

Министерство образования и науки Российской Федерации



Уральский государственный экономический университет

*Ко дню рождения университета*

# **ЭКОНОМИКА, ОБЩЕСТВО, ЧЕЛОВЕК: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, РЕАЛЬНОСТЬ**

Сборник научных публикаций

Часть 1

Екатеринбург  
Издательство Уральского государственного  
экономического университета  
2015

УДК 31(082)+33(082)  
ББК 60я43+65я43  
Э40

Ответственный за выпуск

доктор экономических наук, проректор по научной работе  
Уральского государственного экономического университета  
*Д. А. Карх*

Э40 **Экономика, общество, человек : теория, методология, реальность** [Текст] : сб. науч. публикаций : [в 2 ч.] / [отв. за вып. Д. А. Карх]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. Ч. 1. – 221 с.

**ISBN 978-5-9656-0214-8**

На обширном материале рассмотрены актуальные проблемы новой экономики – от анализа антикризисных мер хозяйственной деятельности и специфики применения информационных технологий до задач науки о Земле, современных биотехнологий, гуманитарных наук. Материалы публикуются в 2 частях:

*часть 1* посвящена проблемам конкурентоспособности территорий, управления человеческими ресурсами, финансов и кредита, бухгалтерского учета и аудита, права как основы формирования образа жизни, а также актуальным вопросам теории и практики менеджмента и маркетинга в глобальном экономическом пространстве;

*часть 2* содержит статьи, раскрывающие проблемы развития информационных технологий, взаимоотношений власти и гражданского общества, инновационности, совершенствования стратегического планирования, развития биотехнологий, а также вопросы торговли, общественного питания, потребительского рынка, сервисной экономики и туризма.

Для преподавателей экономических вузов, аспирантов, а также для широкого круга читателей, интересующихся данными вопросами.

УДК 31(082)+33(082)  
ББК 60я43+65я43

**ISBN 978-5-9656-0214-8**

© Авторы, указанные в содержании, 2015  
© Уральский государственный  
экономический университет, 2015



## Обращение к читателю

Фундаментом всякого общества является экономика, возникшая вместе с человеком, существующая вместе с ним и во имя него. И на всех этапах развития общества человек, будучи, с одной стороны, субъектом экономики, а с другой – субъектом общества, находится в центре экономических процессов и явлений.

Именно этим определяется название предлагаемого вашему вниманию сборника статей ученых Уральского государственного экономического университета «Экономика, общество, человек: теория, методология, реальность», выпуск которого приурочен ко дню рождения университета.

Рубрики сборника, тематика и содержание статей так же разнообразны, как разнообразна наша «экономическая действительность». При этом составители сборника руководствовались идеей междисциплинарного подхода к научным исследованиям и целью взаимообогащения знаниями, как теоретическими, так и прикладными.

Насколько это удалось – судить вам, уважаемые коллеги.

М. В. Фёдоров  
доктор экономических наук,  
доктор геолого-минералогических наук, профессор,  
ректор Уральского государственного  
экономического университета



# Человек – природа – общество как основа конвергенции наук, образования и производства (Вместо предисловия)

---

Человеческое сообщество находится на стадии вхождения в новый технологический уклад в сочетании со всеобщей глобализацией. Между тем уровень экономического развития государств, качество жизни человека, технологическая вооруженность экономик существенно разнятся. Общественно-экономическая мысль на рубеже XX и XXI веков все активнее формирует общественное сознание в направлении конвергенции обществ, в которых мы живем. Истекший XX век в достаточной степени убеждает в необходимости сближения формаций, что, надо полагать, будет одним из основных знамений шестого технологического уклада.

В этой связи уместно отметить, что подготовленный к печати сборник научных статей «Экономика, общество, человек: теория, методология, реальность», авторами которого являются представители профессорско-преподавательского корпуса Уральского государственного экономического университета, в достаточной степени своевременен и, надеемся, будет полезен научно-образовательному сообществу.

Конвергенция «капитализм – социализм» – это не просто в некоторой степени суммирование двух систем в единую на основе политических договоров, это – единое преобразование того и другого, в результате которого может быть сформирована новая общественно-экономическая формация. Речь идет о понимании необходимости движения к смешанной, конвергентной модели общества как наиболее востребованному в наше время, оптимальному ориентиру и варианту без идеологизированных посылов. Все виды деятельности должны быть подчинены балансу общественных и частных интересов, который, однако, нельзя определить в одночасье. Должен быть найден востребуемый баланс между ними.

Баланс общественных и частных интересов требует, чтобы научно-технический прогресс охватывал все отрасли и сферы хозяйства и жизнеобеспечения страны. Необходимо пересмотреть сам экономический базис, т. е. строй общества. Другими словами, производственные отношения необходимо изменить так, чтобы они стимулировали, а не тормозили совершенствование производительных сил. Это наиболее общий – общецивилизационный – экономический закон, действующий во всех формациях – как прежних, так и будущих. Этот закон, по Гегелю, «выражает такую связь двух явлений, когда при наличии одного явления всякий раз происходит и другое». К. Маркс открыл закон соответствия производственных отношений характеру развития производительных сил, ставший общецивилизационным, межформационным, он действует независимо от «низвержения кумира». Естественно, конвергенция формаций может стать очередным объективно действующим законом общественного развития. Проблема конвергенции общественно-экономического развития, конкретно «капитализм – социализм», учеными обсуждается более четверти века.

Известны диалог Дж. К. Гэлбрейта (США) и С. М. Меньшикова (СССР) (опубликован отдельной книгой в 1988 г.), доклад Б. Гейтса 2008 г. в Давосе (опубликован в плане дискуссии в книге «Креативный капитализм», 2010 г.), уже в 2015 г. издана монография «Сознательный капитализм». Конвергентные идеи исповедовали академики Л. И. Абалкин, А. Д. Сахаров, А. Д. Некипелов, ряд других ученых. Близки к идее конвергенции функционирующие модели экономик Швеции и Китая, успешнее других преодолевающие экономические кризисы, реализующая сочетание рыночных и планомерно-регулируемых начал.

Механизм перехода от капитализма к социализированной экономике и от социализма к капитализированной очень сложен, но реален. Отчасти это объясняется тем, что ряд стран уже функционируют в условиях данной модели, а также, уместно напомнить, что новая экономическая политика 1920-х годов в нашей стране была одной из таких разновидностей конвергенции. Её лишь необходимо модифицировать применительно к новому технологическому укладу, в частности определить и реализовать регулирующую (а не управляющую) функцию государства, отработать отношения олигархата и бюрократии. Вместе с тем обязательным условием целесообразно определить индикаторы влияния на успешность социально-экономического и технологического прогресса. Таковыми, по нашему мнению, могут и должны стать и неизменно реализоваться следующие индикаторы:

1) *уровень развития и, прежде всего, признания значимости науки*, который выражается в достойной востребованности результатов труда ученого, а также одновременно в его высокой ответственности за своевременное и высококвалифицированное внедрение результатов научных разработок;

2) *уровень образования*, который должен выражаться в первую очередь в доступности, качестве и способности быть во всем на равных с высокоразвитыми странами;

3) *здоровье нации* – естественно, не ограничивая этот индикатор системой здравоохранения, а рассматривая его широко, вкпе со всеми компонентами жизнеобеспечения;

4) *духовность нации*, также не ограниченная только функционированием учреждений культуры, культовыми структурами, а проявляющаяся во всем многообразии умонастроеаний, царящих в обществе в целом, в регионах, по месту жительства, на рабочем месте;

5) *отношение общества к состоянию и рациональному поведению в области природопользования* – и в части сохранения природы, и в части ее трансформации *во имя человека*.

Набор индикаторов можно дополнять, модифицировать, но только в условиях квалифицированного, очень компетентного отношения к ним общество может и должно претендовать на надежное, признанное международным сообществом партнерство в мирохозяйственных связях при вхождении в очередной технологический уклад; только в условиях конвергенции всех пяти индикаторов общество будет способно к надежному развитию производительных сил и своевременному и высококачественному совершенствованию производственных отношений. Механизм хозяйствования устойчиво будет модифицирован под самые высокозначимые требования инновационности, новизны, жизнеобеспечения.

В богатейшей стране нашего времени – США бытует поговорка: «Америка богата потому, что у нее богатые университеты». В этом есть свой резон. Если посмотреть конвергентно на проблему реализованности всех пяти индикаторов, то очевидно положительное воздействие их на социально-экономическое развитие системы, корреспондирующееся с требованиями технологического уклада, что под силу только обществу широкообразованных граждан. По этой причине для обеспечения конвергентной действенности одновременно всех индикаторов социального прогресса один из них, а именно образованность нации, правомерно рассматривать как объективный фактор формирования общественных отношений. Все индикаторы уместно закрепить в законах развития страны.

Очевидно, что в настоящем сборнике не могут быть одновременно представлены все проблемы в видении ученых УргЭУ, но то, что такой сборник подготовлен, можно только приветствовать, и хотелось бы пожелать ему стать ежегодным выпуском.

В. П. Иваницкий  
доктор экономических наук, профессор

# Конкурентоспособность территорий и международные экономические отношения

---

**А. В. Борисенко**

магистрант кафедры экономики и права

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),

**Л. Ф. Шайбакова**

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики и права  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Проблемы реализации антикризисного плана Правительства Российской Федерации в сфере гражданской авиации

**Аннотация.** В настоящий момент в экономике Российской Федерации имеют место кризисные явления: сокращение размера денежных доходов, рост показателя инфляции, сокращение ВВП. Воздушный транспорт является одним из наиболее уязвимых видов деятельности к подобным проявлениям. Очевидным становится тот факт, что отрасли необходима государственная поддержка. В статье проанализированы основные проблемы реализации антикризисного плана Правительства РФ в 2015 г. в сфере гражданской авиации. Даны оценка результатам его реализации и рекомендации по повышению эффективности реализации мер.

**Ключевые слова:** антикризисный план; гражданская авиация; внутренние перевозки; государственная поддержка; целевое фондирование; субсидирование.

Современный уровень развития свидетельствует о том, что авиация стала одним из важнейших средств коммуникации и эффективного решения многих транспортных задач [2, с. 27].

Гражданская авиация является отраслью, которая напрямую зависит от уровня платежеспособности населения и его уровня жизни. Объемы коммерческой гражданской авиации, используемой в целях обеспечения потребностей граждан, существенно превышают объемы авиации общего назначения. Поэтому в условиях возникновения кризисных явлений в экономике гражданская авиация становится наиболее уязвимой к их проявлениям.

Основными показателями уровня жизни населения выступают: размер денежных доходов и среднемесячная заработная плата. По данным Федеральной службы государственной статистики, в январе 2015 г. денежные доходы (в среднем на душу населения) по сравнению с декабрем 2014 г. сократилась на 49,4% и увеличилась на 12,8% по сравнению с январем 2014 г. Среднемесячная начисленная заработная плата в январе 2015 г. по сравнению с январем 2014 г. выросла всего на 5,8%, что ниже уровня инфляции. Соответственно пассажирооборот в январе 2015 г. сократился на 8,3%, а процент занятости пассажирских кресел сократился на 2,9% по сравнению с январем 2014 г., как сообщается в Отчете по основным производственным показателям гражданской авиации Росавиации. Таким образом, очевидно, что проблема реализации антикризисных мер в сфере гражданской авиации чрезвычайно важна в современных условиях. Это подтверждается и тем, что авиакомпании являются одними из крупнейших работодателей и налогоплательщиков в своих регионах. Например, ОАО «АК „Уральские Авиалинии“» стала «Лучшим налогоплательщиком года – 2013», перечислив 1,2 млрд р., в том числе 300 млн р. в казну Свердловской области [3]. И наконец, особая роль гражданской авиации обусловлена географической протяженностью территории страны.

В сложившихся условиях очевидным становится тот факт, что отрасли необходима государственная поддержка. И государство принимает антикризисные меры для поддержки российских авиаперевозчиков, закрепив их распоряжением Правительства РФ от 27 января 2015 г. № 98-р «Об утверждении плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году».

В перечень первоочередных мероприятий плана по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 г. в сфере воздушного транспорта были включены:

целевое возвратное фондирование для финансирования поставки гражданских воздушных судов российского производства российским авиакомпаниям и рефинансирования текущих обязательств предприятий гражданской авиационной промышленности по кредитным договорам;

увеличение субсидирования организаций транспорта, осуществляющих региональные воздушные перевозки пассажиров на территории Российской Федерации, и формирование региональной маршрутной сети РФ в целях сохранения полетов по безальтернативным маршрутам в населенные пункты, где авиационный транспорт является единственным круглогодичным видом транспорта;

оказание дополнительной государственной поддержки осуществления внутренних воздушных перевозок и пригородного железнодорожного сообщения, включая установление на 2015–2016 гг. льготной ставки налога на добавленную стоимость в размере 10%.

Эти первоочередные мероприятия следовало реализовать в представлении проекта федерального закона и постановления Правительства в срок до 27 февраля 2015 г. При этом Министерству финансов РФ необходимо было определить объемы бюджетных ассигнований в срок до 29 января 2015 г.

Для контроля за ходом осуществления антикризисных мероприятий спикер Госдумы Сергей Нарышкин и Глава комитета Госдумы по бюджету и налогам Андрей Макаров внесли в Госдуму законопроект о порядке отчета Правительства РФ и Центробанка РФ перед Парламентом РФ о ходе реализации мер антикризисного плана. Госдума в первом чтении 24 февраля 2015 г. приняла Проект федерального закона № 718203-6 «Об отчете Правительства Российской Федерации и информации Центрального банка Российской Федерации о реализации плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году». Согласно этому документу Правительство РФ и Центробанк РФ должны ежеквартально отчитываться о реализации антикризисных мер. В силу ст. 1 законопроекта Правительство РФ и Центробанк РФ в срок, не превышающий 30 дней после завершения отчетного квартала, направляют в Государственную Думу и Совет Федерации Федерального Собрания РФ отчет Правительства РФ о реализации плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 г. Также в ст. 5 сказано, что Правительство РФ после дня вступления в силу настоящего федерального закона представляет первый отчет Правительства Российской Федерации в Государственную Думу и Совет Федерации за первое полугодие 2015 г. в срок, не превышающий 30 дней после завершения второго квартала 2015 г. Таким образом, контроль за ходом проведения антикризисных мероприятий в 2015 г. начнется только после первого полугодия и до конца 2015 г. должен быть осуществлен всего лишь дважды. При этом, как уже было сказано, первоочередные мероприятия должны были быть реализованы в срок до 27 февраля 2015 г. Предполагается, что принятие названного федерального закона позволит по-



высвить прозрачность реализации мер по обеспечению устойчивого развития экономики, но одним из важных условий эффективности проведения контроля является его своевременность.

Что касается результатов, то на официальном сайте Правительства РФ дан отчет о деятельности в рамках антикризисных действий Правительства РФ за март 2015 г.

Основными результатами в сфере гражданской авиации стали:

изменения в Правилах предоставления субсидий российским лизинговым компаниям и производителям воздушных судов на возмещение части затрат по кредитам; внесение в Госдуму законопроекта, направленного на улучшение финансового положения пассажирских авиакомпаний;

Постановлением Правительства РФ от 14 марта 2015 г. № 225 вносятся изменения в Правила предоставления субсидий российским лизинговым компаниям на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях и в государственной корпорации «Внешэкономбанк» в 2008–2015 гг., на закупку воздушных судов с последующей их передачей российским авиакомпаниям по договорам лизинга, а также указанным компаниям и производителям воздушных судов по кредитам, полученным на приобретение тренажеров для российских воздушных судов. В целях исключения кризисных последствий на финансовом рынке для российского авиастроения подписанное постановление привязывает максимальный размер субсидии к ключевой ставке Банка России по кредитам, полученным после 1 января 2015 г., но не более 0,9 от 14% годовых.

В части улучшения финансового положения пассажирских авиакомпаний Минтранс РФ был подготовлен Проект федерального закона «О внесении изменений в ст. 164 Налогового кодекса Российской Федерации». Законопроектом предусматривается снижение ставки НДС на услуги по внутренним воздушным перевозкам пассажиров и багажа, оказываемые до 1 января 2017 г., с 18 до 10%. Законопроект рассмотрен и одобрен на заседании Правительства Российской Федерации 19 марта 2015 г. Далее он был внесен в Госдуму распоряжением от 21 марта 2015 г., где и находится в настоящее время. Следует отметить, что в пояснительной записке к законопроекту в части финансово-экономического обоснования утверждается, что в результате принятия Федерального закона «О внесении изменения в ст. 164 Налогового кодекса Российской Федерации» при снижении ставки НДС на услуги по перевозке пассажиров на внутренних воздушных линиях с 18 до 10% выпадающие доходы федерального бюджета оцениваются в размере 23 млрд р. [4].

#### Динамика роста перевозки пассажиров в России за 1990–2014 гг.

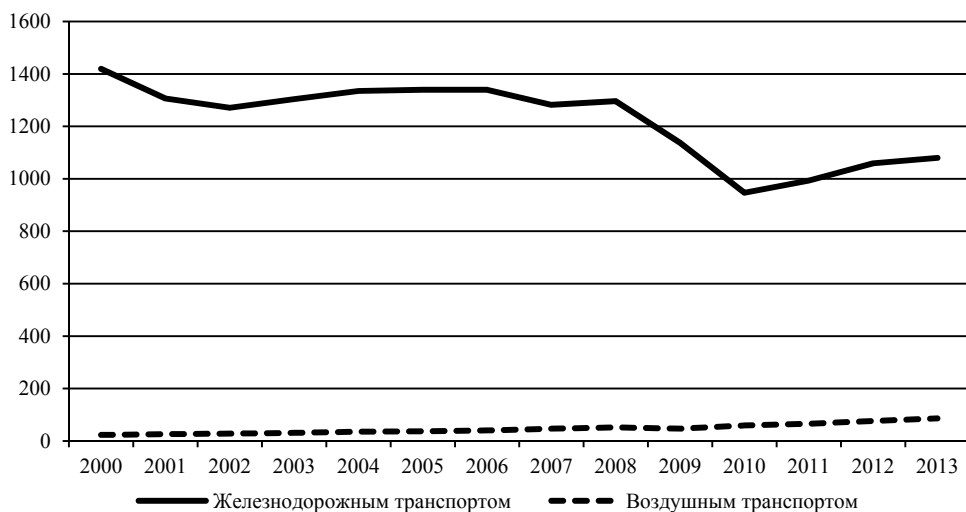
Показатель	1990	2000	2010	2011	2012	2013	2014
Перевозка пассажиров, млн человек	90,80	21,80	57,00	64,10	74,00	84,60	93,20
Внутренние перевозки, млн человек	86,40	13,40	27,80	31,40	38,60	45,40	46,90
Доля в общем объеме, %	95,15	61,47	48,77	48,99	52,16	53,66	50,32
Международные перевозки, млн человек	4,40	8,40	29,20	32,70	35,40	39,20	46,30
Доля в общем объеме, %	4,85	38,53	51,23	51,01	47,84	46,34	49,68

*Источник:* расчеты автора по данным Росавиации.

Следует отметить, что в первоочередных антикризисных мероприятиях в сфере гражданской авиации основное внимание уделено региональным внутренним перевозкам, т. е. малой авиации. Это связано с размерами территории и неравномерностью ее заселения в Российской Федерации. Поэтому региональные авиаперевозки играют большую роль в социально-экономическом развитии страны. В таблице показана динамика соотношения внутренних и международных перевозок в общем числе перевозок пассажиров за период с 1990 по 2014 г.

Из таблицы видно, что в 1990 г. Россией было перевезено почти 91,0 млн человек, что на 69 млн человек меньше, чем в 2000 г. В целом в 2000 г. был большой спад в деятельности воздушного транспорта, который сменился подъемом лишь в 2010 г. Анализ изменения доли внутренних перевозок в общем числе перевозок воздушным транспортом показал, что в СССР внутренние перевозки занимали доминирующую долю (95,2%), но с распадом СССР число внутренних перевозок начинает резко сокращаться. Пик был в 2010 г., когда международные перевозки превысили показатель в 51,2%, после чего их доля начала снижаться. В 2014 г. доля внутренних перевозок вновь начала уменьшаться.

Авиакомпании, которые осуществляют внутренние перевозки, сталкиваются с рядом типичных проблем, которые вытекают из того, что такие маршруты являются менее прибыльными, чем зарубежные. Авиатранспорту приходится конкурировать с другими видами наземного транспорта. На рисунке представлена динамика перевозки пассажиров воздушным и железнодорожным транспортом.



Динамика перевозки пассажиров воздушным транспортом, млн человек, 2000–2013 гг.

Как видно из графика, количество пассажиров железнодорожного транспорта в разы превышает количество пассажиров, перевезенных воздушным транспортом.

В связи с тем, что меры, указанные в антикризисном плане 2015 г., реализованы частично, представляется целесообразным создание законопроекта по увеличению субсидирования организаций транспорта, осуществляющих региональные воздушные перевозки пассажиров на территории Российской Федерации. Субсидирование заключается в софинансировании сформированного списка авиамаршрутов. Право на получение субсидирования получают авиаперевозчики, прошедшие конкурсный отбор, с которыми в результате будет заключен договор. После этого у пассажира появится возможность приобрести билет по специальному тарифу.

