студентов. Данные встречи олицетворяют возможности карьерного роста. Знакомят со стратегией развития предприятия. Данные мероприятия необходимо проводить в рамках круглого стола.

8. Производственная практика студентов. Если она проводится на высоком профессиональном уровне, то она несет в себе много профессиональных возможностей для студента и работодателя. Практика в таких случаях позволяет применить и закрепить полученные знания, умения и навыки в процессе обучения. Практика включает студента в производственный процесс.

Однако кроме положительных сторон социального партнерства образовательных учреждений и работодателей существует и другая сторона, которая отражает отрицательные моменты. Проблемы социального партнерства образовательных учреждений и работодателя.

1. Устаревание знаний, умений и навыков. Безусловно, очень хороша взаимосвязь образования с производством, однако подготовка кадров осуществляется сегодня, но на рынок труда они выйдут только завтра. И поэтому, знания, умения и навыки, полученные в среднем профессиональном учреждении или ВУЗе могут просто устареть. Решение данной проблемы возможно, если предприятие понимает необходимость непрерывного взаимодействия образовательного учреждения и предприятия, т.е. образовательное учреждение становиться независимой образовательной структурой предприятия, поддержание состояния которой является насущной необходимостью. Когда работодатель заинтересован в повышении преподавателя, мастера производственного обучения и получения ими новых знаний в области внедрения новейших технологий в производственный процесс, за счет предприятия и частично за счет образовательного учреждения.

2. Проблема стажировки ППС актуальна. К сожалению, стажировка не проводится на реальном уровне. Часто предприятия, принимая преподавателей на стажировку, не дают им возможность полностью участвовать в производственном или технологическом процессе, что не дает эффекта. Поэтому именно в рамках образовательного кластера это будет возможно, так как и работодатель и преподаватель заинтересованы в конечном продукте — выпускнике, востребованном на рынке труда.

3. Следующей серьезной проблемой профессиональной подготовки в рамках социального партнерства являются противоречия между рамками ФГОС и запросами работодателей. С одной стороны существуют академические свободы, позволяющие возможное включение дисциплин по выбору. С другой стороны включение специальных дисциплин согласно ФГОС не всегда идет в соответствии требованиями работодателя. Решение данной проблемы возможно в том случае, если в формировании стандартов по профилям, специальностям и профессиям будут привлекаться работодатели.

4. Следующая очень серьезная проблема, это с одной стороны, отсутствие планирования объема подготовки выпускников адекватного запросам рынка. Пассивный характер мониторинга рынка труда, который сводится в основном к учету безработицы, определению миграции, высвобождения и трудоустройства работоспособного населения. С другой, работодатель также не знает, сколько ему необходимо работников соответствующей профессии, специальности, так как в 90% предприятием не разрабатывается перспективная стратегия развития в целом и кадровая политика в частности. Возникает дисбаланс между рынком труда и рынком образовательных услуг. Данная проблема усугубляется наличием противоречия между ростом потребности в специалистах и отсутствием её объективного прогноза. Данная проблема может решаться с одной стороны на уровне государства. С другой стороны в рамках образовательного кластера, где может иметь место целевой заказ, который будет регламентировать трудоустройство выпускников, что с одной стороны повысит качество подготовки самих студентов и с другой стороны родители будут ориентировать своих чад, на те специальности, которые востребованы на рынке труда. Так как в конечном итоге все родителя заинтересованы не только в обучении, но и в дальнейшем трудоустройстве. Ввести сертификацию выпускника на базе ряда образовательных учреждений, и аттестацию всех рабочих мест, начиная от рабочего и заканчивая руководителем, что позволит еще более тесному взаимодействию работодателя и образовательного учреждения. В числе экспертов могут выступать с одной стороны государство, с другой эксперты со стороны работодателя.

5. Следующая важная проблема в рамках подготовки кадров это привлечение работодателей к педагогическому процессу. Не всегда знающий технологический или иной процесс специалист может объяснить студенту. Поэтому очень важным в рамках социального партнерства выстраивание партнерских отношений между ППС и работниками предприятия в рамках передачи знаний одних другим и наоборот. Проведение семинаров на уровне ППС, круглых столов. Самый лучший выход проведение бинарных лекций, когда преподаватель вуза теорию подводит под практическую базу и дает слово работодателю (представителю предприятия). Такой подход на наш взгляд даст наибольший эффект. РИСК

Библиографический список:

1. Анализ эффективности. Сектор информации о культуре (СИК) [Электронный ресурс] –knowledge. allbest.ru/sciologi

2. Арасланова А.А.. Интеграция высшей школы в рыночную экономику региона в условиях построения информационного общества современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №12(20), 2012www.sisp.nkras. ruВербер М. Избранные произведения. — М.: Прогресс, 1990. — С. 537.

3. Гидденс Э. Социология. — М.: Эдиториал УРСС, 1999. — С. 362–391.

4. Доклад «Ведение бизнеса в России — 2012» [Электронный ресурс] — http: // russian. doingbusiness.org /~/media / FPDKM / Doing%20 Business/ Documents/ Subnational-Reports / DB12-Sub-Russiarussian.pdf (режим доступа 14.03.2013).

5. Киселев В.Н., Смольков В.Г. Социальное партнерство в России. — 2-е изд. — М.: Экономика, 2002. — С. 11.

6. Киселев В.Н. Российская модель социального партнерства (теоретико-концептуальный аспект). — М.: АТиСО, 2008.; Шулус А.А. Социальное партнерство — российская модель. // Социальное партнерство. 2007. № 2. С. 37.

7. Кон И.С. Социологическая концепция Герберта Спенсера. //История буржуазной социологии XIX — начала XX века /Под ред. И.С. Кона. — М.: Наука, 1979. — С. 40–52.

8. Либоракина М., Флямер М., Якимец В. Социальное партнерство. Заметки о формировании гражданского общества в России. — М.: Школа культурной политики, 1996; Михеев В.А. основы социального партнерства: теория и политика: Учебник для вузов. — М.: Экзамен, 2001.

9. Марьин А. Социальное партнерство в образовании [Электронный ресурс] — http://www.proza. ru /2011 /01 /21/398. (режим доступа 14.04.2013).

10. Осипов Е.М. Институт социального партнерства как фактор развития малого бизнеса в России. — М.: Изд-во МГУ, 2012. С. 71-72.

11. Осипов Е.М. Институт социального партнерства как фактор развития малого бизнеса в России. — М.: Изд-во Московского университета, 2012. — С. 60. — Серия «Научные исследования».

12. Осипов А.М., Карстанье П. Социальное партнерство в образовании: ориентиры научного анализа //Образование и общество, 2008. — С. 108-115.

13. Олейникова О.Н., Муравьева А. Социальное партнерство в сфере профессионального образования в странах Европейского союза. //Высшее образование в России. 2006. № 6.

14. Российский энциклопедический словарь. / Под общ. ред. акад. РАН Г.В. Осипова. — М.: ИГ «Норма:Инфра-М», 2005. — С. 157-158.

15. Росстат: В России осталось 17,2 млн бедняков. [Электронный ресурс] — РБК.ру. http://top. rbc.ru /economics/ 26/12/2012/838622.shtml (режим доступа 04.03.2013).

16. Сектор информации о культуре (СИК) [Электронный ресурс] — //http://www.aonb.ru/ depart/sik (режим доступа 07.05.2013).

17. Фомченков Т. Зарплата в России выросла. // Российская газета 30.10.2012 [Электронный ресурс] — http://www.rg.ru/2012/10/30/zp-site. html (режим доступа 17.05.2013).

18. Фирсова И.А. Проблемы взаимодействия работодателя и выпускника Конъюнктура товарных рынков, М.: № 2, 2013. — С. 44-47

19. Фирсова И.А. Рынок образования как сфера развития и взаимодействия предприятий малого и среднего бизнеса в рамках социального партнерства / И. А. Фирсова, С.В. Карпова, М.В. Коровушкина // Вестник Поволжского университета сервиса. Серия экономика. № 3(29), 2013. — С. 117-125

маркетинг и логистика

- новости
- аналитические материалы, статьи
- законодательство, нормативные акты, комментарии
- маркетинговые исследования

www.itkor.ru

С. Суздальцев,
заведующий сектором информационно-коммуникационного менеджмента,
НИИ истории, экономики и права

ЦИКМенеджмент как средство решения проблемы технологического отставания предприятий РФ

Аннотация: в статье обоснована решающая роль информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в создании и развитии современной коммерческой организации, показана слабость «советского» менеджмента по сравнению с ЦИКМенеджментом, доказана необходимость перехода от управленческой триады «отрасль экономики — знание/товар/услуга — инновационные ИКТ» к триаде «инновационные ИКТ — знание/товар/услуга — отрасль экономики».

Ключевые слова: ИКТ, организация, «советский» менеджмент, ЦИКМенеджмент, метод, принцип, триада, технология.

Annotation: the article argues that Information and Communications Technologies (ICT) play a leading role in creation and development of modern commercial organization. Also, it demonstrates the weakness of «Soviet» management in comparison with CICManagement and proves the necessity of moving from managing triad «industry — knowledge/product/service — innovative ICT» to the triad «innovative ICT — knowledge/product/service — industry».

Keywords: ICT, organization, «Soviet» management, CICManagement, method, principle, triad, technology.

Во многих теориях менеджмента информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) воспринимаются только как средство информационного обеспечения деятельности организации, им отводится вспомогательная роль. Однако уже очевидно, что ИКТ имеют приоритетное значение и уровень их развития во многом определяет уровень развития общества, экономики и организации. Как подчеркивает генеральный секретарь «Международного союза электросвязи» Х. Туре, «ИКТ поддерживают все, что мы делаем в современном мире, и сегодня все мы без исключения зависим от сетей и приложений ИКТ» [1].

Целью данной статьи является рассмотрение основных причин технологического отставания предприятий Российской Федерации и возможности использования ЦИКМенеджмента для решения этой важной народнохозяйственной проблемы. При этом, в соответствии с положениями Федеральной службы государственной статистики (Росстата), «под информационными и коммуникационными технологиями понимаются технологии, использующие средства микроэлектроники для сбора, хранения, обработки, поиска, передачи и представления данных, текстов, образов и звука» [2].

Начну с хорошо известного факта: рыночная капитализация американской компании Apple Inc. составляет $480 млрд., этот же показатель у американской же компании Google Inc. равен $400 млрд. [3] При этом рыночная капитализация ТОП-100 компаний России, включая Газпром, Роснефть и Лукойл, составляет 26605 млрд. рублей [4], или, при курсе 36 рублей за 1 доллар США, $739 млрд. Таким образом, две крупнейшие американские компании стоят дороже ста крупнейших российских. Причина этого очевидна: Apple и Google имеют высокую степень внедренности информационно-коммуникационных технологий, в то время как ведущие компании России являются низкотехнологичными, и даже огромные запасы нефти, газа, металлов и других полезных ископаемых, находящихся под их контролем, не могут изменить ситуацию, так как решающую роль в развитии организации сегодня играют ИКТ, а не полезные ископаемые.

Нет сомнений, что одна из важнейших причин такого отставания компаний РФ заключается в «советском» стиле руководства, основным принципом которого является первичность выбора отрасли экономики, который присущ любой плановой экономике. Несмотря на то, что СССР с его плановой экономикой исчез много лет назад, «советский» подход к менеджменту по-прежнему сохраняется. Как в государственном, так и в частном секторе российской экономики создание и развитие коммерческой организации чаще всего происходит согласно триаде «отрасль экономики — знание/товар/услуга — инновационные ИКТ». То есть, сначала руководство компании определяет для своего бизнеса отрасль экономики, затем — знание/товар/услугу, которую компания будет производить или оказывать, и только потом — инновационные ИКТ, на основе которых эти знания, товар или услуга будут производиться или оказываться. При таком подходе подбор и применение ИКТ-инноваций в деятельности организации традиционно называется информационным обеспечением инновационной деятельности. Недостаток такого подхода очевиден — любая примененная инновационная ИКТ обречена оставаться в рамках первоначально выбранной отрасли экономики, ее перенос в другие отрасли маловероятен.

Можно привести много примеров для аргументации этого вывода. Например, как известно, водородные источники энергии были созданы в середине 20-го века в США и СССР, и применены для разработки единственного продукта (водородной бомбы на основе «соединения ядер тяжелых изотопов водорода — дейтерия и трития» [5])

для одной отрасли экономики (оборонной промышленности). С тех пор развитие водородных источников энергии в нашей стране так и продолжается в рамках разработки оружия массового поражения для оборонной отрасли. А вот зарубежные компании, высоко оценившие идею использования водородной энергии, разработали и другие продукты, относящиеся к различным отраслям экономики. Например, сингапурская компания Horizon Fuel Cell Technologies разработала Minipak [6] (водородную USB-зарядку для смартфонов, мобильных телефонов, ноутбуков и т.д.), а также водородный двигатель для автомобилей.

Рис. 1. Разница управленческих подходов к созданию и внедрению новых технологий в СССР и развитых странах.

Источник: Составлено автором.

Таким образом, разница двух управленческих подходов к созданию и внедрению инновационного продукта выглядит следующим образом (рисунок 1). Нет сомнений, что постоянное отставание в сфере технологических инноваций из-за стратегических управленческих просчетов способствовало поражению СССР в «холодной войне» и его распаду в 1991 году. В настоящее время российские компании пытаются догнать зарубежных конкурентов в сфере разработки водородных источников энергии, но результатов этой работы в виде готовых продуктов в массовой продаже пока не видно.

Метод создания и развития коммерческой организации ЦИКМенеджмента в виде триады «инновационные ИКТ — знание/товар/услуга — отрасль экономики», сформулированный мной по итогам изучения разницы в подходах к созданию и внедрению новых технологий в СССР и развитых странах, позволяет преодолеть этот недостаток и повысить конкурентоспособность российских предприятий. Поскольку в настоящее время решающим фактором социального и экономического развития общества стали ИКТ, я определяю в качестве первого компонента триады именно инновационные ИКТ. Сам ЦИКМенеджмент в связи с этим формулируется в качестве «целостного информационно-коммуникационного менеджмента коммерческой организации на основе признания первичности инновационных информационно-коммуникационных технологий в ее создании и развитии» [7]. Следуя данному методу ЦИКМенеджмента, при создании или развитии предприятия менеджеры должны сначала определить инновационные ИКТ (одну или несколько), затем — знание, товар или услугу, которые предприятие будет производить/оказывать с использованием данной ИКТ (в единственном числе или несколько), и только потом определить одну или несколько отраслей экономики, в которых эти результаты деятельности предприятий будут предлагаться потребителям (таблица 1). Такая многовариантность на каждом этапе развития и внедрения новых технологий создаст предпосылки к преодолению технологического отставания российских предприятий.