В 2014 г. на цели субсидирования государство потратило, по данным Минтранса РФ, 12,3 млрд р. [5]. Федеральным законом от 1 декабря 2014 г. № 384-ФЗ «О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов» предполагается, что объемы субсидирования в 2015 г. должны быть увеличены по сравнению с 2014 г. до 15,0 млрд р. В настоящий же момент в бюджете России на 2015 г. на эти цели выделено около 9 млрд р.

Субсидирование авиаперевозчиков, осуществляющих региональные перевозки, приведет к увеличению объема перевозок на внутренних линиях. Для авиакомпаний это означает выведение внутренних рейсов из числа нерентабельных, их общее финансовое состояние улучшится, что означает сохранение рабочих мест и объема налоговых отчислений. Доступность авиаперелетов будет способствовать социальной мобильности населения внутри страны, развитию внутреннего туризма, социально-экономическому развитию отдаленных и труднодоступных районов и общему росту качества жизни населения.

Для повышения конкурентоспособности национальной экономики на мировом рынке и реализации транспортного потенциала страны требуется развитие современной транспортной инфраструктуры, которая полностью будет отвечать существующим потребностям и перспективам развития России, а также создание единого экономического пространства страны, которое обеспечит ускоренное товародвижение и снизит транспортные издержки в экономике [1, с. 138].

### Библиографический список

1. Соболев Л. С. К вопросу развития гражданской авиации в России // Науч. вестн. МГТУ ГА. 2013. № 190.
2. Султанов Н. З. Проблемы и перспективы развития гражданской авиации в Российской Федерации // Инновационный менеджмент. 2009. № 1.
3. «Уральские авиалинии» перечислили 1,2 миллиарда рублей налогов // УралИнформБюро. 08.10.2014. URL : <http://www.uralinform.ru/news/economy/215045-uralskie-avialinii-perechislili-1-2-milliardarublei-nalogov> (дата обращения : 18.03.2015 г.).
4. Пояснительная записка «К проекту Федерального закона „О внесении изменения в статью 164 Налогового кодекса Российской Федерации“». URL : <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=129850> (дата обращения : 08.04.2015 г.).
5. Пядушкин М. Субсидирование внутренних авиаперевозок в России оставят на уровне 2014 г. // Деловой авиационный портал. 10.02.2015. URL : <http://www.ato.ru/content/subsidirovanie-vnutrennih-aviaperevozok-v-rossii-ostavyat-na-urovne-2014-goda> (дата обращения : 08.04.2015 г.).

#### В. В. Вязовская

старший преподаватель кафедры внешнеэкономической деятельности  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

### Опыт Китая по развитию конкурентоспособного туристского сектора

**Аннотация.** В статье представлен краткий обзор мер, предпринятых правительством Китайской Народной Республики для повышения конкурентоспособности и повышения доходов национального туристского сектора. Показано изменение конкурентной позиции Китая на мировом рынке туристских услуг. Отмечен рост экономических показателей развития туристского сектора.

**Ключевые слова:** международная торговля туристскими услугами; международная конкурентоспособность страны на мировом рынке туристских услуг; международные туристские прибытия; доходы туристской отрасли.

Международная торговля туристскими услугами – один из самых доходных и стремительно растущих секторов мировой экономики, испытывающих влияние и раскрывающих возможности глобализации.

Исторически складывались изолированные друг от друга национальные и региональные туристические рынки. Однако в последние десятилетия границы между национальными рынками в туризме постепенно исчезают. Общая тенденция к росту доходов позволяет отдельным лицам и семьям совершать путешествия на дальние расстояния. Повышение качества туристских услуг, инновации в области транспорта и коммуни-

каций, активное применение инструментов маркетинга в туризме и другие факторы существенно способствуют развитию глобального рынка международного туризма.

Конкурентоспособность туризма выступает многоплановой категорией, зависящей как от внешних, так и от внутренних факторов и определяющей привлекательность туристского направления. Конкурентоспособность турпродукта в первую очередь определяется качеством работы конечных поставщиков туристических услуг, т. е. уровнем конкурентоспособности туристской индустрии. Конкурентоспособность туризма зависит не только от качественного функционирования сегментов туристской индустрии, но и от уровня экономического развития страны в целом, учитывающего уровень сервисного обслуживания, развитость транспортной и гостиничной инфраструктуры, ценовую политику, качество образования и подготовки кадров и т. д.

Конкурентоспособная туристская отрасль влияет на формирование благосостояния других отраслей. При этом становление и развитие туристической отрасли находится под влиянием различных групп факторов, которые обуславливают появление спроса на определенные виды туристических услуг, образуют среду для формирования инфраструктуры туризма, опосредуют взаимосвязь между элементами туристской индустрии, препятствуют или благоприятствуют развитию туризма в стране, снижают или повышают конкурентоспособность турпродукта на мировом рынке. Специалисты отрасли по-разному классифицируют факторы, оказывающие влияние на сферу туризма:

в зависимости от действия во времени и в пространстве указанные факторы могут быть статичными или динамичными по отношению к туристической индустрии;

определяя качественные или количественные изменения в отрасли, факторы классифицируются как интенсивные и экстенсивные;

по степени влияния на развитие туристической отрасли факторы бывают позитивными (стимулирующими) и негативными (сдерживающими);

по воздействию на туристическую отрасль (прямому или опосредованному) выделяют внутренние (эндогенные) и внешние (экзогенные) факторы.

По мнению таких авторов, как А. Пун [12], Н. Ванхув [13], Дж. Ричи и Г. Крауч [14] и др., туристический сектор можно характеризовать как конкурентоспособный, только если туристическое направление привлекательно, а высококлассные продукты (услуги) конкурируют по качеству с высококлассными продуктами (услугами) других туристических направлений, нацеленных на те же сегменты рынка. В данном контексте конкурентоспособность туризма приобретает все большую важность для стран с приоритетной туристской отраслью, стремящихся занять определенную долю на быстрорастущем рынке туристских услуг.

Показательным может служить опыт развития и повышения международной конкурентоспособности туристской отрасли Китая на мировом рынке туристских услуг [1]. В 2001 г. правительство Китая поставило цель в пятилетний срок вывести страну в лидеры мирового рынка туристских услуг, объявив туризм стратегическим направлением развития экономики и двигателем внутреннего потребления [2]. Китай уже к 2001 г. совершил исторический переход от потенциально значимого туристского направления до сильной мировой туристской державы, заняв 5-е место по туристским прибытиям и доходам (после США, Испании, Франции и Италии) (табл. 1, 2), а также 7-е место по расходам на международный туризм. К 2013 г. Китай прочно закрепился в первой пятерке стран, лидирующих по основным экономическим показателям международной торговли туристскими услугами (см. рисунок).

Высокая скорость развития въездного туризма в Китае связана прежде всего с общей положительной динамикой развития мировой экономики, а также с целенаправленной политикой китайской администрации по продвижению страны в системе

международной торговли туристскими услугами. В 2003 г. в Пекине было проведено совещание Всемирной туристской организации, которое подтвердило повышенное внимание к Китаю как к потенциально успешному направлению въездного туризма. Вхождение Китая в ВТО и подготовительные мероприятия к Олимпийским играм 2008 г. усилили внимание к этой стране [3].

Таблица 1

**Страны-лидеры  
по доходам от туризма, млрд дол.**

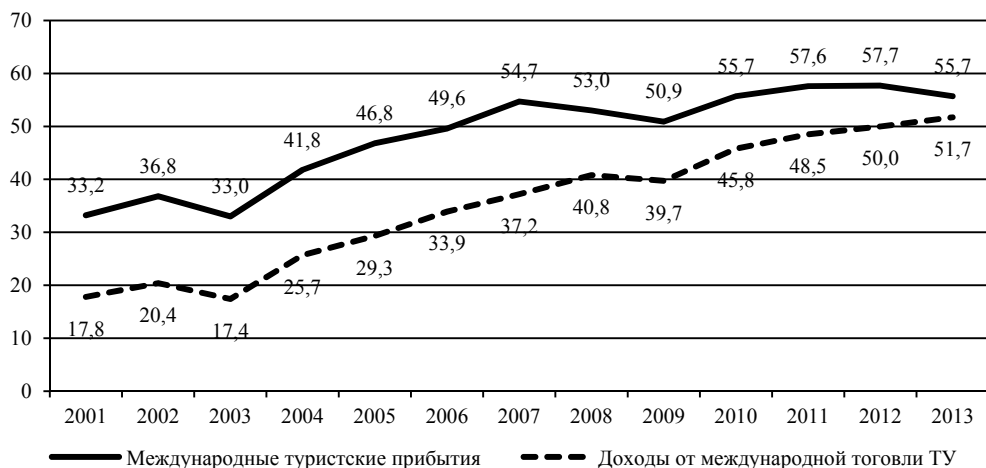
№ п/п	Направление	2001	2013
	Мир в целом	459,5	
1	США	72,3	139,6
2	Испания	32,9	60,4
3	Франция	30,0	53,6
4	Италия	25,8	43,9
5	<b>Китай</b>	<b>17,8</b>	<b>50,0</b>
6	Германия	17,2	41,2
7	Соединенное Королевство	16,3	40,6
8	Канада	10,8	–
9	Австрия	10,1	–
10	Турция	8,9	–

Таблица 2

**Страны-лидеры  
по туристским прибытиям, млн человек**

№ п/п	Направление	2001	2013
	Мир в целом	684,1	
1	Франция	76,5	–
2	Испания	49,5	60,7
3	США	45,5	69,8
4	Италия	39,1	47,7
5	<b>Китай</b>	<b>33,2</b>	<b>55,7</b>
6	Соединенное Королевство	22,8	31,2
7	Мексика	19,8	–
8	Канада	19,7	–
9	Австрия	18,2	–
10	Германия	17,9	31,5

Источник: составлено автором по [5; 6].



Показатели международной торговли туристскими услугами Китая, млн человек, млрд дол. [5; 6]

С целью стимулирования притока иностранных туристов центральное правительство Китая ввело ряд льгот в систему туристских формальностей. Так, некоторым городам и районам, например Шэньчжэню и Хайнаню, предоставлена возможность послабления визового режима. Иностранные туристы, желающие посетить Шэньчжень, могут получить пятидневную визу, а дальнейшее пребывание регулируется разрешением властей данной провинции. Провинция Хайнань установила безвизовый режим для туристов из 21 страны [4].

Рост экономических показателей деятельности туристской отрасли Китая сопровождался и постепенным повышением позиций Китая в рейтинге конкурентоспособ-

ности Всемирного экономического форума. Экспертами ВЭФ определены факторы конкурентоспособности туризма и сгруппированы для формирования индекса конкурентоспособности туристской индустрии. При составлении индекса используется комбинация данных из общедоступных источников и информации от международных организаций и экспертов в области путешествий и туризма, которая служит источником уникальной информации о множестве качественных аспектов институциональной среды и бизнес-климата. Так, в 2007 г. Китай находился на 71-м месте, ниже России, занимавшей 68-ю позицию. [7] В рейтинге конкурентоспособности за 2013 г. Китай находится уже на 45-м месте, в то время как Россия – лишь на 63-м [8]. При этом эксперты отмечают, что помимо природного и исторического наследия Китай привлекает иностранных туристов проведением большого количества международных выставок и ярмарок, работает над позиционированием на мировом рынке туристских услуг, создавая имидж универсальной дестинации. Немаловажным условием повышения международной конкурентоспособности в сфере туризма стали меры по развитию инфраструктуры, в частности авиа- и наземного транспорта. Еще одним конкурентным преимуществом Китая следует считать ценовую конкурентоспособность в сегменте размещения, питания и предоставления услуг.

Развитие международного туризма в Китае берет начало в 1970-х годах. Однако наиболее масштабные инвестиции в материальную базу и продвижение начались в преддверии подготовки к Олимпиаде-2008 [9]. «Программа развития национальной индустрии туризма и досуга на 2013–2020 гг.», опубликованная Государственным советом Китая, направлена на стимулирование активного развития сектора туризма в Китае, в частности, путем обеспечения координации деятельности различных секторов [10]. На данном этапе развития туристского сектора Китая власти планируют уделять внимание вопросам развития инфраструктуры и совершенствования организации и контроля внутреннего туризма [11].

Таким образом, мероприятия центрального правительства Китая по повышению конкурентоспособности страны на мировом рынке туристских услуг можно представить следующим образом:

1) создание и совершенствование инфраструктуры для спортивно-зрелищных мероприятий, конгрессного, событийного и выставочного туризма: увеличение количества спортивных стадионов и комплексов, выставочных павильонов и площадок, конгрессных центров, киноконцертных комплексов;

2) повышение качества авиатранспортной инфраструктуры: расширение сети региональных аэропортов, развитие транзитного потенциала, стимулирование развития лоу-кост-сегмента авиаперевозок;

3) повышение качества инфраструктуры наземного транспорта: развитие дорожной сети, улучшение качества дорог, переоснащение и обновление транспортного парка;

4) совершенствование визового режима: максимальное упрощение визовых процедур и введение безвизового режима для туристов из отдельных стран;

5) развитие туристической отрасли как одной из приоритетных отраслей экономики: повышение эффективности маркетинга и брендинга страны для привлечения иностранных туристов, увеличение государственных расходов на развитие отрасли туризма и продвижение страны за рубежом, в том числе за счет открытия информационных туристических центров, регулирование ценообразования и тарифной политики (стоимости авиабилетов и величины аэропортовых сборов, ценовой политики отелей, стоимости транспортного и экскурсионного обслуживания);

6) гарантии безопасности иностранных граждан: обеспечение надежности работы правоохранительных органов, принятие мер по защите граждан и бизнеса от тер-

рористических актов, стихийных бедствий, политических акций, преступности, сокращение числа дорожно-транспортных происшествий;

7) соблюдение требований охраны окружающей среды: ужесточение практики применения природоохранного законодательства и экологического регулирования, контроль концентрации твердых частиц в воздухе и выбросов углекислого газа предприятиями и автотранспортом, поддержание принципов устойчивости развития сектора туризма и путешествий.

По прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. число международных туристских прибытий в Китай достигнет 137 млн (8,6% мирового рынка туристских услуг), что в свою очередь отразится и на доходах страны.

### Библиографический список

1. *Fu Jian*. Quest for green growth: China, EU step up efforts to forge clean energy path as both see opportunities in each other's market // *China Daily: European Weekly*. 2001. June 3.
2. *Remarks of President of the European Council Herman Van Rompuy on China's Five-Year Development Plan* // *Fu Jian*. Quest for green growth: China, EU step up efforts to forge clean energy path as both see opportunities in each other's market // *China Daily: European Weekly*. 2001. June 3.
3. *Нечай А. А., Чэнь Ян Ян*. Тенденции развития международного туристического рынка и особенно въездного туризма в Китае // Беларусь и мировые экономические процессы : сб. науч. ст. 2011. Вып. 8.
4. *Хоу Вэньжу*. Политика Китая в отношении внешней миграции // *Проблемы Дальнего Востока*. 2002. № 6.
5. *UNWTO Tourism Highlights, 2002*. World Tourism Organization, 2002.
6. *UNWTO Tourism Highlights, 2014*. World Tourism Organization, 2014.
7. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007*. World Economic Forum, 2007.
8. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*. World Economic Forum, 2013.
9. *Travel & Tourism Economic Impact 2013 : China*. World Travel & Tourism Council, 2013. URL : [http://www.wtcc.org/site\\_media/uploads/downloads/china2013.pdf](http://www.wtcc.org/site_media/uploads/downloads/china2013.pdf).
10. *Новая национальная стратегия развития туризма Китая направлена на увеличение въездного туризма* : [UNWTO press release no. PR13018]. URL : <http://media.unwto.org/ru/press-release/2013-03-25/novaya-natsionalnaya-strategiya-razvitiya-turizma-kitaya-napravlena-na-uvel>.
11. *Notice on the Publication of the Outline for National Tourism and Leisure (2013–2020) by the General Office of the State Council*. URL: [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/the\\_outline\\_for\\_national\\_tourism\\_and\\_leisure\\_2013-2020\\_0.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/the_outline_for_national_tourism_and_leisure_2013-2020_0.pdf).
12. *Poon A*. Tourism, technology and competitive strategies. C.A.B. International, 1993.
13. *Vanhove N*. The economics of tourism destinations. 2<sup>nd</sup> ed. Routledge, 2010.
14. *Ritchie J. R. B., Crouch G*. Competitiveness in international tourism : a framework for understanding and analysis // *Proceedings of the 43<sup>rd</sup> congress of the International Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST)*. San Carlos de Bariloche, 2003.

**И. В. Ивлиев**

доцент кафедры политической экономики

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Национальный счет распределения первичных доходов как основной критерий конкурентоспособности территорий

**Аннотация.** В статье на основе анализа существующих теорий распределения рассматривается взаимосвязь макроэкономических показателей счета распределения первичных доходов. Автором в соответствии с методологией СНС выделяются стоимостные потоки, которые характеризуют основные элементы исследуемого счета. В статье показано, что убывание коэффициента равновесия для потока «валовая прибыль и валовые смешанные доходы» влияет на ненадежность рынка в РФ. Стоимостной поток «оплата труда наемных работников» показывает, что его провал создавал большой доход у предпринимателей. Данные о потоке «доходы от собственности» свидетельствуют, что величина  $K_p$ , получаемая российской стороной, значительно меньше дохода, который отдают россияне за рубеж. Сформулирована периодичность в распределении национального дохода: вхождение в рынок (1995–1998 гг.), освоение рынка (1999–2003 гг.), активная рыночная деятельность (2004–2013 гг.).

**Ключевые слова:** национальный доход; теории распределения; система национальных счетов (СНС); стоимостные потоки; коэффициенты равновесия ( $K_p$ ).

Как известно, эффективность рыночной экономики определяется уровнем получаемых доходов, а также динамикой их изменения. Поэтому оценка кругооборота национального дохода является центральным положением в теории и практике исследований по экономике. При этом необходимо отметить, что на разных этапах становления и развития рынка представления о сущности и формах распределения доходов менялись [3, с. 18].

Основным этапом развития теории распределения выступают исследования английских классиков политэкономии, среди которых выделяется А. Смит. В работе «Исследования о природе и причинах богатства народов» он определяет стоимость любого товара как сумму стоимости следующих компонентов: заработной платы, земельной ренты и прибыли. Поскольку во времена А. Смита предприниматель и владелец капитала выступали в одном лице, постольку классик не отделял прибыль от процента на капитал. Исследования А. Смита, как считают экономисты, можно свести к двум подходам: первый – «псевдораспределение», когда оцениваются средние значения компонентов, например, заработная плата, приходящаяся на одного работника, прибыль – в процентах от вложений, рента – на акр земли. Второй подход – естественный, т. е. разделение совокупного продукта между заработной платой, прибылью и рентой [1, с. 18].

Положения А. Смита конкретизирует Д. Рикардо в своей книге «Начала политической экономии». Он утверждает, что доли, достающиеся каждому из классов под терминами «рента», «прибыль», «заработная плата», весьма различны на разных стадиях общественного развития. Поэтому основную задачу политэкономии он видел в формулировке законов, которые управляют этим распределением [8, с. 34].

Другой классик Д. Милль, развивая теоретическую схему Д. Рикардо, делает интересный вывод, который актуален и в наши дни. Он утверждает, что существуют законы производства, которые относятся к истинам естественного порядка, а также есть законы распределения богатства, которыми занимаются исключительно человеческие институты (законы собственности, законы наследования, система земельной аренды). Не случайно институционализм, особенно востребованный в наши дни, развивается тогда, когда формируются предпосылки появления прогрессивных открытий в производственной деятельности. Вполне логично, что этому этапу соответствует институциональное «оформление» всего нового [6, с. 77].



Говоря о трудах классиков, нельзя не сказать об исследованиях К. Маркса в области теории распределения. Присвоение прибавочной стоимости и эксплуатация рабочих, по мнению классика, – это не следствие произвола на рынке. Это действие закона стоимости при капитализме. Такой закон ведет к непропорциональному распределению доходов, которому, как правило, соответствует повышение эффективности производства, с одной стороны, и безжалостная эксплуатация всех используемых ресурсов – с другой. При этом представления о справедливости размываются, происходит постоянная трансформация человеческих ценностей [7, с. 81].

Современные исследования теории и практики распределения доходов в качестве эвристического метода описания потоков основаны на использовании модели рыночного равновесия [9, с. 244]. Данный подход в наибольшей степени реализован первоначально А. Маршаллом, который применил инструментарий равновесия для анализа сформулированного им определения чистого национального годового дохода. Далее К. Кларком в рамках методологии А. Маршалла конкретизированы положения о роли национального продукта и национального дохода. Наконец, Дж. Хиксом в работе «Стоимость и капитал» разработана концепция доходов, которая привела к созданию унифицированной системы определений и классификаций национального счетоводства. Однако, как нам представляется, наиболее важные принципы рыночного равновесия для различных счетов макроэкономической системы определены Дж. М. Кейнсом и его учеником Р. Стоуном. Они разработали алгоритм взаимосвязанных макроэкономических показателей и доказали, что органы государственного управления, воздействуя на одни переменные на входе системы, могут добиваться изменений в желаемом направлении других переменных на выходе этой системы [2, с. 7].