Таблица 1.

«Советский» менеджмент и ЦИКМенеджмент: сравнение принципов и методов создания и развития коммерческой организации

Виды менеджмента коммерческой организации	«Советский» менеджмент	ЦИКМенеджмент
Принцип создания и развития коммерческой организации	Выбор отрасли экономики первичен	Инновационные ИКТ первичны
Метод создания и развития коммерческой организации	Триада «отрасль экономики – знание/товар/услуга – инновационные ИКТ»	Триада «инновационные ИКТ – знание/товар/услуга – отрасль экономики»

Источник: Составлено автором.

Здесь важно отметить, что в условиях новой экономики правильнее говорить об организационном обеспечении внедрения инновационных ИКТ, чем об информационном обеспечении инновационной деятельности, т.к. теперь вся деятельность организации начинается с ИКТ, а сам

термин «информационное обеспечение» целесообразно заменить термином «информационно-коммуникационное управление».

ИКТ-вектор менеджмента коммерческих организаций становится все более очевидным, причем речь идет о внедрении инновационных ИКТ как в процессы производства знаний/товаров/услуг, так и в процессы управления информационными системами предприятия. При этом ИКТ-компетентность становится ключевой компетенцией современного менеджера. Как отмечают многие российские исследователи, вклад ИКТ в доходность предприятия постоянно растет, происходит стабильное увеличение «доли ИКТ в ВВП страны» [8]. Л. Варакин подчеркивает, что в обществе возникла необходимость в определении законов развития ИКТ и их взаимосвязи с развитием экономики, и формулирует один из таких законов как информационно-экономический закон: «объем информации, передаваемой в обществе, пропорционален экономике общества» [9]. А. Крупнов и А. Скородумов отмечают, что с развитием ИКТ резко растет их экономическая эффективность, например, «при переходе от сетей 2G к 3G емкость сети возрастает в 8 раз, а себестоимость передачи данных падает с нескольких долларов до нескольких центов за Мбайт» [10], т.е. в 100 раз.

В заключение можно сделать вывод, что ЦИКМенеджмент, признающий первичность инновационных ИКТ в создании и развитии коммерческой организации, является эффективным средством решения проблемы технологического отставания предприятий РФ. Поэтому в настоящее время его внедрение в практическую деятельность менеджеров является решающим фактором развития российской экономики, а преподавание курса ЦИКМенеджмента является основным признаком инновационности обучения менеджменту в вузе. РИСК

Библиографический список:

1. МСЭ верен идее соединить мир. — Женева: ITU, 2013. — С. 3.

2. Россия в цифрах. 2013: Краткий статистический сборник. — М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2013. — С. 334.

3. Apple'у дышат в спину // Expert Online. — 2014. — 12 февраля. [Электронный ресурс]. URL: http://expert.ru/2014/02/12/appleu-dyishat-v-spinu.

4. Самые дорогие публичные компании России — 2014 // РИА РЕЙТИНГ. — 2014. — 30 января. [Электронный ресурс]. URL: http://riarating.ru/corporate_sector_rankings/20140130/610607408.html.

5. Термоядерная бомба и дейтерид лития // Троицкий вариант. — 2009. — 24 ноября. — С. 5.

6. Сайт компании Horizon Fuel Cell Technologies. [Электронный ресурс]. URL: http://www.horizonfuelcell.com.

7. Суздальцев С.И. «Модель создания менеджмента» и пример ее применения в создании ЦИКМенеджмента // Современная научная мысль. — 2014. — № 2. — С. 150-151.

8. Шашков С.С. Развитие новых форм моделирования и инструментальная поддержка информационно-коммуникационного взаимодействия экономических агентов: автореф. дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.13. — Ростов-на-Дону, 2012. — С. 20.

9. Варакин Л.Е. Информационно-экономический закон. Взаимосвязь инфокоммуникационной инфраструктуры и экономики. — М.: МАС, 2006. — С. 128.

10. Крупнов А.Е., Скородумов А.И. В России сети связи нового поколения к старту готовы. Современный этап развития рынка инфокоммуникационных услуг // 25 лет Инфокоммуникационной революции. Под ред. Л.Е. Варакина. — М.: МАС, 2006. — С. 51.

маркетинг и логистика

- новости
- аналитические материалы, статьи
- законодательство, нормативные акты, комментарии
- маркетинговые исследования

www.itkor.ru

Инвестиции частных лиц в собственное профессиональное образование: анализ экономической целесообразности проекта

А. Таточенко,
к.т.н., доцент кафедры экономики и управления на предприятиях малого и среднего бизнеса, Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского,
И. Таточенко,
к.т.н., доцент кафедры технологии и товароведения швейных изделий, Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского

Аннотация: в статье рассматриваются перспективы инвестирования средств частных лиц в обучение по программам высшего профессионального образования. Показана экономическая целесообразность платного обучения как по технологическим (конструирование, технология швейных изделий), так и по экономическим (экономика, менеджмент) направлениям. Возврат инвестиционных затрат по окончании обучения обеспечивает трудоустройство по приобретенной специальности, гарантирующей достойную заработную плату.

Ключевые слова: платное высшее профессиональное образование, инвестиции в человеческий капитал, экономическая эффективность инвестиционного проекта.

Annotation: the article discusses the prospects of investing in the education of higher vocational education programs and shows the economic feasibility of tuition fees as process (design, technology of garments) and economic (economics, management) areas. Return of investment costs upon completion of training provides employment for the acquired specialty, guaranteeing a decent wage.

Keywords: pay higher professional education, investment in human capital, economic efficiency of the investment project.

Реалии высшего профессионального образования (ВПО) в современной России таковы, что в вузах федерального и муниципального подчинения численность студентов, обучающихся за собственный счет, практически уравнялась с численностью обучаемых за счет средств государственного бюджета. Рост доли обучающихся на внебюджетных местах — устойчивая тенденция, поэтому каждый абитуриент должен учитывать высокую вероятность освоения образовательной программы на платной основе. В условиях рыночных отношений особую актуальность приобретает обоснование экономической целесообразности получения платного образования. Потенциальному студенту необходимо четко знать, какие перспективы (в том числе и финансовые) открывает для него конкретное направление ВПО. При этом денежные средства, расходуемые на обучение в вузе, могут рассматриваться как инвестиции обучающегося в собственный человеческий капитал. Увеличение человеческого капитала проявляется в интеллектуальном росте, приобретении профессиональных навыков и компетенций. Возврат инвестиционных затрат осуществляется по окончании обучения при трудоустройстве по приобретенной специальности, обеспечивающей достойную заработную плату.

Среди поступающих в МГУТУ им. К.Г. Разумовского стабильным спросом пользуются направления подготовки 262000 –«Технология изделий легкой промышленности», 262200 — «Конструирование изделий легкой промышленности», а также 080100 — «Экономика» и 080200 — «Менеджмент». Представляет интерес сравнительная оценка экономической целесообразности освоения этих направлений на платной основе. Условия рассматриваемой задачи могут быть сформулированы следующим образом:

— получение ВПО рассматривается как инвестиционный проект, реализуемый в частном порядке студентом (либо его родителями);

— проект реализуется в Москве;

— обучение осуществляется в государственном или муниципальном вузе по очной форме (ОФО) по программе бакалавриата в течение 4-х лет сразу после окончания средней общеобразовательной школы;

— рассматривается период длительностью 8 лет (т.е. выпускник вуза работает в течение времени, равного сроку обучения);

— плата за обучение вносится целиком за год в начале каждого учебного года (наихудший с точки зрения инвестиционного анализа вариант);

— во время обучения студент не работает, полностью посвящая себя учебе;

— по окончании обучения выпускник сразу трудоустраивается по полученной специальности, при этом его годовой заработок учитывается в конце каждого года работы как двенадцатикратная месячная зарплата (как и в случае с платой за обучение, для расчета принимается заведомо наихудший вариант).

Необходимо вычислить основные экономические показатели по данному инвестиционному проекту — чистый приведенный доход (ЧПД), индексы доходности и рентабельности (ИД и ИР), срок окупаемости (Ток.).

Для решения поставленной задачи необходимы сведения о стоимости обучения по рассматриваемым направлениям ВПО и о заработной плате, на которую могут рассчитывать выпускники данных направлений. Необходимые для анализа данные позаимствуем с официального сайта Департамента труда и занятости населения г. Москвы, а также из сетевых ресурсов, освещающих вопросы образования и трудоустройства [1,2,3].

Подготовку технологов и конструкторов швейных изделий по ОФО в Москве из государственных вузов ведет только ФГБОУ ВПО «МГУДТ» (стоимость обучения — 68 и 70 тыс. руб./год соответственно). Экономистов и менеджеров обучают более 70% отечественных вузов, в Москве данный показатель еще выше. Оценка стоимости обучения по этим направлениям проделана в работе [4] , при этом показано, что средний показатель для всех государственных вузов Москвы составляет 140,4 тыс. руб./год, а для рядовых (исключая МГУ им. М.В. Ломоносова, НИУ «ВШЭ», РГЭУ им. Г.В. Плеханова и др. лидеров отечественных образовательных рейтингов) — 118,5 тыс. руб./год. С учетом того, что данные [4] относятся к 2012 г., примем в первом приближении значение 120 тыс. руб./год для обоих направлений.

Данные по оплате труда технологов и конструкторов швейных изделий представлены в таблице 1. Характерно, что 3-х летний стаж работы по специальности обеспечивает увеличение зарплаты технолога в 1,9 раза, а конструктора — в 2,2 раза. Обращает на себя внимание перспектива регулярных командировок для конструкторов со стажем работы. Это связано с тем, что закупки материалов, а зачастую и производство осуществляются за рубежом (чаще всего — в КНР). Аналогичные данные для экономистов и менеджеров представлены в таблицах 2 и 3. Заметим, что в качестве кандидатов на трудоустройство рассматриваются только лица с опытом работы по специальности. Это означает, что в первый год работы выпускник вуза сможет претендовать лишь на занятие позиции помощника (стажера) с окладом 50-70% от приводимого в табличных данных. Зарплата в данном секторе выше, чем в предыдущем — как на нижней, так и на верхней границах (в 1,2-1,3 и в 1,5-2 и более раза соответственно), причем ее размер тесно связан с профессиональным стажем. Следует отметить, что на рынке вакансий предложение «менеджер» далеко не всегда соответствует заявленному профилю. Так, что очень часто менеджер ресторана в реальности — кассир-продавец, менеджер по работе с клиентами — водитель на личном автомобиле или продавец-консультант, офис-менеджер — секретарь, финансовый менеджер — бухгалтер и т.д. [3].

С учетом изложенного исходные данные для сравнительной оценки экономической эффективности инвестиций в получение ВПО по различным направлениям могут быть представлены следующим образом — таблица 4. На основании ее материалов расчетные показатели могут быть получены по формулам [5]:

$$ЧПД = ПД - ПЗ \quad (1)$$

$$ПЗ = \sum_{i=1}^{4} Зi * (1 + r)^{i} \quad (2)$$

$$ПД = \sum_{j=1}^{4} Дj : (1 + r)^{j} \quad (3)$$

$$ИД = ПД : ПЗ \quad (4)$$

$$ИР = (ЧПД / Т_{дох.}) : ПЗ \quad (5)$$

$$Т_{ок.} = 1 / ИР \quad (6),$$

Таблица 1.

Данные о заработной плате технологов и конструкторов

№ п/п	Должность	Заработная плата, тыс. руб./мес.	Профессиональные требования к кандидату
1	Технолог швейных изделий без опыта работы	20-24	Знание классических и новейших технологий изготовления швейных изделий; умение работать на швейном оборудовании; знание ассортимента швейных материалов, опыт работы с определенными видами тканей
2	Технолог швейных изделий с опытом работы по специальности	40-45	См. поз.1, а также опыт работы технологом от 3-х лет
3	Конструктор швейных изделий без опыта работы	25-29	Знание программ Excel, Word, Corel Drow, Adobe Illustrator; построение и градация лекал; знание конфекционирования материалов; построение лекал по эскизу или фотографии
4	Конструктор швейных изделий с опытом работы по специальности	50-60	См. поз.3, а также опыт работы конструктором от 3-х лет; английский язык базовый (знание терминологии); готовность к командировкам (2 раза в год по 2,5-3 мес.)

Таблица 2.

Данные по зарплате экономистов

№ п/п	Должность	Оклад, тыс. руб./мес.	Стаж работы по специальности	Профессиональные требования к кандидату
1	Бухгалтер-экономист	30	От 3-х месяцев	Образование высшее экономическое (желательно), знание бухгалтерского учета, уверенное владение ПК (1С, MS Excel)
2	Старший (ведущий) экономист	35-50	От 1 года	Аналогично поз.1, плюс знание федеральной законодательной базы по профессиональной деятельности, опыт составления годовой сметы доходов и расходов, перспективных планов, навыки расчета цен на оказываемые организацией услуги
3	Главный экономист	От 45	От 2-х лет	Образование высшее экономическое, знание экономики труда, организации производства, форм и систем заработной платы, методов определения численности, ПК – продвинутый пользователь (MS Office)
4	Экономист-аналитик	До 55	н/д	Образование высшее, опыт работы в банковской/инвестиционной сфере, анализа регионального рынка, продвижения банковских продуктов, отличное знание Power Point, Excel
5	Ведущий экономист по труду и заработной плате	До 60	От 3-х лет	Образование высшее экономическое, практическое знание направления экономика труда на промышленном производстве, опыт составления сетки окладов и тарифов должностей, разработки внутренней нормативной базы предприятия, владение ПК – см. поз. 3
6	Главный бухгалтер	50-80	От 3-х лет	Профильное высшее образование, опыт ведения бухгалтерского и налогового учета, отчетности в полном объеме, работы налоговой инспекцией, ПК – уверенный пользователь (1С8.2)
7	Экономист по НИОКР	60-80	От 2-х лет	Образование высшее, опыт работы по НИОКР (составление ходдоговоров, разработка ТР, сопровождение выполнения работ, контроль расходов), знание ценообразования, владение ПК - см. поз.1
8	Экономист по планированию	61-87	От 3-х лет	Образование высшее экономическое, навыки организации текущего планирования, анализа себестоимости, ключевых показателей подразделений, эффективности использования ресурсов, владение ПК – см. поз.3
9	Главный экономист отдела банковской отчетности	Обсуждается индивидуально	От 3-х лет	Образование высшее экономическое/финансовое, знание нормативных документов Банка России, опыт формирования отчетности банка и взаимодействия с ЦБ РФ и аудиторами по вопросам отчетности, владение ПК – см. поз.3

Таблица 3.