При положительном избыточном спросе рыночные агенты будут предлагать более высокие цены. Например, производство инновационных товаров потребует привлечения более квалифицированного труда, что увеличит стоимость потока добавленной стоимости, использованного на оплату труда наемных работников. В случае же избыточного предложения участники рынка будут снижать стоимость потока. Например, высокие налоговые ставки приведут к тому, что правительство сократит налоговый пресс и, таким образом, расширит круг налогоплательщиков. И в том, и в другом случае результатом конкретного рыночного поведения будет изменение величины стоимостного потока «ВВП», который рассчитывается на основе метода обоснованных оценок.

Если избыточный спрос равен единице, то рынок характеризуется нормальной надежностью [2, с. 82]. Отклонения избыточного спроса приводят рыночные отношения к состояниям ненадежности и неравновесия. В последнем случае требуемые количества стоимостных потоков не соответствуют предложенной стоимости, и, таким образом, возникают условия давления на цены.

Для счета распределения первичных доходов, который показывает величину созданного в стране национального дохода, мы в соответствии с методологией СНС-93 выделяем следующие потоки: оплата труда наемных работников, сальдо заработной платы, полученной за границей и выплаченной в России нерезидентам, налоги на производство и импорт, субсидии на производство и импорт, сальдо доходов от собственности, полученных от «остального мира» и переданных «остальному миру», наконец, балансирующий поток – валовый национальный доход.

Наши исследования за период с 1995 г. по настоящее время показывают, что рынок в России подвержен целенаправленному регулированию со стороны правительства, и нет оснований утверждать, что требуются кардинальные изменения в политике формирования и распределения доходов. Действительно, до тех пор пока большин-

ство населения поддерживает предложенные принципы распределения доходов, речь может идти только о корректировке их дифференциации.

Сравнение различных стоимостных потоков с балансирующей статьей счета распределения первичных доходов – ВНД – в рамках обогащенной модели рыночного равновесия позволяет утверждать, что объем равновесного спроса за исследуемый период колебался в интервале примерно 34% от среднего равновесного значения по потоку «валовая прибыль и валовые смешанные доходы» (30 к. валовой прибыли и валовых смешанных доходов на 1 р. ВНД в 2013 г.), 23% от среднего равновесного значения по потоку «оплата труда наемных работников» (53 к. оплаты труда наемных работников на 1 р. ВНД в 2013 г.), 90% от среднего равновесного значения по потоку «сальдо заработной платы, полученной за границей и выплаченной в России нерезидентам» (0,6 к. сальдо заработной платы, полученной за границей и выплаченной в России нерезидентом на 1 р. ВНД в 2013 г.), 24% от среднего равновесного значения по потоку «налоги на производство и импорт» («21 к. налогов на производство и импорт на 1 р. ВНД в 2013 г.), 84% от среднего равновесного значения по потоку «субсидии на производство и импорт» (1 к. субсидий на производство и импорт на 1 р. ВНД в 2013 г.), 25% от среднего равновесного значения по потоку «доходы от собственности, полученные от „остального мира“» (1 к. доходов от собственности, полученных от «остального мира», на 1 р. ВНД в 2013 г.), 67% от среднего равновесного значения по потоку «доходы от собственности, переданные „остальному миру“» (5 к. доходов от собственности, переданных «остальному миру», на 1 р. ВНД в 2013 г.).

Данная статистика показывает, что роль правительства в последнее десятилетие проявлялась в том, что благодаря систематическим изменениям пропорций в структуре воспроизводства, а именно «мягкой» политике по отношению к формированию потоков по оплате труда, субсидий на производство и импорт, доходов от собственности, переданных «остальному миру», и более жесткому регулированию потоков валовой прибыли, сальдо заработной платы, налогов на производство и импорт, доходов от собственности, полученных от «остального мира», было обеспечено меньшее давление на выпуск в рыночных ценах, что создало условия для повышения конкурентоспособности отечественных товаров.

В целом незначительные отклонения  $K_p$  (менее 50% по потокам валовой прибыли, налогов на производство и импорт, доходов от собственности, полученных от «остального мира», от средней величины равновесия) подтверждают идею о достаточно высокой степени надежности рыночной системы России.

Данный вывод интересно проанализировать для каждого стоимостного потока в отдельности.

Равновесные значения  $K_p$   $V2g + V3g$ , т. е. стоимостного потока валовой прибыли и валовых смешанных доходов, имеют понижательную тенденцию с 1999 г., причем последние 3 года можно наблюдать самые низкие значения  $K_p$  за весь обследованный период. Продолжение такой тенденции будет свидетельствовать о нарастающей ненадежности рынка в РФ.

Стоимостной поток « $K_p$   $D1$ », т. е. стоимостной поток оплаты труда наемных работников, характеризуется десятилетним провалом (1999–2009 гг.) по сравнению с началом обследования и его завершением. В течение этого провала значения  $K_p$  ни разу не поднимались выше 50 к. оплаты труда на 1 р. национального дохода, т. е. в указанные годы наблюдался приоритет в интересах создания большего дохода у предпринимателей.

Для следующего стоимостного потока «сальдо заработной платы, полученной за границей и выплаченной в России нерезидентам» характерны две закономерности.

Во-первых, на протяжении всех 19 лет (1195–2013 гг.) сальдо было отрицательным, т. е. нерезиденты получали всегда больше доходов, чем представители России. Во-вторых, доход нерезидентов выше на ничтожную величину – примерно 0,2 к. на каждый рубль ВНД. Это говорит о том, что правительство «держит руку на пульсе», практически выдерживая баланс. Однако с 2006 г. пропорция достаточно резко начинает возрастать, достигая в среднем 0,6 к. на 1 р. ВНД. А если учесть, что национальный доход постоянно возрастает, то в абсолютных числах наблюдается все большая величина вывозимого дохода из России.

Значительный аналитический интерес вызывает стоимостной поток, который в основном формирует бюджет страны. Речь идет о налогах на производство и импорт, коэффициент  $K_p$  которого имеет незначительную амплитуду колебаний. Можно с большой вероятностью сказать, что это один из приоритетов экономической политики, который, как указывалось ранее, жестко регулируется государством. В настоящее время отношение налогов к национальному доходу самое высокое за рассматриваемый период, но при этом оно позволяет государству получать доходы на величину не более 20,23% от ВНД.

Стоимостной поток « $K_p$  D3», т. е. поток субсидий на производство и импорт, практически отражает сущность новой экономики, которая в годы перестройки ориентировала всех производителей на внедрение хозрасчетных отношений и отказ от государственной поддержки убыточных и нерентабельных производств. Можно наблюдать последовательную закономерность снижения доли участия государства в проблемных предприятиях: сначала 6 к. на 1 р. ВНД (1995 г.), далее 5 к. (1996–1997 гг.), затем 4 к. (1998 г.), 3, 2 и, наконец, 1 к. в настоящее время.

**Значения коэффициента равновесия  $K_p$   
для показателей счета распределения первичных доходов**

Показатель	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
$K_p - B2g + B3g$	0,43	0,35	0,34	0,37	0,46	0,43	0,42	0,40	0,37	0,37
$K_p - D1$	0,45	0,51	0,52	0,50	0,41	0,41	0,43	0,46	0,48	0,47
$K_p - C$	-0,001	-0,001	-0,001	-0,0003	-0,001	-0,001	-0,0004	-0,00006	-0,0003	-0,0004
$K_p - D2$	0,18	0,19	0,21	0,21	0,19	0,20	0,17	0,16	0,18	0,18
$K_p - D3$	0,06	0,05	0,05	0,04	0,03	0,02	0,02	0,01	0,02	0,02
$K_p - D4^*$	0,01	0,04	0,01	0,01	0,02	0,02	0,03	0,01	0,02	0,02
$K_p - D4^{**}$	0,023	0,02	0,03	0,05	0,05	0,04	0,03	0,02	0,05	0,04
Статистическая погрешность	0,5	0,7	0,6	0,3	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,02

Показатель	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
$K_p - B2g + B3g$	0,37	0,36	0,35	0,33	0,31	0,33	0,32	0,30	0,30
$K_p - D1$	0,44	0,45	0,47	0,47	0,53	0,50	0,50	0,51	0,53
$K_p - C$	-0,002	-0,004	-0,006	-0,009	-0,007	-0,005	-0,005	-0,006	-0,006
$K_p - D2$	0,21	0,21	0,20	0,21	0,18	0,19	0,21	0,21	0,21
$K_p - D3$	0,02	0,03	0,03	0,04	0,02	0,02	0,02	0,02	0,01
$K_p - D4^*$	0,02	0,03	0,03	0,04	0,02	0,02	0,02	0,02	0,01
$K_p - D4^{**}$	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,04	0,05	0,05
Статистическая погрешность	-0,03	-0,03	-0,03	-0,04	-0,03	-0,03	-0,01	-0,03	-0,01

Следующие два потока – доходы от собственности, полученные от «остального мира», и доходы от собственности, переданные «остальному миру», т. е. « $K_p$  D4\*» и « $K_p$  D4\*\*», которые целесообразно анализировать вместе. Действительно, их экономический смысл одинаков – это получение доходов собственниками от активов, которые они не использовали в собственном производстве, а передали другим производи-

телям. Данные таблицы свидетельствуют, что величина  $K_p$ , получаемая российской стороной, практически в два раза меньше дохода, который отдают россияне за рубеж. Исключения составляют лишь 4 года из 19 (1996, 2001, 2007–2008 гг.).

В целом, подводя итоги анализа, необходимо обратить внимание на данные строки таблицы «Статистическая погрешность». Представленный ряд, как нам думается, можно четко разбить на три периода: первый – вхождение в рынок (1995–1998 гг.), второй – освоение рынка (1999–2003 гг.), третий – активная рыночная деятельность (2004–2013 гг.). Особенности последнего периода заключаются в том, что незначительная доля национального дохода формирует определенный его профицит, в отличие от хронического дефицита на первом этапе.

При этом сложившиеся пропорции счета распределения первичных доходов в основном характеризуются равновесием интересов основных получателей доходов. Очевидно, что российская практика социального партнерства вызывает раздражение у международных конкурентов, что подтверждается событиями 2014–2015 гг., связанными с ситуацией на валютных рынках, санкционными мероприятиями, а также попытками втянуть Россию в открытый конфликт на Украине.

### Библиографический список

1. *Барр Р.* Политическая экономия : [в 2 т.] : [пер. с фр.]. М. : Междунар. отношения, 1994. Т. 2.
2. *Боткин О. И., Гуленок О. И.* Концептуальное обоснование роли государства в современной экономике // Журн. экон. теории. Институт экономики УрО РАН. 2014. № 3.
3. *Горшков А. В.* Может ли экономическая теория быть универсальной, или Зачем нужна теория национального хозяйства России? // Известия Уральского государственного экономического университета. 2012. № 4(42).
4. *Горбунов В. К.* Модель экономики с обобщенным рыночным спросом и единственным равновесием // Журн. экон. теории. Институт экономики УрО РАН. 2012. № 4.
5. *Ивлев И. В.* Теоретические основы исследования национальных счетов : [монография]. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2012.
6. *Малкина М. Ю., Лавров С. Ю.* Институциональные аспекты современных циклов и кризисов // Журн. экон. теории. Институт экономики УрО РАН. 2012. № 1.
7. *Мерко А. И.* Ценностные ориентиры бизнеса в рыночной экономике // Известия Уральского государственного экономического университета. 2010. № 4(30).
8. *Сэндлер Т.* Экономические концепции для общественных наук : [пер. с англ.]. М. : Весь Мир, 2006.
9. *Экономическая безопасность России : уроки кризиса и перспективы роста / под ред. В. А. Черешнева, А. И. Татаркина, М. В. Федорова.* Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2012. Т. 1.

**В. В. Килин**

*доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## **Перспективы развития внешнеторговой деятельности России в условиях формирования ЕАЭС**

**Аннотация.** В статье исследованы вызовы, риски и пути развития внешнеторговой деятельности России в современных условиях активизации евразийской экономической интеграции и формирования Евразийского экономического союза Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации, а также будущего государства-члена «нового Союза» Кыргызской Республики. Автором анализируются основные изменения динамики развития внешней и взаимной торговли России, Беларуси и Казахстана за период функционирования Таможенного союза и Единого экономического пространства, показатели поступления в российский федеральный бюджет таможенных и иных платежей. Предложены ключевые, первоочередные меры преодоления кризисных явлений в международной торговле, пути совершенствования внешней и взаимной торговли товарами нашей страны в рамках функционирования Евразийского экономического союза, а также определены перспективы развития процессов экономической интеграции на постсоветском пространстве.

**Ключевые слова:** взаимная и внешняя торговля; Евразийский экономический союз; импорт; мировая экономика; экспорт.

Современный этап сотрудничества субъектов мирового хозяйства характеризуется расширением спектра факторов влияния на их торгово-экономические отношения, инвестиционный обмен товарами и услугами, производственно-технологические взаимосвязи и кооперацию, которые условно делятся на внутренние и внешние, со сферой действия на национальном, региональном и глобальном уровнях [12, с. 4]. Преодоление внешних и внутренних вызовов, рисков и угроз экономической безопасности России, Беларуси, Казахстана заложило основу зарождения евразийской региональной экономической интеграции. Многолетний практический опыт торгово-экономического сотрудничества в различных сферах государств-участников Содружества Независимых Государств позволил запустить многоуровневую и разноскоростную интеграцию на постсоветском пространстве, создать такие востребованные форматы сотрудничества, как: Союзное государство Белоруссии и России, Организация Договора о коллективной безопасности, Евразийское экономическое сообщество, Таможенный союз (ТС) и Единое экономическое пространство (ЕЭП) Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации [7, с. 235–236].

Следует отметить, некоторые зарубежные эксперты полагают, что экономическая основа для региональной интеграции на постсоветском пространстве является второстепенной, а главная движущая сила – это политические интересы. Так, эксперт Всемирного банка Люисо Виньяс де Соуза отмечает, что Таможенный союз может стать снижающим ВВП фактором, поскольку негативные результаты от сворачивания торговли с отдельными ведущими государствами несомненно возобладают над какими бы то ни было положительными эффектами от появления новых внешнеторговых возможностей. Однако необходимо отметить, что эта точка зрения вызывает серьезные сомнения. Исключительно важным моментом развития Таможенного союза является то обстоятельство, что этот интеграционный формат вызвал заинтересованность ряда третьих стран в установлении преференциального режима – режима свободной торговли, а также последующего вступления в ТС и ЕЭП [8, с. 72].

В соответствии с Договором «О Евразийском экономическом союзе» (ЕАЭС), подписанным в г. Астане 29 мая 2014 г. главами государств-членов ТС и ЕЭП, и Договором от 10 октября 2014 г. «О присоединении Республики Армения к Договору о ЕАЭС от 29 мая 2014 г.» на евразийском пространстве с 1 января 2015 г. функцио-

нирует Евразийский экономический союз Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации. После завершения процесса адаптации законодательства к нормативно-правовой базе ТС и ЕЭП в соответствии с Договором от 23 декабря 2014 г. «О присоединении Кыргызской Республики к Договору о ЕАЭС от 29 мая 2014 г.» к ним присоединится и станет полноправным членом «нового Союза» Кыргызская Республика. Дальнейшая стратегия внешнеэкономического развития Евразийского экономического союза на современном этапе строится исходя из понимания значения и закономерностей долгосрочного экономического роста, с учетом природы переживаемого в настоящее время глобального мирового кризиса, а также последствий, связанных с введением под нажимом правящих кругов Соединенных Штатов Америки (США), Европейского союза (ЕС) и отдельных стран антироссийских экономических санкций [2, с. 5]. Наряду с этим независимое экспертное сообщество обращает внимание на тревожную ситуацию не только для США, но и для всей мировой экономики и международной торговли, связанную с тем, что государственный долг США уже стал выше, чем ВВП этой страны. Достаточно много проблем в настоящее время в еврозоне. Например, долг отдельных стран-членов ЕС, относящихся к так называемым государствам-должникам, достигает 174% к ВВП [9].

Таблица 1

**Внешняя торговля России по основным группам государств и странам за 2009–2014 гг., млрд дол. США**

Наименование	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Изменение, %	
							2014 к 2009	2014 к 2013
Весь Мир	471,47	625,98	821,35	841,87	844,20	782,92	166,06	92,74
ЕС	235,58	306,99	393,99	409,59	417,45	377,30	160,12	90,38
В том числе:								
Нидерланды	39,54	58,42	68,62	82,86	75,96	73,21	185,15	96,38
Германия	40,01	52,36	71,84	73,30	74,94	70,09	175,18	93,53
Италия	33,44	37,52	46,06	45,73	53,87	48,47	144,95	89,98
Польша	16,55	20,76	28,02	27,36	27,91	23,01	139,03	82,44
Соединенное Королевство	12,67	15,89	21,18	23,22	24,56	19,31	152,41	78,62
Франция	17,21	22,46	28,14	24,33	22,22	18,32	106,45	82,45
Финляндия	12,99	16,75	18,87	17,01	18,70	15,95	122,79	85,29
Бельгия	6,35	8,19	11,60	11,29	11,76	12,79	201,42	108,76
Латвия	4,50	6,57	8,06	9,63	11,22	13,27	294,89	118,27
Чехия	6,55	8,42	9,95	10,28	11,30	10,06	153,59	89,03
Испания	5,34	7,09	10,47	10,63	10,94	8,92	167,04	81,54
АТЭС	96,26	145,21	196,50	200,31	208,63	211,18	219,38	101,22
В том числе:								
Китай	38,94	59,29	83,23	87,39	88,79	88,39	226,99	99,55
Япония	14,39	23,09	29,66	31,15	33,22	30,79	213,97	92,69
США	18,18	23,42	31,01	28,18	27,64	29,18	160,51	105,57
Республика Корея	10,42	17,73	24,94	24,81	25,17	27,31	262,09	108,50
СНГ	73,74	91,33	122,56	124,12	114,80	95,61	129,66	83,28
В том числе:								
Украина	22,47	37,19	50,62	45,16	39,60	27,86	123,99	70,35
Кыргызстан	1,28	1,38	1,45	1,83	2,14	1,81	141,41	84,58
Армения	0,71	0,86	0,99	1,22	1,35	1,40	197,18	103,70
Таджикистан	0,78	0,89	0,81	0,75	0,76	0,92	117,95	121,05

Источник: расчеты по данным Федеральной таможенной службы РФ. URL : <http://www.customs.ru>.

Внешнеторговая деятельность играет важную роль в экономике Российской Федерации в связи с тем, что составляет достаточно существенную долю в ВВП и обеспе-

чивает поступления в федеральный бюджет таможенных пошлин, налогов, сборов в объеме, превышающем 50% его доходной части [3, с. 2]. Достигнутые результаты, динамика развития внешнеторговой деятельности России в условиях функционирования ТС и ЕЭП, формирования ЕАЭС и последствий «взаимных экономических санкций» по отдельным странам и группам государств с 2009 по 2014 г. представлены в табл. 1 [11].

Результаты проведенного анализа (табл. 1) свидетельствуют о поступательном росте внешней торговли Российской Федерации за 2009–2013 гг., за исключением 2014 г. В прошлом году в связи с новыми вызовами и рисками в мировой экономике и международной торговле отмечены определенная нестабильность, падение отдельных показателей. Следует отметить, что крупным внешнеторговым партнером России является Европейский союз. Вместе с тем в 2014 г. внешнеторговый оборот РФ и ЕС в силу имеющихся противоречий и взаимных экономических санкций снизился на 9,6%. Также внешнеторговый оборот России со странами-членами СНГ уменьшился на 16,7%. При этом, например, внешняя торговля с государствами АТЭС, Азиатско-Тихоокеанского региона, наоборот, возросла на 1,2%. Спровоцированный США кризис на Украине и политика антироссийских санкций привели к переломному моменту в отношениях России с Западом. Одновременно данные события говорят о зарождении новой, посткризисной системы международных отношений в глобальной экономике и мировой торговле, более сбалансированных между развитыми и развивающимися-ся странами [10, с. 15].

В качестве основных показателей, отражающих уровень результативности процесса евразийской экономической интеграции, следует назвать итоги развития взаимной и внешней торговли товарами Российской Федерации, Республики Беларусь и Республики Казахстан за период с 2010 по 2014 г., которые приведены в табл. 2 [4].