Данные по зарплате менеджеров

№ п/п	Должность	Оклад, тыс. руб./мес.	Стаж работы по специальности	Профессиональные требования к кандидату
1	Менеджер по работе с клиентами	30-45	1-2 года	Хорошие презентационные навыки, владение ПК (Microsoft Office, E-mail, Интернет, переводческие программы), иностранные языки (в зависимости от направления) - уровень intermediate, стрессоустойчивость, пунктуальность
2	Менеджер ресторана	30-50	От 1 года	Базовые управленческие навыки и компетенции, желателен опыт работы на ПК в 1С, умение эффективно организовать рабочий процесс и труд персонала, коммуникабельность, ответственность
3	Менеджер по продажам	40-65	1-3 года	Высшее (неполное высшее) образование, знание техники продаж, психологии общения с клиентами, высокий уровень коммуникативных навыков
4	Менеджер в производственном секторе	45-70	1-3 года	Высшее экономическое или техническое образование, уверенное владение английским разговорным языком, развитые организационные способности, навыки позиционирования и продажи продукта, способность к командной и автономной работе
5	Менеджер по туризму	35-80	От 2-х лет	Знание массовых направлений, визовой политики и отельной базы, техник продаж, уверенное владение ПК (Интернет, E-mail, Word, Excel), коммуникативные навыки, грамотная русская речь
6	Менеджер по маркетингу и рекламе	40-90	От 1 года	Образование высшее или среднее профессиональное, уверенный пользователь ПК (Word, Excel); графические программы (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw) – начальный уровень, знание основ маркетинга, рынка рекламных услуг, опыт работы со всеми видами рекламных носителей
7	Финансовый менеджер-аналитик	50-90	От 2-х лет	Высшее образование (финансовое, экономическое), опыт составления отчетов ДДС, ОПУ, управленческого баланса, отличное знание Excel, 1С8.2, основ бухгалтерского учета
8	Менеджер по развитию в сегменте	80-100	От 3-х лет	Высшее образование (экономическое или технологическое), опыт открытия объектов в сегменте, развитые управленческие навыки, знание экономики отрасли, уверенный пользователь ПК (Excel, 1С8, программы складского учета), представительная внешность, коммуникабельность, водительские права категории В, готовность к регулярным командировкам
9	Финансовый директор	70-150	От 5 лет	Аналогично поз.7, плюс опыт руководящей работы, оптимизации налогообложения, управления финансовыми ресурсами бизнеса
10	Менеджер проекта	50-200	От 3-х лет	Высшее образование (техническое либо IT), знание стадий проектирования, оборудования, опыт работы с проектными институтами, ведения тендеров, контроля реализации проектов, развитые навыки делового общения

Таблица 4.

Исходные данные к анализу инвестиционного проекта

№ п/п	Показатели по годам	Годы реализации проекта								Профессия
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Затраты (на начало года), тыс. руб.	68	68	68	68	—	—	—	—	Технолог швейных изделий
2	Доходы (на конец года), тыс. руб.	—	—	—	—	264	264	264	510	
3	Зарплата, тыс. руб./мес.	—	—	—	—	22	22	22	42,5	
4	Затраты (на начало года), тыс. руб.	70	70	70	70	—	—	—	—	Конструктор швейных изделий
5	Доходы (на конец года), тыс. руб.	—	—	—	—	324	324	324	660	
6	Зарплата, тыс. руб./мес.	—	—	—	—	27	27	27	55	
7	Затраты (на начало года), тыс. руб.	120	120	120	120	—	—	—	—	Менеджер
8	Доходы (на конец года), тыс. руб.	—	—	—	—	252	420	600	780	
9	Зарплата, тыс. руб./мес.	—	—	—	—	21*	35	50	65	
10	Затраты (на начало года), тыс. руб.	120	120	120	120	—	—	—	—	Экономист
11	Доходы (на конец года), тыс. руб.	—	—	—	—	252	420	600	900	
12	Зарплата, тыс. руб./мес.	—	—	—	—	21*	35	50	75	

*С учетом первого года работы на позиции помощника в связи с отсутствием стажа

Таблица 5.

Сравнение экономической эффективности инвестирования в различные направления ВПО

№п/п	Направление	Показатели					
		ПЗ, тыс. руб.	ПД, тыс. руб.	ЧПД, тыс. руб.	ИД, отн. ед.	ИР, отн. ед.	Ток, годы
1	262000 – Технология изделий легкой промышленности	331	1055	724	3,19	0,55	1 год 10 месяцев
2	262200 – Конструирование изделий легкой промышленности	341	1320	979	3,87	0,72	1 год 5 месяцев
3	080100 – Экономика	584	1 731	1 147	2,96	0,49	2 года
4	080200 - Менеджмент	584	1 643	1 050	2,81	0,45	2 года 3 месяца

где: Зi и ПЗ — затраты по годам и приведенные;

Дj и ПД — доходы по годам и приведенные;

r –годовая ставка по депозиту;

Тдох.— период получения доходов (Тдох.= 4 года, см. таблицу 4).

Согласно официальным данным Сбербанка России [6] размеры ставок по срочным вкладам для частных лиц находятся в пределах 6,98-8,07%. Поскольку ранее было оговорено, что рассматривается наихудший вариант реализации проекта, для расчетных процедур примем наибольшее значение ставки — 8%. Произведем вычисление показателей (1)-(6) с учетом того, что рубеж приведения [5] приходится на начало 5-го года (первый год получения доходов по проекту — см. табл. 4) и сведем результаты в таблицу 5. Табличные данные позволяют сделать следующие выводы:

1. Все четыре рассмотренных образовательных инвестиционных проекта оказываются доходными (чистый приведенный доход положителен). Наибольший размер ЧПД обеспечивается при освоении направления 080100, он в 1,6 раза выше, чем для направления 262000.

2. Инвестиции частного лица в свое образование окупаются через 1,5-2 года после завершения обучения, вложенные средства возвращаются через 4 года в 3-х кратном размере (а в случае получения образования по направлению 262200 — почти в 4-х кратном).

3. Вложения в образование работают существенно эффективнее банковского вклада, даже наименьший индекс рентабельности, соответствующий направлению 080200, в 5,6 раза превосходит ставку по депозиту, а для направления 262200 это соотношение равно 9.

4. По ряду признаков (ИД, ИР, Ток) наиболее эффективным оказывается проект, связанный с получением конструкторского образования. Немаловажным является и тот факт, что зарплата конструктора швейных изделий уже через 3 года после окончания обучения на 10% превышает среднюю по Москве (в 2013 г. — 50 тыс. руб./мес.). Однако получение экономического ВПО дает в среднесрочной перспективе реальные

возможности работы с оплатой, в 1,3-1,5 раза превышающей данный показатель (для сравнения — зарплата технолога швейных изделий при тех же условиях находится на уровне 85% от средней московской).