Полученные в ходе проведенного исследования результаты (табл. 2) показывают, что взаимная торговля России в рамках Евразийского экономического союза расширялась в течение 2010–2012 гг., а снижалась в 2013–2014 гг., так как составила 91,9% к итогу 2012 г. и 88,0% – к 2013 г. Однако общие цифры не позволяют корректно и объективно оценивать тенденции развития взаимной торговли. Необходимо при проведении анализа «очищать» общий товарооборот от торговли топливно-энергетическими товарами. Во-первых, потому, что конъюнктура на них весьма изменчива, во-вторых, эти товары практически выведены за контуры единого нормативного поля ТС

Таблица 2

**Взаимная и внешняя торговля России и государств-членов ТС и ЕЭП за 2010–2014 гг., млрд дол. США**

Период	Россия		Беларусь		Казахстан		ТС и ЕЭП, всего	
	Объем	% к предыдущему году	Объем	% к предыдущему году	Объем	% к предыдущему году	Объем	% к предыдущему году
Показатели взаимной торговли государств-членов ТС и ЕЭП								
2010	30,7	–	10,4	–	6,0	–	47,1	–
2011	40,8	132,9	15,2	146,2	7,1	118,3	63,1	133,9
2012	44,5	109,1	17,1	112,5	6,2	87,3	67,8	107,4
2013	40,9	91,9	17,7	103,5	5,9	95,2	64,5	95,1
2014	36,0	88,0	16,2	91,5	5,2	88,1	57,4	89,0
Показатели внешней торговли государств-членов ТС и ЕЭП со всеми странами								
2010	582,7	–	31,1	–	72,5	–	686,3	–
2011	762,6	130,9	46,4	149,2	98,2	135,4	907,2	132,2
2012	778,0	102,0	47,7	102,8	108,9	110,9	934,6	103,0
2013	784,5	100,8	39,5	82,8	108,9	100,0	932,9	99,8
2014	730,4	93,1	38,4	97,2	99,8	91,6	868,6	93,1

Источник: расчеты по данным Евразийской экономической комиссии. URL : <http://www.eurasiancommission.org/ru>.

и ЕЭП, их оборот регулируется условно в «ручном режиме» в двустороннем формате, что зачастую приводит к резким всплескам или провалам результатов. Например, в 2013 г. заметно снизились поставки российской нефти в Республику Беларусь. Это определило более чем 30%-ное снижение стоимости российского экспорта в РБ и соответственно потянуло вниз общий показатель взаимной торговли государств-членов ТС и ЕЭП. Вместе с тем растущей доминантой 2013 г. была продукция агропромышленного комплекса, в частности, можно отметить увеличение в полтора раза физических объемов поставок казахстанской пшеницы на рынок ЕЭП. С момента образования Таможенного союза наблюдается позитивная тенденция к росту доли взаимной торговли такими товарными группами, как машины, оборудование и транспортные средства, продукция химической промышленности, при одновременном снижении удельного веса топливно-энергетических товаров. Если в 2011 г. удельный вес этих товаров составлял 34,9% объема взаимной торговли, то в 2012 г. – 33,4%, а в 2013 г. – 28,9% [5, с. 49–50].

Накопленный странами-партнерами потенциал и имеющиеся резервы развития взаимной торговли были реализованы в первые годы евразийской интеграции. Необходимо учитывать в качестве объективных причин то, что с переходом к режиму единого рынка постепенно меняется структура торговли углеводородами, на которые приходилась значительная доля товарооборота в государствах-членах ЕАЭС. Прежде всего, это касается взаимной торговли России с Казахстаном, и в некоторой степени – торговли с Беларусью. В условиях замедления мирового экономического роста и текущего сокращения стоимостных объемов взаимной торговли внутри ЕАЭС международные эксперты отмечают первостепенную значимость реализации вопросов, связанных с устранением нетарифных барьеров, исключением «изъятий» из Единого таможенного тарифа ЕАЭС, сближением внутри интеграционного объединения как главного источника потенциального увеличения взаимного товарооборота, ростом добросовестной конкуренции и дальнейшим углублением производственной кооперации, а также расширением интеграционных связей. Актуален вопрос развития интеграции в сфере электроэнергетики, нефти и газа, а также производства различных видов «чувствительной» продукции. Важно расширять взаимную торговлю с расчетами в национальных валютах, развивать систему сближения курсовой политики. Главным же «двигателем» евразийской интеграции должны стать единые кооперационные цепочки между производственными предприятиями государств-членов ЕАЭС и общие проекты по производству инновационной, конкурентоспособной, экспортно-ориентированной продукции, не связанной с сырьевыми секторами экономики. Разработка и последовательная реализация комплекса антикризисных мероприятий позволит также Республике Беларусь и Республике Казахстан, наряду с Российской Федерацией, в рамках формирования ЕАЭС повысить показатели внешней торговли товарами со всеми странами. Результаты проведенного анализа (табл. 2) свидетельствуют, что аналогично сложившейся в России ситуации в Казахстане внешнеторговый оборот в 2014 г. по сравнению с 2013 г. уменьшился на 8,4%. А, например, в Беларуси показатели внешней торговли товарами с третьими странами в 2013 г. упали по отношению к 2012 г. на 17,2%, в 2014 г. – снизились на 2,8%.

Наполнение доходной части российского федерального бюджета остается одним из важных показателей, отражающих уровень и динамику развития внешнеторговой деятельности. Основные данные о поступлениях таможенных платежей в федеральный бюджет нашей страны за последние шесть лет представлены в табл. 3 [11].

Результаты приведенного исследования (табл. 3) показывают достаточно стабильный рост объемов взимания российскими таможенными органами и перечисления



в федеральный бюджет России таможенных и иных платежей в период 2009–2014 гг., за исключением 2013 г. Следует сказать, что увеличение показателей в 2014 г. на 8,2% по сравнению с 2013 г. и на 103,9% по отношению к 2009 г. объясняется наличием как объективных причин, так и субъективных факторов. По мнению экспертов, повышенный сбор таможенных и иных платежей в 2014 г. был обеспечен благодаря системной работе таможенных органов Федеральной таможенной службы РФ, в том числе за счет постоянно совершенствующегося администрирования таможенных платежей, использования современных форм таможенного контроля в сочетании с правоохранительной деятельностью. Наряду с этим валютные колебания, нестабильность курса рубля к мировым свободно конвертируемым валютам опосредованно повлияли на рост денежных поступлений в российский федеральный бюджет. Внешнеторговые контракты на ввоз товаров в основном заключаются участниками внешнеэкономических связей с оплатой в долларах США и евро, а таможенные платежи взимаются в рублях по действующему курсу на дату ввоза и таможенного декларирования товаров. С 1 января 2015 г. приняты и установлены пропорции распределения собранных таможенных доходов (таможенных и иных пошлин, налогов и сборов) внутри Евразийского экономического союза: Россия – 86,97%, Казахстан – 7,25%, Беларусь – 4,65%, Армения – 1,13%. Присоединение Кыргызстана к ЕАЭС изменит эти пропорции. На заседании Высшего экономического совета Евразийского экономического союза президенты государств-участников заявили о достигнутой договоренности, согласно которой Кыргызская Республика может получить 1,90% доходов от общего объема таможенных платежей ЕАЭС [1, с. 16].

Таблица 3

**Показатели перечисления в федеральный бюджет России  
таможенных и иных платежей за 2009–2014 гг., млрд р.**

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Изменение, %	
							2014 к 2009	2014 к 2013
Прогнозное задание	3 472,1	4 097,3	5 826,5	6 557,5	6 460,0	6 900,0	198,73	106,81
Фактическое поступление	3 483,2	4 115,5	5 950,5	6 581,0	6 564,6	7 100,6	203,85	108,17
Уровень выполнения, %	100,3	100,4	102,1	100,4	101,6	102,9	–	–

Источник: расчеты по данным Федеральной таможенной службы РФ. URL : <http://www.customs.ru>.

Необходимо отметить, что политические противоречия с лидерами развитого мира и взаимные экономические санкции подталкивают Российскую Федерацию к дальнейшему сближению с крупными развивающимися странами, в первую очередь с государствами-членами Шанхайской организации сотрудничества, странами-участницами БРИКС и другими заинтересованными в развитии внешнеторговых связей странами Азиатско-Тихоокеанского региона и Латинской Америки. Важно обратить внимание на перспективы и возможности дальнейшего развития внешнеторговой деятельности с Китайской Народной Республикой (КНР), так как Китай уже является крупнейшим торговым партнером России после ЕС. В свою очередь, в КНР девятую позицию среди страновых экспортных направлений занимает РФ [6, с. 27].

Таким образом, можно резюмировать, что перспективы развития внешнеторговой деятельности России должны быть обеспечены проведением политики опережающего экономического развития, основанной на концентрации ресурсов ЕАЭС на ключевых направлениях нового технологического уклада. Так, высокая степень сопряженности российской, белорусской и казахстанской экономик позволяет выделить стратегически важные конкурентоспособные отрасли, объединив усилия в которых, наша страна сможет занять весомую долю на мировом товарном рынке. К таковым

можно отнести авиационную промышленность, биотехнологии, химию, композитные материалы, тяжелое транспортное машиностроение. Ключевыми задачами развития евразийской экономической интеграции, совершенствования взаимной и внешней торговли остаются создание единых кооперационных цепочек между промышленными предприятиями государств-членов ЕАЭС и общие глобальные проекты по производству инновационной, экспортно-ориентированной продукции, не связанной с сырьевыми секторами экономики.

### Библиографический список

1. Брутян М. М. Построим сильный союз // Таможня. 2015. № 7.
2. Глазьев С. Ю. Евразийский союз – щит от санкций // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2014. № 16.
3. Данилкин А. И. Курс на современные технологии // Таможня. 2014. № 6.
4. Евразийская экономическая комиссия. URL : <http://www.eurasiancommission.org/ru> (дата обращения : 16.05.2015 г.).
5. Ивантер А. Е. «Серые зоны» Таможенного союза – результат недоинтеграции // Эксперт. 2014. № 4.
6. Кадочников П. А. О направлениях развития интеграционной повестки России и Китая // Рос. внешнеэкон. вестн. 2015. № 1.
7. Капустина Л. М., Килин В. В. Таможенный союз и Единое экономическое пространство в рамках ЕврАзЭС: проблемы и перспективы // Известия Урал. федер. ун-та. 2012. № 3(105).
8. Ковалев В. Е. Применение защитных мер в условиях гармонизации политики внешнеторгового регулирования ЕЭП // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2013. № 13.
9. Кораблева В. В. «Прямая линия» с Президентом России В. В. Путиным. URL : <http://www.rg.ru/2015/04/16/stenogramma-site.html> (дата обращения : 20.04.2015 г.).
10. Пискулов Ю. В. Геополитические риски в глобальной экономике и международной торговле // Рос. внешнеэкон. вестн. 2015. № 2.
11. Федеральная таможенная служба РФ. URL : <http://www.customs.ru> (дата обращения : 12.05.2015 г.).
12. Хасбулатов Р. И., Лебедева Л. Ф., Мигалева Т. Е., Подбиралина Г. В. Российская Федерация в мировом хозяйстве: позиции и новые задачи // Междунар. экономика. 2015. № 2.

**А. Е. Плахин**

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),

**Д. С. Миронов**

аспирант кафедры менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

### Концептуальная модель создания индустриального парка

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследований индустриальных парков. Сформулированы требования к концептуальным основам формирования индустриального парка. Составлена авторская модель создания индустриального парка, обеспечивающая синергетический эффект совокупности действий по формированию общей концепции индустриального парка, определению источников и методов финансирования, выполнению инженерных, строительных и иных работ, а также по поиску, привлечению и удержанию резидентов индустриального парка.

**Ключевые слова:** индустриальный (промышленный) парк; модернизация экономики; налоговые льготы; финансирование индустриального парка.

Требования современного этапа развития российской экономики предполагают масштабную реиндустриализацию экономики, увеличение объемов промышленного производства внутри страны и импортозамещение. Одним из эффективных механизмов, позволяющих реализовать данные задачи, является развитие промышленных производств на основе индустриальных парков.

**Индустриальный (промышленный) парк** – это управляемый единым оператором (специализированной управляющей компанией) комплекс объектов недвижимости, состоящий из земельного участка (участков) с производственными, административными, складскими и иными помещениями и сооружениями, обеспеченный энергоносителями, инженерной и транспортной инфраструктурой и административно-правовыми условиями для размещения производств [1].

Механизм деятельности индустриального парка предполагает, что промышленные предприятия, являющиеся резидентами, приобретают инженерно подготовленные земельные участки и/или готовые производственные, складские, офисные помещения. В свою очередь, плата резидентов за аренду земли и зданий, оплата дополнительных услуг становится источником возврата вложений для бюджета и частных инвесторов.

Преимущества для промышленных предприятий, осуществляющих деятельность в промышленном парке, лежат в плоскости так называемых внешних эффектов, широко рассматриваемых в рамках теорий экономического развития [2]. Внешними эффектами выступают по отношению к каждому отдельному предприятию, входящему в индустриальный парк, что позволяет ему, при прочих равных, быть более конкурентоспособным.

Наиболее существенными из указанных внешних эффектов являются:

1) формирование единого пространства для бизнеса за счет географической локализации и системы дополнительного сервиса: консалтинговых услуг, инжиниринга, финансовых услуг, аренды оборудования и т. д.;

2) снижение стоимости инфраструктуры, необходимой для осуществления деятельности промышленных предприятий: склады, дороги, водоснабжение, электро-снабжение и т. д.;

3) ускорение реализации проектов по строительству промышленных производств за счет инженерной подготовки земельного участка;

4) экономия резидентов индустриального парка на затратах на непрофильные виды деятельности, в частности оптимизация производственных и складских площадей.

Обозначенные преимущества использования специально подготовленных площадок для размещения промышленных производств требуют обоснования концептуальных основ формирования индустриального парка.

Анализ нормативных правовых документов в сфере промышленного развития позволяет обобщить современные требования к концептуальным основам модели индустриального парка, в частности:

1) в Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 г. подчеркивается необходимость развития инновационной инфраструктуры, обеспечивающей трансфер технологий из науки в производство и комплексное развитие инновационной системы региона [3];

2) в программе модернизации и создания новых рабочих мест на территории Свердловской области на период до 2020 г. обозначена задача роста числа высокопроизводительных рабочих мест в инновационных производствах [4];

3) концепция областной целевой программы «Развитие промышленности Свердловской области и повышение ее конкурентоспособности» [5] на период 2014–2018 гг. включает следующий перечень мероприятий:

создание новых промышленных площадок с подготовленной инфраструктурой;  
 формирование до десяти подготовленных промышленных площадок на базе действующей промышленной инфраструктуры;  
 проект «Уральский технополис»;

формирование в Свердловской области территории инновационного центра, на которой в период до 2020 г. будут достигнуты показатели лучших мировых научно-технологических и образовательных центров национального масштаба;

4) Стратегия инновационного развития Свердловской области до 2020 г. [6], принятая в мае 2013 г., содержит мероприятия по развитию институциональной инфраструктуры, в том числе научной, аналитической, испытательной, и созданию регионального научно-исследовательского центра, ответственного за сбор, систематизацию и анализ информации о появляющихся передовых технологиях и координацию деятельности по подготовке рекомендаций к формированию технологических коридоров в различных сегментах экономики.

Обобщая указанные документы, можно сказать, что концептуальная модель создания индустриального парка предполагает реализацию совокупности действий по формированию общей концепции индустриального парка, определению источников и методов финансирования, выполнению инженерных, строительных и иных работ, а также по поиску, привлечению и удержанию резидентов индустриального парка. Последовательное рассмотрение указанных этапов позволило сформировать авторскую концептуальную модель создания индустриального парка, представленную на рисунке.

Реализация указанной концептуальной модели предполагает последовательное прохождение следующих этапов.

Для промышленных предприятий-резидентов индустриального парка основной целью является повышение эффективности деятельности за счет эффектов локализации и снижения налогового бремени.

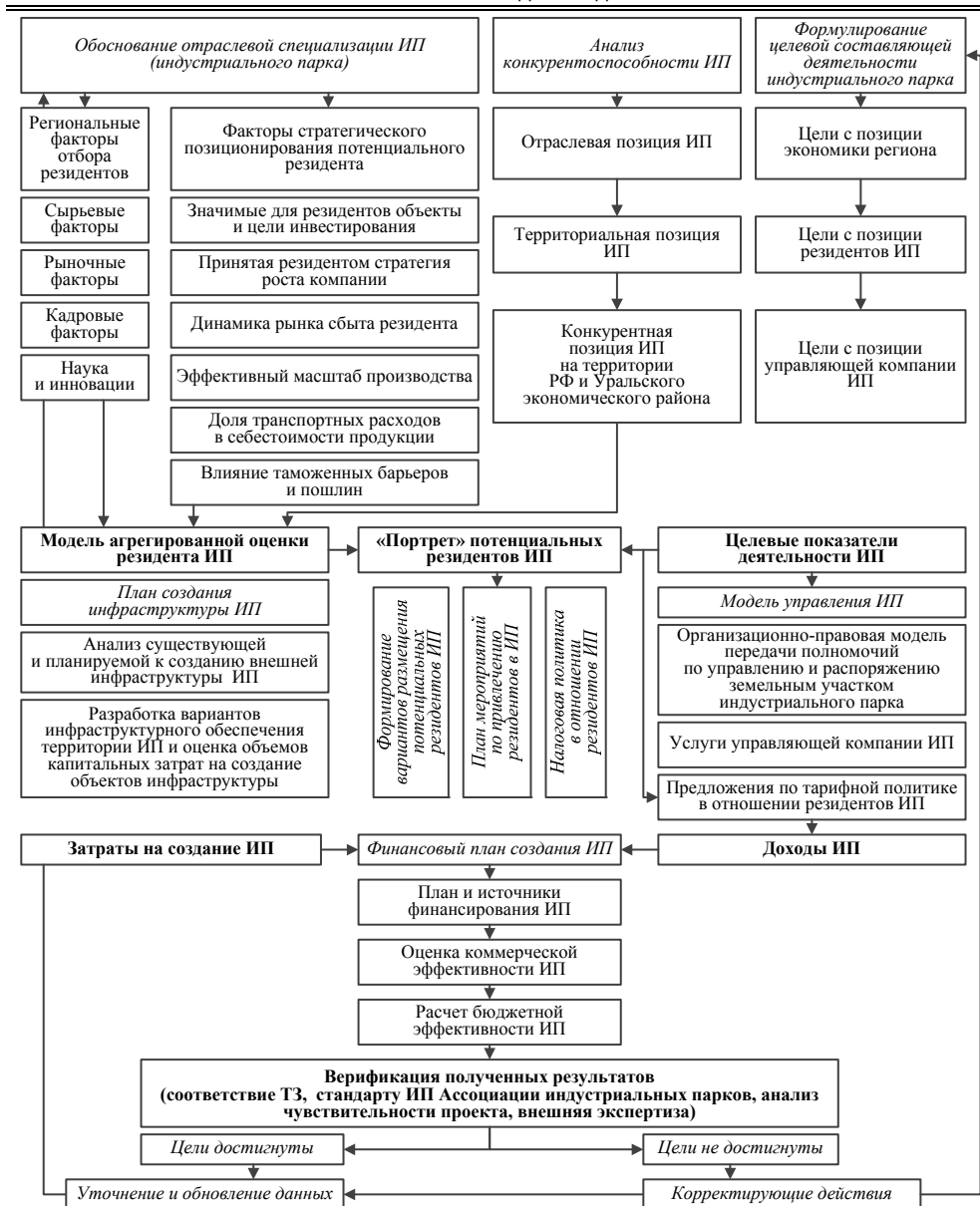
*Блок обоснования отраслевой специализации индустриального парка* предполагает решение ряда сложных задач. Во-первых, необходимо рассмотреть региональные факторы отбора резидентов с учетом ресурсно-рыночных ограничений их деятельности, присутствия в регионе достаточного кадрового и научного потенциала. Во-вторых, существенными являются факторы стратегического позиционирования резидента как на локальных, так и национальных рынках. Здесь во внимание берутся динамика рынков сбыта, эффективный масштаб производства, влияние мер таможенной защиты и расходы на транспорт.

*Инфраструктурный блок* посвящен обоснованию перечня услуг, способствующих оптимальному функционированию индустриального парка: финансовые, маркетинговые, юридические, экспертные, патентные и т. д., которые выполняются соответствующими службами и фирмами. Формирование инфраструктурных объектов, с одной стороны, включает мероприятия по дальнейшему развитию существующих объектов инфраструктуры территории. С другой, предусматривает ряд мероприятий по созданию новых объектов деловой (рыночной) и инновационной инфраструктуры, которые дополняют друг друга по функциям и улучшают инвестиционную привлекательность, формируют условия для повышения предпринимательской активности, особенно в сфере инновационного бизнеса. В основу развития инновационной инфраструктуры закладывается создание инновационно-технологических центров, инновационных фондов, лизинговых фирм и других объектов.

*Модель управления ИП.* Сложившийся в развитых странах механизм функционирования индустриального парка подразумевает наличие предпринимательской структуры в виде профессиональной управляющей компании, осуществляющей проект создания индустриального парка.

Управляющая компания активно участвует во всех стадиях реализации проекта индустриального парка, в результате чего ей приходится взаимодействовать с различными группами контрагентов, а именно с инвесторами, государством, подрядчиками и резидентами.

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ



Концептуальная модель создания индустриального парка

*Финансовый блок* включает обоснование следующих вопросов:  
 совокупность источников поступления денежных средств;  
 механизм аккумуляции денежных поступлений и их вложения (распределения) в инвестиционные, инновационные, социальные, экологические и другие проекты и целевые программы;  
 механизм страхования проектов;  
 механизм контроля за инвестициями, включая систему возвратности и оценки эффективности использования собственного и заемного капиталов.

*Блок финансового контроля* призван обеспечивать:  
 сбалансированность между потребностью в финансовых ресурсах и реальными возможностями их получения по одному или нескольким возможным каналам;  
 своевременность и полноту выполнения финансовых обязательств;  
 рациональность расходования материальных ценностей и денежных ресурсов  
 и т. д.

В качестве основных источников средств, используемых для финансирования индустриального парка, выступают:

- бюджетные ассигнования, выделяемые на федеральном и региональном уровнях;
- средства различных внебюджетных фондов;
- собственные средства (инвестиции из прибыли и в составе издержек производства);
- финансовые ресурсы различных типов коммерческих структур (инвестиционных компаний, коммерческих банков, страховых обществ и т. д.);
- кредитные ресурсы специально уполномоченных правительством инвестиционных банков.

Важнейшим источником финансирования индустриального парка являются средства государственного бюджета (федерального, регионального, местного). Государственное финансирование может быть как прямым (целевое финансирование, льготное кредитование конкретных программ, проектов и т. д.), так и косвенным (налоговые льготы для субъектов инновационного процесса, компенсация расходов и пр.). Меры государственной поддержки могут предоставляться как индустриальному парку в лице его органа управления, так и действующим в его рамках конкретным участникам и проектам.

Однако анализ налогового законодательства показывает, что в настоящее время ни на федеральном, ни на региональном уровне не проработаны в полной мере налоговые льготы для предприятий, осуществляющих деятельность в качестве резидентов индустриального парка.

Для начинающих малых предприятий, возможности которых весьма ограничены, очень важны «стартовые» льготы.

Несовершенна и действующая амортизационная система. Низкие нормы амортизации удлиняют период обновления производства и практически не учитывают морального износа оборудования.

### Библиографический список

1. *Стандарт* индустриального парка (Ассоциация индустриальных парков). URL : <http://www.ind-parks.ru>.
2. *Маршалл А.* Принципы экономической науки : [пер. с англ.]. 8-е изд. М., 1920. URL : <http://www.gumfak.ru/econom.html/marshall/marsh31.shtml>.
3. *О Стратегии* социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 года : постановление Правительства Свердловской области от 27 августа 2008 г. № 873-ПП.
4. *О Программе* модернизации и создания новых рабочих мест на территории Свердловской области на период до 2020 года : постановление Правительства Свердловской области от 11 июля 2014 г. № 591-ПП.
5. *Концепция* областной целевой программы «Развитие промышленности Свердловской области и повышение ее конкурентоспособности» на период 2014–2018 гг. : постановление Правительства Свердловской области от 2 июля 2013 г. № 816-ПП.
6. *Стратегия* инновационного развития Свердловской области до 2020 года : постановление Правительства Свердловской области от 22 мая 2013 г. № 646-ПП.

**О. А. Розова**

ассистент кафедры маркетинга и международного менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),

**О. Д. Оласеинге**

магистрант

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Туристическая стратегия территориального брендинга Нигерии

**Аннотация.** В статье дан обзор туристических ресурсов Нигерии, выявлены негативные факторы туристической привлекательности страны. Автор предлагает стратегию туристического брендинга Нигерии, построенную на трех выявленных типах ресурсов: экзотические пляжи, уникальная природа, этнические праздники.

**Ключевые слова:** брендинг территорий; стратегия туристического брендинга; Нигерия; ресурсы; бренд.

**Брендинг территорий** – стратегия повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов, географических зон и государств с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов. Брендинг мест направлен на преодоление дефицита материальных и нематериальных ресурсов в регионе, в его основе лежит идея донесения до широкой общественности представления об уникальности территории.

**Брендинг государства** – вполне конкретный инструмент в современной глобальной геополитике. И от того, как он используется, во многом зависят конкурентоспособность и перспективы государства.

Выделяются четыре основные стратегии территориального брендинга: брендинг места происхождения продуктов и услуг, брендинг туристического направления, брендинг инвестиционной привлекательности, брендинг места жительства [1].

Нигерия – довольно крупное государство, расположенное на западном побережье Африканского континента. Хотя Нигерия является нефтедобывающей страной, тяжелое наследие колониализма, проявляющееся в неэффективных и нестабильных политических институтах, плохом управлении, высокой преступности, нестабильной структуре общества, препятствует как развитию страны, так и формированию благоприятного международного имиджа, который позволил бы привлечь в страну новые инвестиции.

Основные проблемы, с которыми столкнулась Нигерия, следующие:

- 1) слабые, неэффективные и нестабильные политические институты и плохое управление, что способствует потере государственной автономии;
- 2) невозможность осуществлять эффективный властный контроль над территорией своей страны, что привело к появлению неуправляемых территорий;
- 3) кризис законности, попытки насильственного захвата власти, что приводит к гибели граждан, массовой эмиграции, развитию сепаратистской агитации в регионах, гражданской войне и т. д.;
- 4) нестабильная структура населения, которое страдает от разорванной социальной ткани, минимального социального контроля, что стимулирует центробежные силы в отношении единой государственности Нигерии;
- 5) неразвитость институтов регулирования и разрешения конфликтов, в том числе надежных судебных инстанций, что приводит к распространению неконституционных способов предъявления гражданами взаимных претензий и возмещений ущерба;
- 6) повсеместная коррупция, бедность и низкий уровень экономического роста и развития, что ведет к отсутствию бюджетной обеспеченности для выполнения ос-

новых функций государственности, самое главное, обязательств перед гражданами, таких как защита от болезней (в том числе СПИДа) и гарантии общей безопасности человека. В значительной степени Нигерия является примером постколониального государства в Африке, когда актуальность государства как социального института обеспечения порядка и законности уменьшается с каждым днем. Нигерийцы действуют так, как будто государства не существует, они строят собственные дома, чтобы обеспечить свою безопасность, строят собственные дороги, бурят собственные скважины. Эти внутренние противоречия нигерийского государства приводят к унынию и низкому моральному духу. Армии безработных молодых людей пользуются этой возможностью для восстания и насилия в отношении государственной власти и других социальных институтов. Таким образом, как для правителей, так и для управляемых наряду с формальными существуют различные неформальные способы управления и разрешения конфликтов [2].

Между тем страна обладает богатым природным и историко-культурным потенциалом реализации стратегии туристического брендинга.

Нигерия расположена в Западной Африке на побережье Гвинейского залива и занимает площадь 923 768 км<sup>2</sup>, являясь 32-й страной в мире и 14-й в Африке по территории.

Реки Нигер и Бенуэ делят страну на две части: в южной части расположена Приморская равнина, в северной преобладают невысокие плоскогорья. Большую территорию страны занимает Приморская равнина, образованная в основном речными наносами. На западе равнины вдоль побережья расположена цепь песчаных кос, которые соединяются друг с другом и Гвинейским заливом. На территории Нигерии четко прослеживаются две климатические зоны. Вдоль побережья климат жаркий и очень влажный в течение всего года. На севере страны температура значительно меняется в зависимости от времени года, влажность становится меньше. Среднегодовые температуры превышают +25 °С.

Природные богатства Нигерии позволяют ей предложить туристам широкий спектр туристических достопримечательностей, таких как широкие речные и океанские пляжи, которые идеально подходят для купания и различных водных видов спорта. Нигерия располагает разнообразием уникальной дикой природы, обширными массивами девственных территорий, начиная от тропических лесов до величественных водопадов. Кроме того, туристической привлекательностью обладает традиционная культура Нигерии, богатые и разнообразные ремесла, предметы прикладного искусства, а также доброжелательное отношение нигерийцев к приезжим. Тем не менее, многие из этих достопримечательностей по-прежнему практически не используются. Туризм в Нигерии больше рассматривается иностранцами как экзотическое путешествие для богатых и искушенных любителей приключений, алчущих нового опыта. Отсутствие необходимых современных объектов инфраструктуры, а в некоторых частях страны и просто зрелище отсталости и нищеты отпугивают потенциальных туристов. Нигерийское правительство активно призывает инвесторов вкладывать средства в туристическую инфраструктуру страны.

К возможным туристическим направлениям Нигерии можно отнести следующие:

- историческое наследие, включая историю работорговли и местные реликвии;
- музеи и охрана памятников истории;
- живая природа (разработка туристических троп и джип-треков в национальных парках, разработка мест для пикника и кемпингов в национальных парках, строительство туристических домиков);
- развитие транспорта, включая транспортную инфраструктуру труднодоступных мест;



создание отелей и курортов вблизи от водопадов, родников, пещер в районах с умеренным климатом;

развитие пляжного туризма, включая инфраструктуру рыбалки;

развитие водного транспорта;

развитие образовательных услуг в сфере катания на водных лыжах и плавания;

создание курортов вдоль побережья;

создание парков аттракционов, развлекательных заведений и торговых центров; стимулирование развития традиционных ремесел.

В качестве примера туристической дестинации Нигерии приведем Олумо Рок (Olumo Rock).

Олумо Рок – одно из самых популярных туристических направлений в Нигерии и всей Западной Африке, которое находится в старом центре города Абеокута, название которого означает «под скалой». Абеокута был первоначально населен племенем эгба, которое нашло убежище в скале Olumo во время межплеменных войн в XIX веке. В Роке хранились святыни народа, а также в свое время располагался наблюдательный пункт для контроля за наступлением противника, что привело в конечном счете к победе в войне. Город Абеокута в итоге вырос. Он находится на расстоянии всего около часа езды от шумного мегаполиса Лагоса, что обеспечивает удобный доступ к массиву гостиниц, ресторанов, клубов, казино и других развлекательных объектов. Лагос также является местом расположения ближайшего аэропорта в Абеокуте (международный аэропорт Муртала Мухаммеда). Отели в Абеокуте находятся в нескольких минутах езды от скалы. Туристы, приезжающие в Африку, безусловно, включают Олумо Рок в число объектов посещения. Проведенная в 2006 г. реновация позволила модернизировать инфраструктуру участка, построить новый музей, рестораны, фонтан и лифт, который обеспечивает подъем на гору и возможность наслаждаться сверху видами окрестностей города.

Здесь же расположен древний рынок Итоку, где торгуют местные ремесленники и торговцы. Рынок является центром традиционного крашения в Абеокуте, локально известного как адире (adire). Ремесленники адире, как правило, женщины, старые и молодые, занимаются своим делом в сараях у дороги. Под этими навесами многие из них не только работают, но и живут. В местах, где штукатурка потрескалась от стен, можно увидеть следы глиняных кирпичей, использованных в оригинальной конструкции старых построек. Местные жители очень дружелюбны и, если попросить, часто устраивают для туристов туры по этапам процесса крашения. Другие популярные ремесленные практики, за процессом которых туристы могут понаблюдать, – это изготовление местных бус, браслетов, скульптур и музыкальных инструментов, таких как sekere и барабан.

Поездка в Олумо Рок обычно начинается с подъема по лестнице, высеченной в скале. Хотя это звучит достаточно просто, поднимающиеся по ней бывают вынуждены делать перерывы, чтобы перевести дыхание, сидя на лавочках под деревьями, растущими из скалы, и насладиться свежим ветром. Поднимаясь по узкому коридору к вершине скалы, туристы могут увидеть наскальную резьбу, старые статуи и древние обиталища жриц, которые и сегодня живут в хижинах на скале. Сопровождение знающего гида, который расскажет историю про каждый изгиб и поворот, делает это путешествие поистине незабываемым. На обратном пути туристы имеют возможность насладиться потрясающим видом на реку Огун, похожую на серебряную цепочку, брошенную посреди леса.

Особое место в ресурсах туристической привлекательности Нигерии занимают местные традиционные фестивали, способные погрузить туриста в экзотический мир региональной культуры.

Среди действующих туристических достопримечательностей Нигерии стоит назвать и такое событие, как фестиваль рыбалки Аргунгу (Argungu).

Этот красочный ежегодный фестиваль проходит в Аругунгу (Arugungu), прибрежном городе, находящемся в штате Кебби, на расстоянии около 64 миль от Сокото. Фестиваль возник в августе 1934 г., когда Султан Дэн Му-Азу нанес исторический визит в это место, он был организован как дань великой рыбалке, состоявшейся тогда. С тех пор он стал знаменитым ежегодным событием, проводящимся в конце февраля – начале марта. Во время фестиваля сотни местных мужчин и мальчиков входят в воду, вооружившись большими ажурными совками. Их сопровождают каноэ, заполненные барабанщиками и мужчинами, грохочущими сухими полыми тыквами с огромными семенами внутри, чтобы шумом выводить рыбу на мелководье. Обширные сети собирают богатый улов рыбы – от гигантского нильского окуня до шар-рыбы. Кроме того устраиваются гонки на каноэ, утиная охота, рыбалка голыми руками, соревнования по дайвингу и, естественно, купания. Затем участники фестиваля пьют, поют и танцуют всю ночь. В завершение фестиваля рыбак с самым большим уловом награждается огромным призом.

Другой фестиваль – Еуо – является уникальным для области Лагоса. Кроме того, широко распространено мнение, что Еуо – предшественник современного карнавала в Бразилии. В день Еуо главная улица в центре города закрыта для движения, что позволяет процессии свободно двигаться. Процессия движется в энергичном танце, в котором участвуют мужчины и женщины, демонстрируя великолепное искусство владения телом. Этот фестиваль прекрасно иллюстрирует культуру традиционного танца в Нигерии.

Фестиваль Шади основывается на поведенческих формах традиционной племенной культуры. Культура фулани представляет собой сложную систему, включая вековые посвящения. Наиболее важен обряд Шади (порка), который, как полагают, возник в племени чафул фульбе. Во время фестиваля Шади голые по пояс участники, как правило, не состоящие в браке мужчины, становятся в центр кольца из красивых девушек. Толпа взрывается громом аплодисментов и ударных инструментов. Через некоторое время претендент с обнаженным торсом выходит, размахивая кнутом, пытаясь напугать своего противника. Фестиваль проходит под звуки живых барабанов, пение и крики похвалы в адрес соперников. Когда волнение достигает накала, наступает время для порки. Претендент поднимает хлыст и сечет своего противника. Его оппонент должен это терпеть, не морщась и не показывая боль какими-либо другими способами, чтобы не быть заклеянным трусом.

Как видно из обзора самых известных фестивалей Нигерии, они могут привлекать внимание местными обрядовыми традициями.

Нигерия также богата уникальными пляжами, способными составить конкуренцию известным курортам благодаря природной специфике.

Пляж Тарква Бай (Tarkwa Bay) является защищенным пляжем в гавани Лагос. Он обеспечивает приятное и безопасное плавание даже для маленьких детей.

Пляж Калабар (Calabar) – превосходный пляж, расположенный в устье Нью-Ривер Калабар, он составляет около 2 км в длину и 500 футов в ширину. Пляж необитаем, но на нем расположена одинокая рыбацкая хижина. Пляж практически изолирован от окружающего мира и предоставляет посетителям роскошь уединения в красивой обстановке в глуши. Достигнуть пляжа, расположенного в окружении болот, можно только на лодке или каноэ, поэтому дорога туда составляет половину всего удовольствия и только повышает очарование этой заколдованной местности.

Стоит также упомянуть несколько пляжей вдоль полуострова Лекки (Lekki), главный из которых так и называется – пляж Лекки. Он расположен в нескольких ми-

лях от центра города Лагос. пляж Лекки и сегодня является популярным среди иностранных туристов. Он хорошо оборудован, а сервис позволяет отдыхающим наслаждаться закусками и напитками, продаваемыми местными торговцами [3].

Итак, в результате обзора туристических ресурсов Нигерии можно сделать вывод о том, что позиционирование этой страны на международном туристическом рынке может строиться вокруг следующих направлений: экзотические пляжи; уникальная природа; этнические праздники.

Таким образом, Нигерия может развиваться как страна этнического, природного и пляжного туризма. Вместе с тем следует отметить, что государству нужно решить вопросы безопасности и создания современной инфраструктуры, которая могла бы составить конкуренцию другим туристическим направлениям данного региона.

### Библиографический список

1. *Смась А.* Новая геральдика: как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды. М., 2009.
2. *Musibau Akintunde Ajagbea, Choi Sang Long, Oluayinka Solomon.* The Impact of Sales Promotion and Product Branding on Company Performance : a Case Study of AICO Insurance Nigerian PLC // *Procedia – Social and Behavioral Sciences.* Vol. 129. 15 May 2014.
3. *Nigeria.* Tourism in Nigeria. URL : <http://www.onlinenigeria.com/travel/#ixzz3T868Cfak>.

**О. Д. Фальченко**

старший преподаватель кафедры внешнеэкономической деятельности  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

### Влияние прямых иностранных инвестиций на экономику России

**Аннотация.** Статья посвящена оценке влияния прямых иностранных инвестиций и деятельности транснациональных корпораций на экономику принимающей страны. Оценивается степень вклада прямых инвестиций транснациональных корпораций в экономический рост России. Приводится расчет потребностей в прямых иностранных инвестициях для обеспечения прогнозных темпов экономического роста России.

**Ключевые слова:** прямые иностранные инвестиции; транснациональные корпорации; принимающая страна; экономический рост.

**Введение и постановка проблемы.** Перед Россией стоит задача совершенствования инвестиционного и инновационного механизмов для решения социально-экономических проблем и повышения темпов экономического роста. Данная задача может быть решена с использованием потенциала отечественных предприятий, а также путем расширения сотрудничества с иностранными компаниями посредством государственного регулирования прямых инвестиций ТНК. В связи с этим актуальной становится оценка макроэкономических эффектов влияния прямых иностранных инвестиций на экономику России, а также измерение вклада ТНК в прирост валового внутреннего продукта, экспорта и импорта РФ.

Проанализировав существующие методические подходы к оценке эффектов влияния прямых ТНК на экономику принимающей страны, мы разграничили эконометрические модели, рассматривающие макро- и микроэкономические эффекты влияния ПИИ ТНК на экономику принимающих стран [3; 21]. Данные модели апробированы на примерах развитых и развивающихся стран, в том числе Китая, государств Африки, Латинской Америки, Центральной и Восточной Европы, Венесуэлы, России.

В группе микроэкономических моделей оценено влияние ТНК на среднюю добавленную стоимость на одного работника местных фирм (Р. Кэйвз (1974) [11, с. 176–193]);

повышение производительности местных фирм через трансферт технологий (Р. Кэйвз (1996) [10]; Л. Де Мелло-мл. (1999) [14]; Ф. Ван Лу (1977) [30, с. 474–481]; Дж. Чан (2002) [27, с. 885–893]; Д. Ким, Дж. Сео (2003) [22, с. 605–622]; С. Хаймер (1960) [20]; Р. Кэйвз (1971) [12, с. 1–27]; Дж. Даннинг (1981) [15]; Б. Айткен, А. Харрисон (1999) [4, с. 605–618]); межотраслевое взаимодействие с местными фирмами (С. М. Кадочников, И. М. Драпкина, Н. Б. Давидсон, А. А. Федюнина (2012) [1, с. 82–105]). Макроэкономические модели отражают влияние ТНК на прирост ВВП (Э. Мансфилд, А. Ромео (1980) [25, с. 737–750]; М. Хаддад, А. Харрисон (1993) [18, с. 51–74]; Р. Липси (2002) [24]; М. Бломстром, Р. Липси, М. Цзэян (1994) [24]; Л. Алфаро, К. Ариндам, С. Калемли-Оскан, С. Селин (2007) [5, с. 512–533]; М. Карковик, Р. Левайн (2002) [9]); уровень технологического и инновационного развития страны (Р. Финдли (1978) [16, с. 1–16]; Э. Боренштейн, Дж. Де Григорио, Дж.-В. Ли (1998) [8, с. 115–135]; Дж. Раппапорт (2000) [26]; Дж. Де Григорио (2003) [13]); экспорт и импорт (Ф. Барри, Дж. Бредли (1997) [6, с. 1798–1811]; Х. Сан (1998); К. Х. Занг, С. Сонг (2000) [28, с. 675–694]; Л. С. Голдберг, М. В. Кляйн (2000) [17]; А. М. Кутан, Г. Вукшич (2008) [23, с. 430–445]; З. А. Хайлу (2010) [19, с. 122–133]).

В 19 из 24 проанализированных исследований обнаружена положительная корреляция между прямыми инвестициями ТНК и экономическим ростом принимающих стран [3; 21]. Вместе с тем можно сделать выводы: 1) некоторые описанные в литературе эконометрические модели имеют теоретический характер и не могут быть протестированы на реальных статистических данных по причине их отсутствия в официальной государственной статистике; 2) большинство эконометрических моделей относительно справедливы для одной страны и не работают в другой. Применение многих проанализированных моделей для экономики России затруднительно из-за отсутствия необходимых данных или недостаточной длины динамических рядов агрегированных показателей.

Проведенный анализ эконометрических моделей позволил сформулировать следующие научные гипотезы для тестирования на примере экономики России.

Гипотеза 1. Размещение филиалов ТНК и увеличение ПИИ в РФ ведет к увеличению темпов экономического роста и экспорта товаров и услуг.

Гипотеза 2. Увеличение притока прямых инвестиций ТНК в экономику России ведет к уменьшению товарного импорта, что свидетельствует об импортозамещающей функции прямых инвестиций ТНК.

**Модели и результаты.** Для оценки влияния прямых инвестиций ТНК на экономику принимающей страны применим регрессионный анализ. Адаптируя известные эконометрические модели для экономики России, автор развивает методологический подход, предложенный Л. М. Капустиной [2; 3].