Наконец, сравним все четыре рассмотренных проекта с общим альтернативным вариантом — трудоустройством по окончании школы на работу, не требующую получения ВПО. Из востребованных на московском рынке труда рабочих профессий [1] выпускникам средних школ могут быть предложены следующие: официант, грузчик, подсобный рабочий, уборщик производственных и служебных помещений, продавец — оклад 16-22 тыс. руб./мес., а из должностей служащих (после краткосрочного обучения на рабочем месте) — кассир и охранник с окладом 19-23 тыс. руб./мес. При средней зарплате около 20 тыс. руб./мес. годовой заработок будет равен 240 тыс. руб. Доход за рассматриваемые 8лет с учетом дисконтирования составит (в связи с отсутствием затрат это будет не что иное, как ЧПД):

$$ЧПД^* = \sum_{j=1}^{8} 240 : (1 + 0{,}08)^j = 1379 \text{ тыс. руб.}$$

Вычисленное значение существенно (на 20-90%) превосходит аналогичные показатели по всем четырем предыдущим проектам, однако это вовсе не свидетельствует о преимуществах быстрого неквалифицированного трудоустройства. Уже начиная с 8-го года, зарплата работников с ВПО, осредненная по всем четырем направлениям (60 тыс. руб./мес. — см. табл. 4), втрое превышает предлагаемую лицам без профессиональной подготовки. В дальнейшем ежегодный разрыв по доходам составит 480 тыс. руб., что в средне— и долгосрочной перспективе обеспечивает полное финансовое превосходство квалифицированным сотрудникам.

Подводя итоги, можно утверждать, что экономическая целесообразность получения ВПО на платной основе убедительно подтверждается, по крайней мере, для направлений 262000, 262200, 080100, 080200. РИСК

Библиографический список:

1. Официальный сайт Департамента труда и занятости населения г. Москвы — trud.mos.ru

2. Российское образование. Федеральный образовательный портал — edu.ru

3. Российский портал онлайн-рекрутмента — Rabota.ru

4. Таточенко А.Л. Исследование стоимости обучения по направлению «Менеджмент» (программа высшего профессионального образования) на рынке образовательных услуг Москвы. М: Финансовая жизнь (периодическое научно-практическое издание), 2013, № 2, стр.62-67.

5. Ример М.И., Касатов А.Д., Матиенко Н.Н. Экономическая оценка инвестиций. СПб:Питер-Пресс, 2008, 276 с.

6. Официальный сайт Сбербанка России — sberbank.ru

KTR-ONLINE.RU

логистика • маркетинг • аналитика

новости экономики, новости логистики, новости рынков,
аналитические материалы и статьи,
журналы по логистике и маркетингу, пресс-релизы,
интервью, мероприятия

Итоги Всероссийского конкурса кафедр и образовательных программ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

9 июня 2014 года в Каминном зале Дома экономиста состоялась церемония награждения победителей Всероссийского конкурса кафедр и образовательных программ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ – 2013».

Конкурс организован Вольным экономическим обществом России совместно с Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации, Международной Академией менеджмента при поддержке Издательского дома «Экономическая газета».

Цель Всероссийского конкурса кафедр и образовательных программ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ» – повышение качества подготовки экономических и управленческих кадров, содействие формированию в России современной системы высшего образования, адекватной стратегическим целям развития национальной экономики и соответствующей лучшим международным стандартам.

Председатель оргкомитета конкурса – **Гавриил Харитонович Попов,** президент ВЭО России, президент, почетный академик Международной академии менеджмента, президент Международного союза экономистов, президент Международного университета в Москве, академик РАЕН, д.э.н., профессор.

Председатель жюри конкурса – **Александр Николаевич Дегтярев,** председатель подкомитета по государственной научно-технической политике Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, председатель Комиссии Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по вопросам депутатской этики, член Президиума ВЭО России, председатель Башкирского регионального отделения ВЭО России, заслуженный деятель науки Республики Башкортостан, почетный работник высшего профессионального образования РФ, член-корреспондент Академии наук Республики Башкортостан, академик РАЕН, д.э.н., профессор.

Председатель Экспертного совета конкурса – **Альгирдас Юозович Манюшис,** декан Высшей школы бизнеса и менеджмента Международного университета в Москве, заслуженный работник Высшей школы РФ, академик Международной Академии менеджмента, д.э.н., профессор.

В оргкомитет, жюри и Экспертный совет конкурса вошли известные ученые, представители федеральных органов законодательной и исполнительной власти, профильных государственных структур, ведущих вузов, научных институтов Российской академии наук, руководители бизнес-структур и общественных организаций Российской Федерации.

В этом году в конкурсе приняли участие 78 кафедр и 22 образовательные программы. Победителями конкурса признано 19 кафедр по 10 номинациям и 6 образовательных программ. В числе победителей кафедры и программы различных образовательных организаций из 15 регионов Российской Федерации.

Победители конкурса имеют возможность прохождения профессионально-общественной аккредитации образовательных программ и общественной аккредитации профильных кафедр по специ-

альной процедуре с учетом проведенных в рамках конкурса экспертиз.

В церемонии награждения приняли участие, кроме победителей Всероссийского конкурса, члены жюри и оргкомитета, руководители комитетов Государственной Думы и Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, представители администраций субъектов Российской Федерации, руководители профильных структур исполнительной власти, ученые, эксперты, представители бизнес-сообщества и средств массовой информации.

В торжественной обстановке Каминного зала Дома экономиста награды вручали первый вице-президент ВЭО России **В.Н. Красильников** и председатель жюри конкурса, председатель подкомитета Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по государственной научно-технической политике **А.Н. Дегтярев.**

С поздравлениями победителям конкурса и пожеланиями дальнейших успехов к победителям конкурса обратились:

А.Н. Дегтярев, председатель жюри конкурса, председатель подкомитета по государственной научно-технической политике Государственной Думы ФС РФ, отметил важную роль общественных институтов, в частности ВЭО России, в процессе инновационного развития системы высшего профессионального образования.

А.Ю. Бисеров, заместитель руководителя Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки (РОСОБРНАДЗОР), к.фил.н. положительно отозвался о самом конкурсном проекте и его итогах, а также акцентировал внимание аудитории на оценке качества образования, которая основывается на общественно-профессиональной аккредитации. Независимая внешняя экспертиза качества образования очень важна, ее результаты следует использовать при государственной аккредитации, а также при оценке деятельности образовательных организаций. Результаты профессионально-общественной аккредитации, проведенной ВЭО России, будут опубликованы на web-ресурсах РОСОБРНАДЗОРА.

Д.Г. Черник, член Президиума ВЭО России, президент ЗАО «Международный центр финансово-экономического развития – консалтинг», президент Межрегиональной общественной организации «Палата налоговых консультантов», государственный советник налоговой службы I ранга, академик РАЕН, член Общественного совета при ФНС России, академик Международной Академии менеджмента, заслуженный экономист РФ, д.э.н., профессор, выразил мнение о том, что на современном этапе развития, российское образование переживает не лучшие времена, поэтому развитие подобных конкурсов должно способствовать улучшению качества высшего образования.

Д.Е. Сорокин, член жюри конкурса, член Президиума ВЭО России, первый заместитель директора Института экономики РАН, заведующий кафедрой «Макроэкономическое регулирование» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», член-корреспондент РАН, д.э.н., профессор, обратился к победителям конкурса как к коллегам и единомышленникам и пожелал дальнейших успехов в воспитании нового поколения квалифицированных кадров.