Модель 1. Зависимость ВВП от динамики внутренних инвестиций и инвестиций ТНК в основной капитал. За основу взята производственная функция Кобба – Дугласа [29]. При проведении расчетов получен вывод, что труд оказывает наибольшее влияние на ВВП России. При увеличении средней численности занятых в российской экономике на 1% ВВП России повышается на 7,76%. При увеличении внутренних инвестиций в предыдущем году на 1% ВВП России в текущем году прирастает на 0,52%.

Однако для оценки специфического влияния прямых инвестиций ТНК на прирост ВВП в работе построена двухфакторная модель, включающая следующие переменные: инвестиции в основной капитал ТНК и их филиалов; внутренние капиталовложения в основной капитал (формула (1)):

$$GDP_t = \alpha + \beta_1 \times FCI_{t-1}^{TNC} + \beta_2 \times DCI_{t-1} + \varepsilon, \quad (1)$$

где  $GDP_t$  – валовой внутренний продукт (ВВП) в  $t$ -м году;  $FCI_{t-1}^{TNC}$  – инвестиции в основной капитал ТНК и их филиалов в  $(t-1)$ -м году;  $DCI_{t-1}$  – внутренние инвестиции в основной капитал в  $(t-1)$ -м году;  $\alpha$  – константа;  $\varepsilon$  – остатки;  $\beta_{1,2}$  – коэффициенты регрессии. Данные показатели взяты с лагом в один год.

Нами оценено влияние выбранных переменных на динамику ВВП Российской Федерации за 1994–2013 гг. (формула (2)):

$$GDP_t = 4,096 + 0,317 \times FCI_{t-1}^{TNC} + 0,431 \times DCI_{t-1} + \varepsilon. \quad (2)$$

(0,826)    (0,085)                    (0,126)

*Примечание.* Регрессия осуществлена методом наименьших квадратов. Расчет проводился с помощью пакета анализа данных в программе MS Excel. Числа в скобках – стандартные ошибки. Расчеты базируются на статистических данных Федеральной службы государственной статистики России.

*Источник:* собственные расчеты автора.

При росте внутренних инвестиций в основной капитал на 1% ВВП увеличивается на 0,431%. При увеличении инвестиций ТНК в РФ в основной капитал на 1% в предыдущем году ВВП России в текущем году повышается на 0,317%. Проведенные расчеты подтвердили вывод о положительном, но незначительном влиянии инвестиций иностранных ТНК и их филиалов в основной капитал на темпы прироста ВВП.

Модель 2. Зависимость экспорта товаров и услуг от динамики индекса либерализации торговли, внутреннего производства и накопленных прямых инвестиций ТНК в принимающей стране. За основу взята модель Али М. Кутана и Горана Вукшича («Foreign Direct Investment and Export Performance: Empirical Evidence», 2008) [23]. В эконометрическую модель 2 вошли следующие переменные: реальный ВВП как переменная, индекс либерализации торговли, накопленные ПИИ (формула (3)).

$$EXP_t = \alpha + \beta_1 \times TLI_t + \beta_2 \times FDI_t^{stock} + \beta_3 \times GDP_t + \varepsilon, \quad (3)$$

где  $EXP_t$  – экспорт товаров и услуг;  $TLI_t$  – индекс либерализации торговли;  $FDI_t^{stock}$  – накопленные прямые иностранные инвестиции в принимающей стране;  $GDP_t$  – реальный валовой внутренний продукт;  $\alpha$  – константа;  $\varepsilon$  – остатки;  $\beta_{1,2,3}$  – коэффициенты регрессии.

С использованием описанной регрессионной модели оценено влияние выбранных переменных на экспорт товаров и услуг Российской Федерации за 1994–2012 гг. (формула (4)):

$$EXP = 1,366 - 0,312 \times TLI_t + 0,175 \times FDI_t^{stock} + 0,681 \times GDP_t + \varepsilon. \quad (4)$$

(1,597)    (0,195)                    (0,026)                    (0,07)

*Примечание.* Регрессия осуществлена методом наименьших квадратов. Расчет проводился с помощью пакета анализа данных в программе MS Excel. Числа в скобках – стандартные ошибки. Расчеты базируются на статистических данных ЮНКТАД и ЕБРР.

*Источник:* собственные расчеты автора.

Получен вывод, что наибольшее влияние на экспортный рост в России оказывает увеличение внутреннего производства товаров и услуг. При увеличении накопленных ПИИ на 1% экспорт товаров и услуг Российской Федерации повышается на 0,175%. Расчеты подтвердили гипотезу о положительном влиянии накопленных ПИИ ТНК на рост экспорта товаров и услуг России.

Для проверки гипотезы об импортозамещающей функции ПИИ ТНК протестированы следующие эконометрические модели.

Модель 3.1. Зависимость импорта товаров от динамики реального эффективного обменного курса валюты, валового национального дохода на душу населения, внутренних инвестиций и инвестиций ТНК в основной капитал. За основу взята модель З. А. Хайлу («Impact of Foreign Direct Investment on Trade of African Countries», 2010) [19]. В эконометрическую модель 3.1 вошли следующие переменные: индекс реального эффективного обменного курса, валовой национальный доход на душу населения; инвестиции в основной капитал ТНК; внутренние капиталовложения в основной капитал (формула (5)).

$$IMP_t = \alpha + \beta_1 \times REER_t + \beta_2 \times GNI_t + \beta_3 \times FCI_{t-1}^{TNC} + \beta_4 \times DCI_{t-1} + \varepsilon, \quad (5)$$

где  $IMP_t$  – импорт товаров в  $t$ -м году;  $REER_t$  – индекс реального эффективного обменного курса национальной валюты в  $t$ -м году;  $GNI_t$  – валовой национальный доход на душу населения в  $t$ -м году;  $FCI_{t-1}^{TNC}$  – инвестиции в основной капитал ТНК и их филиалов в  $(t-1)$ -м году;  $DCI_{t-1}$  – внутренние инвестиции в основной капитал в  $(t-1)$ -м году;  $\alpha$  – константа;  $\varepsilon$  – остатки;  $\beta_{1,2,3,4}$  – коэффициенты регрессии.

Нами оценено влияние выбранных переменных на динамику товарного импорта Российской Федерации за 1994–2013 гг. (формула (6)):

$$IMP_t = -3,071 + 0,967 \times REER_t + 0,564 \times GNI_t + 0,634 \times FCI_{t-1}^{TNC} - 0,274 \times DCI_{t-1} + \varepsilon. \quad (6)$$

(2,048) (0,413) (0,210) (0,296) (0,135)

*Примечание.* Регрессия осуществлена методом наименьших квадратов. Расчет проводился с помощью пакета анализа данных в программе MS Excel. Числа в скобках – стандартные ошибки. Расчеты базируются на статистических данных Федеральной службы государственной статистики России и Всемирного Банка.

*Источник:* собственные расчеты автора.

Получен вывод, что наибольшее влияние на прирост импорта товаров в РФ оказывает изменение реального эффективного обменного курса валюты и валового национального дохода на душу населения. Регрессионный анализ показал, что при росте внутренних инвестиций в основной капитал на 1% импорт снижается на 0,274%. Расчеты показали, что прямые инвестиции ТНК имеют положительное влияние на рост импорта: при увеличении инвестиций ТНК в РФ в основной капитал на 1% в предыдущем году импорт товаров в России в текущем году увеличивается на 0,634%.

Модель 3.2. Зависимость импорта товаров от динамики внутренних инвестиций и инвестиций ТНК в основной капитал. В эконометрическую модель 3.2 вошли следующие переменные: инвестиции в основной капитал ТНК; внутренние капиталовложения в основной капитал (формула (7)).

$$IMP_t = \alpha + \beta_1 \times FCI_{t-1}^{TNC} + \beta_2 \times DCI_{t-1} + \varepsilon, \quad (7)$$

где  $IMP_t$  – импорт товаров в  $t$ -м году;  $FCI_{t-1}^{TNC}$  – инвестиции в основной капитал ТНК и их филиалов в  $(t-1)$ -м году;  $DCI_{t-1}$  – внутренние инвестиции в основной капитал в  $(t-1)$ -м году;  $\alpha$  – константа;  $\varepsilon$  – остатки;  $\beta_{1,2}$  – коэффициенты регрессии.

Нами оценено влияние выбранных переменных на динамику товарного импорта Российской Федерации за 1994–2013 гг. (формула (8)):

$$IMP_t = -2,432 - 0,67 \times FCI_{t-1}^{TNC} + 1,537 \times DCI_{t-1} + \varepsilon. \quad (8)$$

(1,545) (0,160) (0,235)

*Примечание.* Регрессия осуществлена методом наименьших квадратов. Расчет проводился с помощью пакета анализа данных в программе MS Excel. Числа в скобках – стандартные ошибки. Расчеты базируются на статистических данных Федеральной службы государственной статистики России.

*Источник:* собственные расчеты автора.

Регрессионный анализ показал, что при росте внутренних инвестиций в основной капитал на 1% импорт увеличивается на 1,537%. Инвестиции ТНК и их российских филиалов в основной капитал снижают импорт товаров. Согласно проведенным расчетам при увеличении инвестиций ТНК в РФ в основной капитал на 1% в предыдущем году импорт товаров в Россию в текущем году снижается на 0,67%.

Результаты расчетов по модели 3.1 и 3.2 противоречивы, что не позволяет подтвердить выдвинутую гипотезу об отрицательном влиянии ПИИ на прирост импорта в Россию. Прямые инвестиции ТНК в экономику РФ на современном этапе не стимулируют импортозамещение, а направлены скорее на выпуск продукции для ее реализации на российском рынке. В наибольшей степени динамика импорта зависит от изменений реального эффективного курса рубля.

Таким образом, мы можем сделать следующие выводы:

расчеты по основе построения эконометрических моделей подтвердили гипотезу о том, что инвестиции в основной капитал ТНК и их филиалов, локализованных в России, оказывают положительное, хотя пока незначительное влияние на рост ВВП России;

полученные данные на основе построения эконометрических моделей подтвердили гипотезу о том, что накопленные ПИИ оказывают положительное, хотя и незначительное влияние на рост российского экспорта;

не подтверждена гипотеза об импортозамещающей функции прямых инвестиций ТНК: полученные нами результаты говорят о противоречивом влиянии капиталовложений ТНК на импорт товаров в Россию. Прямые инвестиции ТНК в экономику РФ на современном этапе не стимулируют импортозамещение, а скорее направлены на выпуск продукции для ее реализации на российском рынке. В наибольшей степени динамика импорта зависит от изменений реального эффективного курса рубля.

### Библиографический список

1. Кадочников С. М., Драпкин И. М., Давидсон Н. Б., Федюнина А. А. Влияние прямых зарубежных инвестиций на диверсификацию экономики: моделирование вертикальных внешних эффектов в условиях гетерогенности фирм // Вестн. УрФУ. Сер. Экономика и управление. 2012. № 5.
2. Капустина Л. М. Регион в мировом и национальном экономическом пространстве. Екатеринбург : Изд-во УрО РАН, 2000.
3. Фальченко О. Д. Эффекты влияния ТНК на экономическое развитие принимающей страны // Universidad & Ciencia. Vol. 3, no. 3. Ciego De Avila, Cuba : Universidad Maximo Gomez Baez, 2014.
4. Aitken B., Harrison A. Do Domestic Firms Benefit from Direct Foreign Investment? Evidence from Venezuela // American Economic Review. 1999. Vol. 89, no. 3.
5. Alfaro L., Areendam C., Kalemli-Ozcan S., Selin S. FDI and Economic Growth : the Role of Local Financial Markets // Journal of International Economics. 2003. Vol. 61, no. 1 (October).
6. Barry F., Bradley J. FDI and Trade : the Irish Host-Country Experience // The Economic Journal. 1997. Vol. 107.
7. Blomstrom M., Lipsey R. E., Zejan M. What Explains Growth in Developing countries? // NBER Discussion Paper. 1994. No. 1924.
8. Borensztein E. J., Gregorio J. De, Lee J.-W. How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth? // Journal of International Economics. 1998. Vol. 45, no. 1.
9. Carkovic M., Levine R. Does foreign direct investment accelerate economic growth? University of Minnesota Working Paper, 2002.
10. Caves R. Multinational Enterprise and Economic Analysis. Cambridge University Press, 1996.

11. *Caves R.* Multinational firms, competition and productivity in host-country markets // *Economica*. 1974. Vol. 41.
12. *Caves R. E.* International corporations : the industrial economics of foreign investment // *Economica*. 1971. Vol. 38, no. 149.
13. *De Gregorio J.* The role of foreign direct investment and natural resources in economic development // Working Paper № 196. Santiago : Central Bank of Chile, 2003.
14. *De Mello L., Jr.* Foreign direct investment-led growth : evidence from time series and panel data // *Oxford Economic Papers*. 1999. Vol. 51, no. 1.
15. *Dunning J. H.* International production and the multinational enterprise. L. ; Boston : Allen and Unwin, 1981.
16. *Findlay R.* Relative Backwardness, Direct Foreign Investment and the Transfer of Technology : a Simple Dynamic Model // *Quarterly Journal of Economics*. 1978. No. 92.
17. *Goldberg L. S., Klein M. W.* International Trade and Factor Mobility : an Empirical Investigation // G. Calvo, R. Dornbusch, and M. Obstfeld (eds.). Festschrift in Honor of Robert Mundell. Cambridge : MIT Press, 2000.
18. *Haddad M., Harrison A.* Are there spillovers from direct foreign investment? // *Journal of development Economics*. 1993. No. 42.
19. *Hailu Z. A.* Impact of foreign direct investment on trade of African countries // *International Journal of Economics and Finance*. 2010. Vol. 2, no. 3.
20. *Hymers S.* On multinational corporations and foreign direct investment // J. H. Dunning (ed.). *The theory of transnational corporations*. L. : Routledge for the United Nations, 1960.
21. *Kapustina L. M., Falchenko O. D.* The Impact of Foreign Direct Investment on the Russian Economy and Business Climate // North-East Asia Academic Forum (Publication of scientific articles). Harbin University of Commerce (China), 2013.
22. *Kim D. D., Seo J.* Does FDI inflow crowd out domestic investment in Korea? // *Journal of Economic Studies*. 2003. No. 30(6).
23. *Kutan A. M., Vukšić G.* Foreign direct investment and export performance: empirical evidence // *Comparative Economic Studies*. 2007. Vol. 49, iss. 3 (September). URL : <http://ssrn.com/abstract=1682379>.
24. *Lipsey R. E.* Home and host country effects of FDI. NBER Working Paper № 9293. NBER, 2002.
25. *Mansfield E., Romeo A.* Technology transfer to overseas subsidiaries by U.S.-based firms // *Quarterly Journal of Economics*. 1980. No. 95(4).
26. *Rappaport J.* How does openness to capital flows affect growth? // Research Working Paper RWP 00-11. Federal Reserve Bank of Kansas City. December, 2000.
27. *Shan J. A.* VAR approach to the economics of FDI in China // *Applied Economics*. 2002. No. 7(34).
28. *Sun H.* Macroeconomic impact of direct foreign investment in China: 1979–96 // *The World Economy*. 1998. No. 21(5).
29. *The Cobb–Douglas* production function once again : its history, its testing, and some new empirical values // *Journal of Political Economy*. 1976. No. 84(5).
30. *Van Loo F.* The effect of foreign direct investment on investment in Canada // *Review of Economics and Statistics*. 1977. No. 59(4).



# Управление человеческими ресурсами как императивом экономики

---

**Е. С. Кочухова**

*кандидат философских наук, доцент кафедры философии  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## **Чтение и письмо на семинарах философии: методы обеспечения развития человеческого капитала студентов**

**Аннотация.** Данная статья ставит вопрос формирования общекультурных компетенций студентов направления подготовки 080000 в процессе работы на семинарских занятиях по философии. Навыки чтения, самостоятельного письма, ведения аргументированной дискуссии рассматриваются как способности, определяющие возможность студентов совершать выбор образовательной траектории, способности к оценке и развитию собственных ресурсов. Предлагается к рассмотрению и оценке личный опыт применения методик, способствующих формированию указанных компетенций и обеспечивающих тем самым стартовые условия для развития человеческого капитала студентов. Утверждается, что концепция компетентностного подхода к высшему образованию поддерживает новую модель экономического роста, сформулированную в Стратегии-2020.

**Ключевые слова:** человеческий капитал; общекультурные компетенции; развитие навыков чтения; фокусированное письмо; семинары по философии; дискуссионный формат работы.

Ориентиры развития России, определенные в Стратегии-2020, задают новую модель экономического роста, которая призвана задействовать в качестве одного из главных факторов конкурентоспособности «высокое качество человеческого капитала и определенный научный потенциал» [3, с. 8]. Выявление комплекса факторов, способствующих или препятствующих внедрению этой модели, является крайне актуальной и не менее трудоемкой задачей, чем разработка самой стратегии, фундированной на комплексном исследовании различных аспектов развития страны. Данная статья освещает один из частных сюжетов, важных для реализации стратегии – проблему поиска инструментов и методов, которые может предложить университетский курс философии для развития человеческого капитала студентов.

Определение человеческого капитала за свою историю претерпело трансформации. Они прослежены в докладе Организации экономического сотрудничества и развития в качестве подводки к современной трактовке этого понятия: «Знания, навыки, способности и свойства, воплощенные в людях и облегчающие создание личного, социального и экономического благосостояния» [5, с. 18]. Позиция ОЭСР принципиально совпадает с положениями Стратегии-2020: необходимо инвестировать в способность людей учиться, меняться, общаться и применять знания как значимые для новой экономики ресурсы. В узком смысле под этими инвестициями «понимаются затраты на образование и производственную подготовку, поскольку именно они представляют собой специализированный вид деятельности по формированию знаний, навыков и умений» [2, с. 7]. Подкреплять государственную стратегию экономического развития, таким образом, должны стандарты высшего образования. Действительно, они прописывают переход к компетентностному подходу, который позиционируется как адекватный ответ на запросы современного рынка труда.

При разработке сценариев развития России до 2020 г. эксперты рассматривали условия формирования инновационной экономики, которая заинтересована в способности людей осваивать новые знания, в их активности, творческом потенциале

и предприимчивости [3, с. 11–12]. Значительная часть компетенций<sup>1</sup>, на достижение которых ориентирует ФГОС ВПО, как раз и состоит в умении расширять горизонты собственных знаний и вносить актуальные изменения в существующие порядки широко понимаемого социального производства.

Преподавание философии (для непрофильных направлений) включено в базовую часть подготовки студентов бакалавриата и направлено на формирование общекультурных компетенций. Их формулировки варьируются в текстах конкретных стандартов в рамках направления 080000 «Экономика и управление», но в целом они вторят друг другу и создают образ студента, культура мышления и базовые знания об обществе и истории которого помогают ему выстраивать траекторию личностного развития и вступать в продуктивные, сложноорганизованные взаимодействия<sup>2</sup>.

Вариативность формулировок компетенций, как справедливо отмечает Г. Б. Голуб с соавторами, порождает как возможность «констатировать, что в основе любой компетенции лежат универсальные способы деятельности по саморегуляции, самоуправлению, самооценке, и обеспечивать освоение этих способов деятельности студентами», так и возможность продолжать «формировать и оценивать знания и умения исходя из предположения, что при определенных условиях, обеспечивающихся личностными качествами студентов, они самопроизвольно превратятся в компетенции» [1, с. 103]. Предметом дальнейшего рассмотрения является именно реализация первой возможности: обеспечение условий для развития базовых компетенций, в первую очередь культуры мышления.

С формированием культуры мышления связаны: способность к поиску, восприятию, обобщению, анализу, передаче информации, к аргументированному и логичному письму и диалогу. Эти навыки и позволяют студенту получать образование: определенная сложность состоит в том, что они должны наращиваться и совершенствоваться одновременно с получением знаний по университетским курсам, но не всегда формат работы (особенно лекционный) позволяет это делать.

Другая группа компетенций связана с развитием исторического мышления, системного взгляда на сложные, переплетенные социальные процессы. Это предполагает не столько заучивание тем в рамках программы философии, социологии, истории, сколько умение вписывать актуальные события в широкий культурный и теоретический контекст, который предоставляют эти дисциплины, т. е. демонстрировать культуру мышления при освоении предмета.

Еще одна важная задача – формирование у студента способности к самостоятельной деятельности, ориентированной как на себя, так и на других. Ее составляющие: умение ставить цели и выбирать пути их достижения, работать совместно с другими людьми, координировать взаимодействия и нести ответственность за свои решения, а также критическое отношение к себе, способность к личностному выбору и саморазвитию. Без формирования культуры мышления, обеспечивающей необходимые навыки взаимопонимания и дискуссии, эти компетенции представляются труднодостижимыми. Кроме того, целеполагание, прогнозирование результатов, принятие ответственных решений, а также продуктивное взаимодействие с другими людьми часто требуют от человека понимания широкого социального и культурного контекста своего действия.

<sup>1</sup> Макет ФГОС ВПО от февраля 2007 г. содержит определение понятия компетенции: «Способность применять знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в определенной области» [4]. В дальнейших редакциях раздел с определениями ключевых понятий из ФГОС был исключен.

<sup>2</sup> См.: Государственные стандарты ВПО по направлениям бакалавриата на портале ФГОС. URL : <http://fgosvo.ru/fgosvpo/7/6/1/8>.

Произведенное деление компетенций на три блока является лишь одним из возможных и призвано не столько отделить одни способности от других, сколько, наоборот – показать подвижность границ между этими группами. Компетенции связаны между собой неиерархически, многие из них в образовательной практике формируются одновременно – это сеть с несколькими узлами, которая со временем наращивает себя. Более того, в зависимости от характеристик каждого студента эта сеть перестраивается индивидуальным образом, формируя уникальные блоки компетенций.

Индивидуализированный результат образовательного процесса заключается, таким образом, в качественном изменении комплекса компетенций студента. Определение ключевых способностей и их мониторинг «на входе» и «на выходе» – важная перспективная для УрГЭУ задача. Оценки по предметам лишь косвенно свидетельствуют о способности студентов к аналитической работе, пониманию специальных текстов, формулированию и отстаиванию своей позиции и ничего не говорят о способности к кооперации и уважительному отношению к другим. В случае, когда комплексный мониторинг видится делом будущего, необходимо вести подготовительную работу к профессиональной дискуссии по этому вопросу: на текущих занятиях со студентами определять ключевые компетенции, требующие развития, воплощать разные технологии их проработки.

По результатам анализа письменных и устных работ на первых семинарских занятиях по философии я приняла решение сделать ставку на развитие навыков чтения, аргументированного общения и письма<sup>1</sup>. Мое убеждение было подкреплено консультациями с коллегами. Для меня общие цели освоения курса философии дополнились стремлением вывести студентов за рамки текстов учебников и привить навык к чтению источников, а также сформировать представление о письме как самостоятельной творческой работе, отличной от конспектирования, списывания, реферирования.

Для формирования представления о письме как самостоятельной деятельности и преодоления «боязни чистого листа» в начале был использован метод «свободного письма» – в течение первых пяти минут пары студент, не отрывая ручку от листа бумаги, записывает все приходящие ему мысли. Работа предлагается на условиях анонимности. Чтобы поставить всех студентов в равное положение, необходимо строго требовать соблюдения формата непрерывного письма, не допускать отвлечения на другие занятия и предлагать тем, кто «не знает, что писать», описать состояние нежелания/невозможности писать. Следующий шаг – внедрение метода «фокусированного письма», размышления на заданную тему в течение 5–10 минут. Выбор темы совершается таким образом, чтобы ответ мог выстроиться на индивидуальном понимании студента (а не готовом знании), а результаты ответов могли использоваться в качестве подводки к проблематике семинара. «Фокусированное письмо» уже ориентировано на слушателя – студенты озвучивают части написанного текста. Стремление найти ответ в поисковых системах сводится на нет двумя требованиями: зачитать свою позицию должен каждый, повторять формулировки и близкие по смыслу идеи к уже высказанным нельзя.

Роль преподавателя в оценке такого письма сводится к минимуму. Помечая себе содержание каждого из ответов, можно в итоге систематизировать мнения, столкнуть несколько позиций, подчеркнуть спорность некоторых суждений и тем самым стимулировать дискуссию. Но в первую очередь ставится задача продемонстрировать реальную, а не гипотетическую возможность разных восприятий, высказываний, способов аргументации.

<sup>1</sup> Благодарю М. В. Калашникову, Д. Н. Ахапкина, Е. В. Глазанову за блестящие мастер-классы, познакомившие с методами развития критического мышления и письма, применяемыми в рамках стандарта «Искусства и гуманитарные науки».

Первым шагом к формированию навыка работы с текстами-источниками стало изучение небольших фрагментов философских текстов с использованием методов визуализации (конкретизация метафор в рисунке, построение схемы соотношения основных понятий текста). Далее предлагалась более сложная командная работа, в которой студенты сами проясняли содержание текстов друг другу, а успешность их поиска оценивали группы, выполнявшие аналогичный вариант. Также командно исследовались дополняющие друг друга фрагменты текста одного автора – отдельные группы достигали своих целей в изучении текста, но общую концепцию мыслителя можно было восстановить, только сложив усилия всех участников. На подготовку к следующему семинару задавались фрагменты текстов-источников, постепенно увеличивавшиеся в объеме. Текущая работа с фрагментами текстов свелась к минимуму и перешла в формат контрольных, что позволяло оценить уже индивидуальное, а не командное владение навыками чтения и письма.

Заданиями, проверяющими способность и к аналитическому разбору текста, и к творческому размышлению и письму, выступали, во-первых, объемные контрольные работы, где ответы на вопросы требовали внимательного чтения предложенных текстов и умения выходить за их границы, во-вторых, подготавливаемые дома эссе, одним из главных критериев оценки которых была самостоятельность работы<sup>1</sup>.

Тематическое общение на семинарах выстраивалось в основном вокруг текстов, заданных на домашнее чтение. От оценки качества пересказа я постепенно переходила к модерированию обсуждения, добавлению в дискуссию сюжетов, оставленных участниками без внимания. Пожалуй, эта задача была одной из самых сложных, поскольку в ситуации быстрого развития дискуссии приходится делать выбор между поддержанием интенсивности работы и вовлечением в нее тех, кто не успевает отслеживать мысль наиболее сильных участников семинара. Примерно половина студентов, признавших чтение текстов-источников интересной и важной формой семинарской работы, выразили неудовольствие тем, что они часто были исключены из дискуссии по причине быстрой смены обсуждаемых сюжетов – когда для одних вопрос представлял решенным, другие только обнаруживали аргументы в пользу той или иной его трактовки. Этот отклик ставит передо мной проблему поиска способов вовлечения в активное семинарское общение потенциально заинтересованных в этом студентов.

Формируя и оттачивая навыки чтения, письма, аргументации, поиска и представления информации, предлагаемые методы работы на семинарских занятиях по философии вносят вклад в формирование общекультурных компетенций студентов. Внимательное отношение к чужому высказыванию, умение работать сообща также формируются при условии соблюдения дискуссионного формата работы. Умение ставить цели и дисциплинировать себя скорее обеспечивается проговариванием четких условий оценки работы. Требование систематической работы в семестре помогает обеспечить формирование представления о проектировании собственной образовательной траектории. Соответственно сложно приветствовать попытки авральной сдачи дополнительных работ в конце семестра.

Развитие общекультурных компетенций, являющихся базовой составляющей человеческого капитала – задача междисциплинарная. Добавляя к традиционно по-

<sup>1</sup> Самостоятельность текстов проверялась в программе «Антиплагиат», но этот шаг был скорее дополнительным. Залогом получения авторского текста студента я считаю сочетание трех условий. Во-первых, сформированное доверие студентов к собственному высказыванию, понимание ими возможности высказаться и быть услышанными. Во-вторых, формулировка темы эссе, исключающая возможность обнаружить ответ целиком в готовых рефератах. В-третьих, внедрение системы оценки за эссе, определяющим элементом которой будет самостоятельность.

нимаемым текстам визуальную информацию (художественные произведения, видеолекции, графики, схемы и таблицы), мы получаем весь комплекс материалов, используемых в подготовке бакалавров по направлению 080000. Совместно ставя высокие требования к изучению предметов и помогая студентам проработать навыки, позволяющие выполнить эти требования, профессиональное сообщество действительно будет обеспечивать качественное развитие человеческого капитала студентов. Выработка консолидированной позиции преподавателей требует предварительного выявления эффективных технологий, используемых в образовательном процессе, оценки ресурсозатратности различных методик, поиска форм оценки компетенций. Предлагая в этой статье краткий обзор методов, использовавшихся мной на семинарах по философии, я выношу на широкое обсуждение один из возможных путей развития базовых компетенций. Я также выражаю благодарность коллегам кафедры за поддержку моего стремления искать новые формы семинарской работы.

### Библиографический список

1. Голуб Г. Б., Фишман И. С., Фишман Л. И. Стандарты третьего поколения: чему учить и что проверять на выходе // *Вопр. образования*. 2010. № 3.
2. Капелюшников Р. И. Сколько стоит человеческий капитал России? : [препринт]. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2012.
3. *Стратегия-2020* : новая модель роста – новая социальная политика. Итоговый доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020 года / под науч. ред. В. А. Мау, Я. И. Кузьмина. М.: Изд. дом «Дело» РАНХиГС, 2013. Кн. 1.
4. *Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования // Российское образование* : федеральный портал. URL : <http://www.edu.ru/db/portal/spe/3v/220207m.htm>.
5. *OECD. The Well-being of Nations: the Role of Human and Social Capital*. P. : OECD, 2001.

**С. В. Орехова**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

### Оценка применения механизма индексации оплаты труда на российских предприятиях: институциональный подход

**Аннотация.** Согласно Трудовому кодексу РФ работодатель обязан принимать меры по повышению уровня реальной заработной платы, в том числе по индексации оплаты труда. Однако в России до сих пор не установлены институциональные механизмы (инфорсмент), которые позволяют эффективно реализовать эту государственную гарантию. В исследовании были решены следующие задачи: изучена институциональная структура механизма индексации в России, систематизированы методы индексации оплаты труда; проведен эмпирический анализ системы индексации на примере горно-металлургических предприятий; предложен унифицированный механизм начисления индексации оплаты труда.

**Ключевые слова:** индексация оплаты труда; институт; ценовая подстройка; нормативы по труду.

**Постановка проблемы.** Теория человеческого капитала [13; 15] утверждает, что физический, интеллектуальный и творческий потенциал человека находится в прямой или косвенной зависимости от уровня доходов работников. В то же время для российских компаний характерно использование оптимизационной модели управления человеческим капиталом – это минимальное вложение инвестиций в человеческий капитал, отношение к работнику как к «центру затрат», а не «центру инвестиций» [7]. А в условиях экономического кризиса работодатели еще больше стремятся снизить издержки труда, что приводит к обесценению человеческого капитала [3; 4; 16].

В. Гимпельсон и Р. Капелюшников [3] при анализе кадровых стратегий в условиях кризиса выделяют два варианта адаптации предприятий на рынке труда:

1) количественную подстройку, направленную на регулирование занятости работников и выражающуюся в сокращении численности работников и/или количества рабочего времени;

2) ценовую, направленную на сокращение оплаты труда, а соответственно доходов каждого работника.

Начиная с 1991 г., институционально-экономические условия на российском рынке труда таковы, что предприятиям выгодно поддержание комбинации социально-трудовых отношений «стабильная занятость – гибкая оплата» (т. е. использование ценовой подстройки) [3].

Тем не менее, согласно Трудовому кодексу РФ работодатель обязан принимать меры по повышению уровня реальной заработной платы, в том числе по индексации оплаты труда. Однако только около 20% предприятий индексируют заработную плату; рост касается только постоянной части оплаты труда; индексация заработной платы носит нерегулярный характер.

**Целью исследования** является институциональный и экономический анализ механизма индексации оплаты труда в России для повышения эффективности применения данной гарантии.

Данная цель будет реализована посредством выполнения трех взаимосвязанных этапов:

- 1) анализа структуры института «индексация оплаты труда» в России;
- 2) классификации методов индексации оплаты труда, изучения преимуществ и недостатков каждого метода;
- 3) диагностики существующих проблем расчета индексирующих надбавок на российских предприятиях.

Конструирование общего алгоритма по установлению, расчету и выплате индексирующей надбавки является практически значимым как для работодателей, так и для профсоюзных организаций, а также может быть полезно государственным органам.

**Институциональный анализ структуры и специфические особенности индексации оплаты труда в России.** Норма индексации заработной платы установлена в Трудовом кодексе РФ: «Работодатель обязан принимать меры по повышению уровня реальной заработной платы, в том числе по индексации оплаты труда» (ст. 134 ТК РФ).

Данное положение уточняется законодательными актами. В частности, Конституционный суд РФ указывает, что «индексация заработной платы производится всем лицам, работающим по трудовому договору» (определение КС РФ от 17 июня 2010 г. № 913-0-0). Федеральная служба по труду и занятости разъясняет, что «организации, финансируемые из ... бюджетов, производят индексацию заработной платы в порядке, установленном трудовым законодательством, другие работодатели – в порядке, установленном коллективным договором, соглашениями, локальными нормативными актами» (Роструд, письмо от 19 апреля 2010 г. № 1073-6-1).

Таким образом, на сегодня в законодательстве не определен единый порядок установления коэффициента индексации. Работодатель вправе самостоятельно (с учетом мнения профсоюзной организации) выбрать механизм проведения индексации и зафиксировать его в коллективном договоре. Более того, известным фактом, не требующим доказательств, является то, что малый, а часто и средний бизнес в России вообще не заключает коллективные договоры.

Эффективность действия любого института определяется качеством взаимодействия всех его структурных элементов, в первую очередь качеством механизмов ин-

форсмент, обеспечивающих выполнение нормы. Институциональный анализ структуры нормы «индексация оплаты труда» по методике В. Л. Тамбовцева [8] позволяет более детально изучить структуру индексации оплаты труда (табл. 1).

Таблица 1

**Элементы (логическая структура) института индексации оплаты труда в России**

Элемент	Теоретическое пояснение сущности элемента	Характеристика элемента исследуемого института
1. Содержание нормы	Действие, которое может, должно или не должно быть выполнено	Обязанность принимать меры по повышению уровня реальной заработной платы, в том числе по индексации оплаты труда
2. Условия приложения	Указанная в норме ситуация, с наступлением которой следует или допустимо реализовать предусмотренное данной нормой действие	Если в результате экономических факторов произошло снижение уровня реальной оплаты труда
3. Субъект нормы	Лицо или группа лиц, которым адресована норма	Работодатель
4. Характер нормы	Указывает на то, обязывает, разрешает или запрещает норма выполнить некоторое действие	Обязывает выполнять
5. Гарант нормы	Индивид (группа индивидов), специализированная организация (группа организаций), применяющая санкции к субъектам нормы, отклоняющимся в своих действиях от ее содержания	Не установлен
6. Время задержки применения санкции	Время на реакцию гаранта нормы в случае отклонения в действиях субъекта	Не установлено
7. Перечень санкций	Набор действий, предпринимаемых в отношении субъекта нормы ее гарантом в случае выявления последним отклонений в действиях субъекта	Не установлено
8. Внешние эффекты	Лицо или группа лиц, которые зависят от выполнения субъектом указанной нормы (эффекты могут быть положительные или отрицательные)	Все работники, с которыми работодатель заключил трудовой договор

Основная проблема эффективного применения института индексации заключается в несоответствии между содержанием нормы и инфорсментом (механизмами принуждения).

Теоретики неонституционализма [5; 6; 14] выделяют три группы механизмов принуждения. Оценка этих механизмов применительно к институту индексации оплаты труда представлена в табл. 2.

Таблица 2

**Возможные механизмы инфорсmenta института индексации оплаты труда в России**

Механизмы инфорсmenta	Формальные правила	Неформальные правила
1. Первая сторона – самоконтроль предприятия	Саморегулируемые организации	Автоматическая потеря репутации, вина и пр.
2. Вторая сторона – контроль со стороны других участников взаимодействия (профсоюзной организации)	Система штрафов, возможность обращения в суд, установление правил в коллективном договоре и трудовых соглашениях	Неформальные договоренности
3. Третья сторона – судебная система (государство)	Заклучение суда, прокуратуры, прямые указы Президента РФ и пр.	Стыд (общественное порицание)

Специфика индексации оплаты труда в России как институциональной конструкции заключается в том, что сама норма установлена на федеральном уровне, а инфорсмент – на уровне предприятия. Выполнение обязанности (гарантии) контролируется коллективным договором между работодателем и представителем работников (профсоюзом). Таким образом, работодатель сам определяет и контролирует то, как выполнять свои обязанности. Несмотря на формально возможное использование

инфорсmenta второй (профсоюз) и третьей (судебная система) сторонами, именно «добрая воля» самого работодателя является определяющим фактором выполнения данной нормы.

Эффективность инфорсmenta зависит от двух факторов: издержек контроля для второй и третьей сторон (чем больше эти издержки, тем выше вероятность неэффективного контроля) и соотношения издержек и выгод для первой стороны при выполнении нормы (если выгоды неисполнения контракта превышают издержки, первая сторона предпочтет контракт не исполнять) [9; 12].

В целом эффективность действия нормы определяется следующими факторами:

- 1) уровнем экономического развития и прибыльности бизнеса (стадией жизненного цикла предприятия);
- 2) зависимостью экономических результатов предприятия от уровня качества и количества работников;
- 3) уровнем переговорной силы профсоюза;
- 4) уровнем социальной ответственности бизнеса;
- 5) проработкой коллективного договора второй стороной (профсоюзной организацией);
- 6) состоянием экономики в России в текущем периоде.

**Методы начисления индексирующей надбавки на российских предприятиях: классификация и проблемы расчета.** «Путаница» в институциональной структуре закона, регламентирующего индексацию оплаты труда в России, влечет свободное толкование исполнения данной нормы. Этот факт подтверждается качественным анализом коллективных договоров 11 уральских горно-металлургических предприятий (табл. 3).

Выбор горно-металлургических предприятий для анализа не случаен. Горно-металлургический профсоюз (ГМПР РФ) является одним из сильнейших в России. По данным на 23 апреля 2015 г., на предприятиях, где действуют первичные профсоюзные организации ГМПР, заключено более 500 коллективных договоров.

Проведенный качественный анализ коллективных договоров предприятий, заключенных на 2015 г., иллюстрирует неэффективность существующей индексации оплаты труда как института, гарантирующего рост реальной заработной платы работникам. Предприятия могут осуществлять неконтролируемый (государством) выбор реализации данной нормы по ряду параметров.

В первую очередь существенно различаются сами критерии расчета индексирующей надбавки. Нами выделено две группы методов расчета.

1. *Рыночные методы индексации*, когда величина и порядок индексации зависят от ситуации на рынке и экономического положения предприятия.

Безусловно, экономическая эффективность предприятия является значимым фактором при оценке возможности выполнения им гарантий по росту реального уровня оплаты труда. Однако работодатели, пользуясь экономической неграмотностью профсоюзных организаций, в состав показателей, характеризующих эффективность бизнеса, все чаще включают те, которые зависят от работы менеджмента, а не деятельности работников.

Например, работодатели в качестве ограничителя при расчете коэффициента индексации могут установить план выполнения объема производства (можно установить план в 300% по отношению к прошлому периоду, и тогда он точно не будет выполнен) или рост производительности труда (показатель, который при современном уровне автоматизации производства вообще не зависит от эффективности деятельности работников).



**Анализ методик расчета индексирующей надбавки на предприятиях горно-металлургической направленности  
по состоянию на 1 квартал 2015 г.**

№	Название предприятия	Критерий начисления индексации	Периодичность индексации	Ограничения со стороны профсоюзов	Ограничения со стороны работодателя по выполнению гарантии
1	ЗАО «Карабаш-медь»	Прогнозный уровень инфляции	1 раз в год	Нет	1. Выполнение плана производственно-экономических показателей. 2. Рост зарплаты в пределах 10%. 3. Не учитывается выслуга лет
2	ЗАО «Кыштымский МЭЗ»	Уровень прогнозируемой инфляции	2 раза в год	Возможность корректировки до фактического уровня инфляции	1. Рост зарплаты в пределах 10%. 2. Надбавка только к окладу (тарифным ставкам)
3	ЗАО «Саткинский ЦПЗ»	Уровень фактической инфляции	2 раза в год	Повышение не менее 10%	1. Надбавка только к окладу (тарифным ставкам). 2. Рост производительности труда не менее 2%
4	ОАО «Тургоякское РУ»	Уровень инфляции за предыдущий год	1 раз в год (1 апреля)	Нет	Нет
5	ОАО «Магнитогорский МК»	Не установлен	Не установлена	Нет	1. Безубыточность предприятия. 2. Наличие источников повышения зарплаты (расширение зон обслуживания, совмещение профессий, внутреннее совмещение, снижение затрат). 3. Сопоставимые темпы роста производительности труда и зарплаты
6	ООО «Бакальское РУ»	Индекс потребительских цен по Челябинской области	2 раза в год	1. Размер зарплаты – не ниже 25 132 р. (план на 2015 г.). 2. Рост не ниже уровня инфляции. 3. При росте инфляции более чем в 2 раза – пересмотр размера индексации	1. Выполнение плана по объему производства. 2. Выполнение плана по производительности труда. 3. Надбавка только к окладу (тарифным ставкам)
7	ООО «Златоустовский ЭМЗ»	Прожиточный минимум, рассчитываемый для трудоспособного населения по Челябинской области	Ежеквартально	Средняя зарплата должна составлять не менее 2,5 минимальных прожиточных минимумов	1. Увеличение производительности труда. 2. Безубыточность предприятия. 3. Наличие источников роста зарплаты
8	ОАО «Челябинский ЦЗ»	1. Уровень потребительских цен. 2. Другие экономические факторы (не указаны)	Не установлена	Нет	1. Исходя из финансовых возможностей. 2. Надбавка только к окладу (тарифным ставкам)

№	Название предприятия	Критерий начисления индексации	Периодичность индексации	Ограничения со стороны профсоюзов	Ограничения со стороны работодателя по выполнению гарантии
9	ОАО «Челябинский МК»	1. Три минимальных прожиточных минимума трудоспособного населения. 2. Процент роста индекса потребительских цен за прошедший квартал (показатели по Челябинской области)	Ежеквартально	Нет	Нет
10	ОАО «Трубодеталь»	1. Индекс потребительских цен по Челябинской области (абсолютный прирост). 2. Базовая ставка 1 495 р. 3 Минимальный прожиточный минимум по Челябинской области	1 раз в год	1. Зарплата должна быть не ниже, чем 4,7 МПМ. 2. 1 раз в 3 года сумма индексации включается в состав окладов (тарифов)	Рост зарплаты в пределах 10%
11	ОАО «Качканар Ванадий»	Индекс потребительских цен по РФ	2 раза в год	1. Дополнительная выплата к отпуску – 33 000 р. (на 2015 г.). 2. Дополнительный пересмотр условий в сентябре. 3. Индексация оплаты на 2%	С учетом финансово-экономического положения

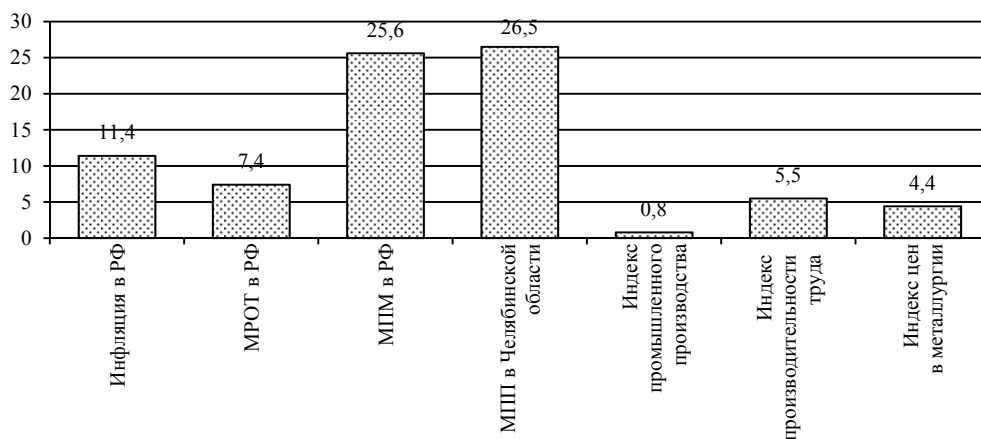
Единственным критерием, который может приниматься во внимание, является темп роста цен на продукцию компании на рынке. Так, если индекс потребительских цен вырос на 10%, а рост цен на продукцию компании составил 1% (цифры условны), индексация оплаты труда приведет к росту себестоимости и резкому снижению рентабельности предприятия.