Т.А. Козенкова, член Правления ВЭО России, генеральный директор ЗАО Издательский дом «Экономическая газета», ректор Академии менеджмента и бизнес-администрирования, академик Международной Академии менеджмента, заслуженный экономист РФ, д.э.н., профессор, с позиции работодателя выразила мнение о том, что подбор грамотного персонала, достойных сотрудников очень трудоемкое дело. И обратилась к победителям кафедр и руководству ВЭО России с тем, чтобы они обратили внимание на молодых специалистов, которые выпускаются кафедрами-победителями, и привлекали их к активной деятельности в ВЭО России, что в свою очередь даст новый импульс к развитию самого Общества.

А.В. Мурычев, член Президиума ВЭО России, исполнительный вице-президент Общероссийской общественной организации «Российский союз промышленников и предпринимателей», председатель Совета Ассоциации региональных банков России (Ассоциация «Россия»), член Президиума, академик Международной Академии менеджмента, д.э.н., к. ист.н., в своем приветственном слове, поздравил с победой участников конкурса и дал оценку текущего экономического положения в России.

Подробная информация о конкурсе, а также полный список победителей размещены на сайте www.veorus.ru

Всероссийская конференция «Экономическая наука и экономическая политика» по итогам XVII Всероссийского конкурса научных работ молодежи «Экономический рост России»

23 апреля 2014 года в Большом зале ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» в рамках юбилейной программы мероприятий по подготовке к 250-летию ВЭО России и по итогам XVII Всероссийского конкурса научных работ молодежи «Экономический рост России» состоялась Всероссийская конференция на тему «Экономическая наука и экономическая политика».

Вольное экономическое общество России, руководствуясь приоритетными задачами сохранения и развития интеллектуального потенциала Российской Федерации, понимая всю важность и необходимость экономического образования и его роль в развитии инновационной экономики, с 1996 года проводит Всероссийский конкурс научных работ школьников, студентов, аспирантов и молодых ученых под девизом «Экономический рост России».

Основными целями конкурса являются выявление и поддержка талантливых молодых людей, повышение образовательного и интеллектуального уровня молодежи, помощь в самореализации молодых людей в обществе и содействие объективному мотивированному выбору профессии.

В этом году XVII Всероссийский конкурс научных работ молодежи «Экономический рост России» организован Вольным экономическим обществом России, ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» при поддержке ЗАО «Экспоцентр» и участии Издательского дома «Экономическая газета», Института экономики РАН.

В заключительном втором всероссийском этапе XVII Всероссийского конкурса научных работ молодежи после серьезного отбора на первом региональном этапе приняли участие 323 конкурсных работы из 82 городов 50 субъектов Российской Федерации.

По решению жюри победителями и лауреатами Всероссийского конкурса научных работ среди учащихся стали 15 человек, среди студентов 16 человек, среди аспирантов 16 человек.

Идея заключительных мероприятий конкурсного проекта и пленарной части Всероссийской конференции состояла в том, чтобы на одной дискуссионной площадке объединить выступления наших молодых коллег по актуальным темам современного развития, которые они в своих исследованиях дополнили интересными, новаторскими идеями, и выступления ведущих ученых, государственных деятелей, руководителей компаний с их видением этой проблематики.

В работе конференции приняли участие: ведущие ученые, эксперты; участники XVII Всероссийского конкурса «Экономический рост России»; студенты, аспиранты, молодые ученые; представители федеральных и муниципальных органов законодательной и исполнительной власти РФ, профильных министерств и ведомств; руководители образовательных организаций и академических институтов; представители бизнес-сообщества, международных и национальных экономических организаций, средств массовой информации.

Вел конференцию: Сорокин Дмитрий Евгеньевич – член Президиума ВЭО России, первый заместитель директора Института экономики РАН, заведующий кафедрой «Макроэкономическое регулиро-

вание» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», член-корреспондент РАН, д.э.н., профессор.

С приветственным словом к участникам конференции и поздравлениями к победителям и лауреатам конкурса обратился ректор Финансового университета Михаил Абдурахманович Эскиндаров.

Первый вице-президент ВЭО России **Виктор Наумович Красильников** во вступительной речи рассказал о деятельности Вольного экономического общества России и подвел итоги XVII Всероссийского конкурса научных работ молодежи «Экономический рост России». В своем обращении В.Н. Красильников пригласил молодых коллег, принимавших участие в конкурсе, участников конференции активно включиться в следующем году в конкурсный проект и обязательно принимать участие во всех юбилейных мероприятиях Вольного экономического общества России.

Далее на пленарном заседании выступили:

Глазьев Сергей Юрьевич – вице-президент ВЭО России, советник Президента Российской Федерации, академик РАН, академик РАЕН, д.э.н., профессор.

Дегтярев Александр Николаевич – председатель комиссии Государственной Думы ФС РФ по вопросам депутатской этики, председатель подкомитета Государственной Думы ФС РФ по государственной научно-технической политике, член Президиума ВЭО России, д.э.н., профессор. Тема «О роли молодых ученых в инновационном развитии экономики».

Ахметова Мунира Рамилевна – победитель Всероссийского конкурса научных работ молодежи «Экономический рост России», учащаяся 11-го класса лицея «Содружество», г. Уфа. Тема «Социально ориентированное предпринимательство как фактор современного экономического роста России».

Делягин Михаил Геннадьевич – директор Института проблем глобализации, академик РАЕН, д.э.н., профессор. Тема: «Что мешает экономической науке воплотиться в экономическую политику?».

Якутин Юрий Васильевич – вице-президент ВЭО России, научный руководитель ЗАО «Издательский дом «Экономическая газета», заслуженный деятель науки РФ, д.э.н., профессор. Тема «Проблемы развития национального человеческого потенциала».

Мурычев Александр Васильевич – член Президиума ВЭО России, исполнительный вице-президент Общероссийской общественной организации «Российский союз промышленников и предпринимателей», председатель Совета Ассоциации региональных банков России (Ассоциация «Россия»), д.э.н., к. ист.н. Тема «Текущее состояние экономики: финансовое посредничество».

Максюта Николай Кириллович – член Комитета Совета Федерации по федеративному устройству, региональной политике, местному самоуправлению и делам Севера, почетный доктор сельскохозяйственных наук, доктор экономики и менеджмента. Тема «Региональная экономика».

Пушко Андрей Викторович – победитель Всероссийского конкурса научных работ молодежи «Экономический рост России», студент 1-ого курса магистратуры кредитно-экономического факультета Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва. Тема «Роль банков в комплексном развитии территории».

Бодрунов Сергей Дмитриевич – вице-президент ВЭО России, президент Межрегиональной Санкт-Петербурга и Ленинградской области общественной организации ВЭО России, директор Института нового индустриального развития, первый вице-президент Союза промышленников и предпринимателей (работодателей) Санкт-Петербурга, д.э.н., профессор.

Тищенко Татьяна Константиновна – победитель Всероссийского конкурса научных работ молодежи «Экономический рост России», студент 5-го курса Института информационных систем управления Государственного университета управления, г. Москва. Тема «Моделирование системы кредитования модернизационных преобразований на предприятиях малого и среднего бизнеса».