Поэтому, если рассматривать индексацию оплаты труда как гарантию (обязательную к выполнению норму), использование рыночных методов начисления индексированной надбавки, столь выгодных российским работодателям, невозможно.

2. *Институциональные (нормативные) методы индексации*, когда в основе расчета лежат нормативы по труду: инфляция (индекс потребительских цен), минимальный прожиточный минимум, минимальный размер оплаты труда, минимальный потребительский бюджет и др.

Однако и в случае выбора институционального метода индексации возникает ряд вопросов.

### 1. Какой норматив выбрать?



Различия в темпах роста экономических и трудовых нормативов в России за 2014 г., %<sup>1</sup>

На рисунке представлены результаты расчета темпов роста основных российских нормативов по труду за 2014 г. Расхождения в официальных статистических показателях значительны: например, уровень инфляции составил 11,4%, тогда как реальные цены на основные продукты питания, входящие в минимальную потребительскую корзину, выросли более чем на 25%.

2. Какие нормативы брать за основу: областные или российские, прогнозные или фактические?

Так, на 2015 г. прогнозируемый уровень инфляции предусмотрен на уровне, не превышающем 5,5% (п. 1 ст. 1 Федерального закона от 1 декабря 2014 г. № 384-ФЗ «О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов»), фактически уровень инфляции за 4 месяца 2015 г. достиг 8%.

### 3. Какова периодичность индексации?

Важно понимать, что чем реже периодичность пересмотра индексированной надбавки, тем больший разрыв будет между заработной платой и реальным уровнем цен в стране.

<sup>1</sup> Составлено автором по данным Росстата РФ. URL : <http://www.gks.ru>.

4. На какую часть оплаты труда производить индексацию?

В России чаще всего индексации подвергается только постоянная часть оплаты труда. Оклад (тарифная ставка) привязан к минимальному размеру оплаты труда (МРОТ), что составляет порядка 30% от общего дохода работника (исходя из размеров средней заработной платы и МРОТ в России). Это означает, что индексации подвергается не более трети дохода работника, и подобное увеличение заработной платы не будет соответствовать реальному росту цен в стране.

5. Каким образом учитывать прирост норматива: как относительную или абсолютную величину?

Таблица 4

**Различия в итоговых значениях прироста оплаты труда при использовании абсолютного и относительного отклонений**

Период	Размер МПМ по России, р.	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение
I квартал 2012 г.	6 307	–	–
I квартал 2013 г.	7 095	+688	$7\,095/6\,307 = 1,125$
I квартал 2014 г.	7 688	+583	$7\,688/7\,095 = 1,083$
I квартал 2015 г.	8 834	+1 146	$8\,834/7\,688 = 1,149$
<i>Итого</i>		+2 417	$8\,834/6\,307 = 1,4$

Разные способы расчета приводят к различным результатам. Рассмотрим пример. Пусть в основу индексации положен прирост минимального прожиточного минимума в РФ (МПМ), а базовая заработная плата равна 10 000 р. Тогда при учете абсолютного прироста МПМ за 3 года заработная плата вырастет на 24%, а при расчете относительного – на 40% (табл. 4).

6. Как будут соотноситься нормативы по труду и показатели, принятые в коллективном договоре?

Следует отметить, что при расчете коэффициента индексации нормативный показатель не будет обязательной величиной. Например, при прогнозируемой инфляции в 5,5% заработная плата сотрудников может быть проиндексирована на 4 или 7%.

Проведение эмпирического и институционального анализа позволяет выделить две основные проблемы в реализации нормы индексации оплаты труда в России.

С одной стороны, описание механизма индексации может быть слишком упрощено, не прописан порядок расчета, начисления надбавки. Обратный вариант – когда индексация является сложной процедурой, учитывающей более пяти показателей и нормативов, что в первую очередь усложняет контроль правильности выплат. Комплексный механизм установления, расчета и выплаты индексации оплаты труда должен учитывать рыночную ситуацию и в то же время обеспечивать работнику рост реальной оплаты труда.

Общие рекомендации по установлению эффективного механизма индексации могут быть сведены к следующему алгоритму:

1) оценка показателей, определяющих экономическое положение отрасли; анализ динамики уровня цен на рынке; при отрицательных темпах роста цен в отрасли рассмотреть возможность отсрочки индексации;

2) установление индексировующего коэффициента в соответствии с фактическим уровнем роста индекса потребительских цен – нормативом, прямо указанным в ТК РФ;

3) определение периодичности индексации – не менее двух раз в год (с учетом среднего уровня инфляции в России);

4) установление базы для начисления индексации как общей суммы дохода работника.

Только серьезная детализация коллективного договора профсоюзными организациями позволит повысить эффективность применения института индексации в России. В долгосрочной перспективе качество исполнения данной нормы зависит от проработки подзаконных актов со стороны законодательных органов РФ.

## Библиографический список

1. *Вольчик В.* Эффективность рыночного процесса и эволюция институтов. URL : [http://www.libertarium.ru/88725/cms\\_subscribe](http://www.libertarium.ru/88725/cms_subscribe).
2. *Заработная плата в России : эволюция и дифференциация : [монография] / под ред. В. В. Гимпельсона, Р. И. Капелюшника.* 2-е изд. М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008.
3. *Капелюшников Р. И., Лукьянова А. И.* Трансформация человеческого капитала в российском обществе (на базе «Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения»). М. : Фонд «Либеральная миссия», 2010.
4. *Корчагин Ю. А.* Российский человеческий капитал: фактор развития или деградации? Воронеж : ЦИРЭ, 2005. URL : <http://lerc.012345.ru>.
5. *Кузьминов Я. И., Бендукидзе К. А., Юдкевич М. М.* Курс институциональной экономики: институты, сети, транзакционные издержки, контракты. М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006.
6. *Норт Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М. : Начала, 1997.
7. *Орехова С. В.* Человеческий капитал как источник устойчивого конкурентного преимущества фирмы: проблемы применения // Современная конкуренция. 2015. № 1.
8. *Тамбовцев В. Л.* Теории институциональных изменений. М. : ИНФРА-М, 2008.
9. *Уильямсон О. И.* Экономические институты капитализма : фирмы, рынки, «отношенческая» контракция / пер. с англ. Е. Ю. Благова, В. С. Катькало, Д. С. Славнова, Ю. В. Федотова, Н. Н. Цытович. СПб. : Лениздат ; CEV Press, 1996.
10. *Фуруботн Э. Г., Рихтер Р.* Институты и экономическая теория: достижения новой институциональной экономической теории / пер. с англ. под ред. В. С. Катькало, Н. П. Дроздовой. СПб. : Изд. дом Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2005.
11. *Ходжсон Д.* Экономическая теория и институты: манифест современной институциональной экономической теории : [пер. с англ.]. М. : Дело, 2003.
12. *Шаститко А. Е.* Новая институциональная экономическая теория. М. : Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2002.
13. *Becker G. S.* Human Capital. N. Y. : Columbia University Press, 1964.
14. *Davis L., North D.* Institutional Change and American Economic Growth. Cambridge, 1971.
15. *Mincer J.* Schooling, Experience and Earnings. N. Y. : NBER, 1974.
16. *Sabirianova K.* The Great Human Capital Reallocation : a Study of Occupational Mobility in Transitional Russia. EERC Working Paper № 2K/11. Moscow : EERC, 2011

**Н. П. Сугакова**

кандидат физико-математических наук, доцент кафедры физики и химии  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

### Воспитательная работа со студентами в контексте управления человеческими ресурсами

**Аннотация.** В статье рассматривается воспитательная работа в вузе как аспект управления компонентом его человеческих ресурсов – студентами. Обсуждаются различные направления воспитательной работы и их особенности. Первостепенное внимание уделяется деятельности кураторов академических групп. Подчеркивается целесообразность не только проведения работы, определяющей различные стороны функционирования студента в вузе, но и организации мероприятий по взаимодействию с работодателями для будущего трудоустройства выпускников. Делается акцент на неразрывной связи воспитательного и образовательного процессов управления студентами, что должно обеспечить достижение основной цели учебно-воспитательного процесса – формирование специалиста с предусмотренным стандартом набором компетенций и комплексом личностных качеств, способствующих успешной самореализации специалистов в инновационной профессиональной деятельности, и их конкурентоспособность на современном рынке труда.

**Ключевые слова:** воспитательная работа в вузе; деятельность кураторов; компетенции куратора; работа с первокурсниками; взаимодействие с работодателем.

Человеческие ресурсы – экономический термин, в известной мере «обездушеляющий» людей, рассматривающий их в ряду прочих экономических ресурсов. И все-таки это личности, от которых в первую очередь зависит экономическая эффектив-

ность любого предприятия. Они должны обладать комплексом качеств, обеспечивающих конкурентоспособность предприятия и его персонала (т. е. их самих) на мировом рынке любой отрасли. Важнейшая часть человеческих ресурсов вуза – студенты, компетентность которых, с одной стороны, определяет качество работы образовательного учреждения, с другой – успешность развития соответствующих экономических кластеров, будущими ресурсами которых являются нынешние студенты. Управление студенческими ресурсами – первостепенная задача вуза [5; 7]. Она имеет различные аспекты. Образовательный аспект осуществляется на базе основной образовательной программы, предусматривающей формирование профессиональных качеств в соответствии с установленным государственным стандартом компетентностной моделью специалиста. Этот аспект управления реализуется в процессе обучения на общеобразовательных и выпускающих кафедрах. Но выпускники университета должны обладать не только высоким уровнем профессиональной компетентности. Профессионализм предусматривает проявление личностных качеств, способствующих продуктивному труду каждого работника и всего персонала, устойчивому развитию микро- и макроэкономического кластеров, каждого региона, страны и человечества в целом [9; 12]. Формирование этих качеств представляет собой воспитательный аспект управления, организация и координация которого осуществляется административными органами (деканатами, департаментами, институтами).

В контексте управления человеческими ресурсами воспитательная работа представляет собой масштабную системную деятельность, включающую:

- учет контингента студентов, распределение их по студенческим группам, определение лидеров (старост), работу с лидерами;

- обеспечение соблюдения установленного ритма учебной работы студентов (включая самостоятельную работу), контроль текущей и промежуточной успеваемости, анализ «отсева» студентов и организацию мероприятий по его снижению;

- создание благоприятного социально-психологического климата, способствующего формированию предусмотренных образовательным стандартом компетенций;

- обеспечение условий для развития конструктивных студенческих инициатив и реализации инновационных проектов;

- обучение актива, содействие в реализации деятельности органов студенческого самоуправления;

- организацию всех аспектов работы кураторов студенческих академических групп [10; 14];

- обеспечение общепринятых морально-нравственных норм поведения в коллективе;

- определение ценностных ориентаций с учетом исторических традиций, перспектив прогрессивного развития и общечеловеческой культуры [13];

- этическое и эстетическое воспитание, повышение уровня общей культуры студентов;

- формирование активной гражданской позиции и осознанного патриотизма на основе преемственности поколений [4];

- развитие корпоративной культуры, укрепление лучших традиций вуза;

- оказание помощи студентам в адаптации к условиям деятельности в вузе, к специфическим формам учебной и внеучебной работы, постоянному контролю текущей работы студентов;

- содействие студентам в процессах самосовершенствования и самореализации, в приобретении профессионального и социального опыта;

организацию и проведение профилактических мероприятий, обеспечивающих «здоровьесбережение» студенческих ресурсов, в том числе включающих борьбу с наркоманией, курением и употреблением алкоголя;

воспитание толерантности, активного неприятия любых форм экстремизма;

содействие подразделениям университета в организации спортивных и культурно-массовых мероприятий, конкурсов и соревнований, участию студентов в творческих коллективах, объединениях, клубах, спортивных секциях [6];

развитие волонтерского молодежного движения, вовлечение студентов в экологические, строительные, поисковые отряды и другие добровольческие объединения;

контроль организации проживания студентов в общежитиях, содействие студентам в обеспечении комфортных условий проживания и в осуществлении мероприятий, способствующих позитивному культурному досугу в общежитиях;

осуществление межинститутского, межвузовского взаимодействия, а также контактов с потенциальными работодателями.

Все эти разнообразные направления работы в целом имеют целью формирование личностных качеств специалиста, неразрывно связанных с профессиональными навыками. Особое место в этой работе принадлежит организации работы кураторов академических групп [1; 2]. Куратор – наставник, который, с одной стороны, является достаточно состоявшимся профессионалом, обладающим обширным спектром профессиональных компетенций, которые должны сформироваться у обучающихся, с другой стороны – педагог, хотя (в большинстве случаев) и без специального педагогического образования, но с комплексом личностных качеств, обеспечивающих успешный воспитательный процесс. Это составляет своего рода компетентностную «модель» куратора. С этих позиций существенным моментом является подбор кураторов. Как правило, кураторов рекомендует выпускающая кафедра, причем из числа сравнительно молодых преподавателей. Такие преподаватели легче устанавливают контакт со студентами (так как были в этом статусе совсем недавно), энергичны и мобильны, могут не только организовать студентов, но и непосредственно участвовать практически наравне с ними в самых различных мероприятиях, что способствует эффективному взаимодействию с группой. Очевидный недостаток жизненного и профессионального опыта компенсируется позитивным настроением, определенным уровнем энтузиазма и интересом к работе со студентами. Работа кураторов требует четкого планирования и оперативной корректировки планов в координации с учебным процессом. Куратор работает и с академической группой в целом, и с каждым студентом индивидуально. У него больше возможностей, чем у любого преподавателя-предметника, чтобы разработать индивидуальный образовательный маршрут (ИОМ) [8] для отдельного студента, способствующий развитию его творческих способностей, и, более того, индивидуальный воспитательный маршрут (ИВМ), учитывающий особенности и потенциал каждого обучающегося, его интересы. Особенно значима работа куратора с первокурсниками. Куратор должен персонально познакомиться с каждым студентом, желательно сначала заочно (изучив личные дела абитуриентов), а затем лично. Он должен высказать решающее мнение при выборе старосты и актива группы, на который придется опираться в процессе работы в последующие годы и от которого зависит морально-психологический климат в группе. Куратор участвует в процессе решения жилищных проблем, особенно у первокурсников при размещении их в общежитии. Бытовые аспекты, организация досуга студентов в общежитии – тоже в поле зрения куратора. И, конечно, главная роль куратора – оказание помощи в адаптации к учебному процессу, к его специфическим видам в вузе, в организации и реализации самостоятельной работы [11]. Куратор – дипломатичный и тактичный посредник между студентом и другими преподавателями, помогающий при разрешении различ-

ных проблемных ситуаций, в частности, связанных с ликвидацией задолженностей. При необходимости он взаимодействует с родителями студентов (или другими членами семей, непосредственно занимающимися образовательными вопросами, касающимися данного студента). Куратор выявляет студентов, которым требуется специальная поддержка (материально нуждающихся, имеющих медицинские или социальные проблемы и т. д.), организует помощь таким студентам со стороны администрации и профсоюзного комитета. На протяжении всего учебного процесса куратор осуществляет мониторинг профессионального становления студентов, отслеживает прохождения и результаты производственных практик. Сравнительно новая функция в деятельности куратора – контакты со структурами трудоустройства выпускников и непосредственно с работодателями. Она наиболее важна, когда выпускник испытывает затруднения в трудоустройстве [15]. Конечно, молодой преподаватель-куратор не всегда имеет соответствующую базу и опыт для реализации этой функции. И здесь необходима поддержка кафедры и администрации. Обязательным компонентом организации работы кураторов является их учеба, обеспечивающая повышение квалификации в сфере педагогики и психологии. Куратор не только воспитатель студентов, но и в определенной мере образец, демонстрирующий уровень специалиста, который должен быть достигнут любым студентом в ближайшем будущем. Это предъявляет дополнительные требования к личности куратора, его имиджу и предполагает высокую степень ответственности не только при реализации кураторской и преподавательской деятельности, но и в повседневном поведении (впрочем, как для любого преподавателя). Немаловажным моментом считается стимулирование кураторской деятельности. Стимулирование персонала – существенный аспект управления человеческими ресурсами. В последнее время в условиях сравнительно невысокого уровня оплаты труда преподавателей, особенно молодых, снизилась значимость морального стимулирования, тем не менее, его необходимо осуществлять, находя оптимальные формы сочетания с материальным стимулированием. Безусловно, целесообразны в этом отношении проводимые в рамках различных конкурсов преподавательского мастерства (педагогического, технологического и др.) конкурсы кураторов, предусматривающие моральное и материальное поощрения. Полезны различные формы обмена опытом, в том числе проведение «слетов» кураторов вместе с активами студенческих групп. В таких слетах в зависимости от их тематики могут участвовать и молодые сотрудники предприятий потенциальных работодателей, что способствовало бы развитию профессиональной культуры будущих специалистов [3].

Рассмотренное направление воспитательной работы не является отдельным от остальных, перечисленных выше. Более того, все эти направления тесно связаны между собой и неотделимы от организации образовательной деятельности в целом. По существу, вся работа со студентами – формирование их как будущих профессионалов, обладающих широким спектром общекультурных и профессиональных компетенций, комплексом личностных качеств и достаточно высоким уровнем инновационного потенциала, – является управлением человеческими ресурсами, обеспечивающим не только устойчивое функционирование образовательных учреждений, но и устойчивое развитие тех отраслей, подготовку кадров для которых они осуществляют.

### Библиографический список

1. Беспалов А. А. Воспитание студентов как приоритетное направление деятельности куратора в высшем профессиональном учебном заведении // Совет ректоров. 2012. № 5.
2. Бородина Е. С. Организация работы куратора студенческой группы в вузе // Вестн. Южно-Уральского гос. ун-та. Сер. Образование. Педагогические науки. 2013. Т. 5. № 3.



3. *Гречухина А. А.* Инновации в области управления человеческими ресурсами на примере взаимного сотрудничества транспортной отрасли (ОАО «РЖД») и вуза // Инновационные тенденции развития управления персоналом: образование и практика : материалы регион. науч.-практ. конф. Новосибирск, 2015.
4. *Климин К. А.* Методика создания концепции воспитательной работы вуза с учетом динамики формирования гражданско-патриотических ценностей у студентов // Известия Самарского науч. центра Рос. акад. наук. 2012. Т. 14. № 2–5.
5. *Кулапов М. Н., Козлов В. В., Пономарев М. А.* Образование как фундаментальный процесс развития человеческого капитала // Инновации и инвестиции. 2012. № 4.
6. *Лаптева М. Д., Хорват Д. А.* Организация культурно-досуговой деятельности студента как форма воспитательной работы в вузе // Высшее образование сегодня. 2014. № 7.
7. *Лукина В. С., Сибилева Е. В.* Внутренняя оценка качества обучения в вузе // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2013. № 4.
8. *Маузулина Е. Б.* Педагогическое сопровождение студентов в образовательных учреждениях высшего профессионального образования // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2011. № 1.
9. *Носова Т. А.* Организация воспитательной