Фёдоров Сергей Владимирович – председатель Правления Ассоциации промышленников и предпринимателей Санкт-Петербурга, член Президиума Общественного совета по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга, академик Российской академии бизнеса, к.т.н. Тема «Экономическая политика поддержки малого и среднего бизнеса в Российской Федерации на примере Санкт-Петербурга».

Черныш Михаил Федорович – руководитель сектора социальной мобильности Института социологии РАН, д.соц.н., профессор. Тема «Социальная справедливость и экономический рост».

Садовничая Анна Викторовна – член Правления ВЭО России, заместитель генерального директора ЗАО «Экспоцентр». Тема «Выставочно-конгрессная деятельность – важнейший инструмент развития и укрепления экономики страны: опыт главной выставочной площадки».

С заключительным словом выступил Д.Е. Сорокин, член Президиума ВЭО России, первый заместитель директора Института экономики РАН, заведующий кафедрой «Макроэкономическое регулирование» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», член-корреспондент РАН, д.э.н., профессор.

В рамках работы конференции в торжественной обстановке Большого зала Финансового университета состоялась церемония награждения победителей и лауреатов XVII Всероссийского конкурса научных работ молодежи «Экономический рост России».

Подробная информация о конференции, а также полный список победителей конкурса размещены на сайте www.veorus.ru

Подведены итоги XVII Российского конкурса «Менеджер года – 2013»

25 апреля 2014 года в Круглом зале ГК «Президент-Отель» (Москва) состоялась торжественная церемония награждения победителей Российского конкурса «Менеджер года – 2013» и «Лучший менеджер структурного подразделения – 2013».

Конкурс проводится с 1997 года Вольным экономическим обществом России и Международной Академией менеджмента при поддержке Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации.

За прошедшие годы конкурс «Менеджер года» перерос в масштабный проект, в котором принимают участие лучшие руководители из самых разных уголков нашей страны.

Проект «Менеджер года» призван содействовать повышению эффективности управления. Задачи конкурса его организаторы видят в выявлении элиты российского управленческого корпуса, распространении опыта эффективного руководства, в формировании банка данных лучших менеджеров.

Председатель оргкомитета – президент Вольного экономического общества России, президент Международной Академии менеджмента, академик РАЕН, д.э.н., профессор **Г.Х. Попов.**

Жюри возглавляет советник Президента Российской Федерации, вице-президент Вольного экономического общества России, вице-президент Международной Академии менеджмента, академик РАН, д.э.н., профессор **С.Ю. Глазьев.**

В рамках Проекта также проводится конкурс «Лучший менеджер структурного подразделения», позволяющий поощрить наиболее успешных руководителей подразделений предприятий и организаций.

Рост популярности новой номинации «Команда года» свидетельствует о том, что в современных условиях стабильность деятельности и успешность ведения бизнеса напрямую зависят от эффективности работы коллектива, слаженности команд, управляющих различными процессами.

Авторитетное жюри, в состав которого вошли представители органов государственной власти, руководители ведущих предприятий, видные ученые и общественные деятели, определило 10 абсолютных победителей, 3 победителей в специальной номинации «Стабильные результаты работы и эффективное управление предприятием», 35 победителей в 17 номинациях, а также 13 менеджеров из 3 компаний – в номинации «Команда года».

10 победителей конкурса удостоены звания «Лучший менеджер структурного подразделения».

В конкурсе на звание «Менеджер года» в номинации «Международное сотрудничество» приняли участие представители зарубежных стран: Беларуси, Казахстана и Китая.

Итоги конкурса «Менеджер года» отражают структурные изменения, происходящие в экономике страны. Важно, что среди победителей все больше руководителей предприятий машиностроения, радиоэлектроники, оборонной промышленности, представляющих перспективные направления нового технологического уклада.

Информационный партнер Проекта Издательский дом «Экономическая газета» учредил специальные дипломы и подарки – уникальные книги из серии «Русская классическая библиотека. Экономика и духовность».

Генеральный информационный партнер конкурса – **Медиагруппа «Наша Власть».**

Стратегический информационный партнер – **Издательский дом «Экономическая газета».**

Информационную поддержку обеспечивают:

журналы: **«Российская Федерация сегодня», «Босс», «Менеджмент и бизнес-администрирование», Business Excellence, «Предпринимательство», «Волга-Бизнес», «Аналитический банковский журнал»;**

газеты: **«Экономика и Жизнь», «Экономические новости России и Содружества»**

порталы: **«Вся Россия», RSNews, «Время инноваций», Национальная инвестиционная ассоциация.**

Абсолютные победители конкурса:

Беллендир Евгений Николаевич – генеральный директор ОАО «Всероссийский научно-исследовательский институт гидротехники им. Б.Е. Веденеева», г. Санкт-Петербург;

Березовский Владимир Александрович – генеральный директор ОАО «Омский научно-исследовательский институт приборостроения»:

Груздева Анна Евгеньевна – генеральный директор ООО «ГРАНДЭ», г. Нижний Новгород;

Дмитриев Сергей Михайлович – ректор ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева»;

Нуриев Марат Абдулхаевич – генеральный директор ООО «Управляющая компания «Уютный дом», Республика Татарстан, г. Казань;

Ортенберг Александр Вадимович – генеральный директор ЗАО «Штрабаг». г. Москва;

Осипова Агнесса Арнольдовна – генеральный директор ЗАО «БРПИ», г. Москва;

Прохода Евгений Федорович – генеральный директор ОАО «Фармстандарт – Лексредства», г. Курск;

Сабитов Рифат Абдулвагапович – заместитель генерального директора – руководитель Регионального департамента ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания», г. Москва;

Шурукин Вячеслав Васильевич – генеральный директор ООО «Первая Логистическая Компания», Курская область, п. Ворошнево.

ЧЕТВЕРТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО РАЗВИТИЮ ПОРТОВ И СУДОХОДСТВА

и 12-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ТРАНСПОРТНАЯ ВЫСТАВКА

ТРАНСТЕК 2014

РОССИЯ • Санкт-Петербург • 1–3 октября 2014

Дирекция выставки: Россия, 199106 Санкт-Петербург, Большой пр. В. О., 103
ЗАО «Трансмех Нева Эксибишнс» • +7 812 321 2676, 321 2677 • ttn@peterlink.ru

www.transtec-neva.ru

КРЫМСКИЙ ТРАНСПОРТНЫЙ ФОРУМ

24-25 июля 2014, г. Алушта, Крым

РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ:

+7 (495) 646-01-51
+7 (812) 448-08-48

www.crimtrans.ru

В ПРОГРАММЕ:

- Развитие транспортной инфраструктуры Крыма и изменение грузопотоков в регионе
- Посещение объектов транспортной инфраструктуры Крыма

www.crimtrans.ru

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Порты Азово-Черноморского бассейна: переориентирование грузопотоков?
- Крымские порты: перспективы в новых условиях
- Железнодорожная логистика: инфраструктурные проекты и новые вопросы
- Развитие автодорожной сети Крыма

ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА:
Совет министров Республики Крым

Генеральный информационный партнёр:
Транспорт России

Эксклюзивный информационный партнёр:
РЖД-ПАРТНЕР

Официальный информационный партнёр:
ТРАНСПОРТ

Информационный спонсор:
ИТКОР

Организатор Форума:
МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОНФЕРЕНЦИИ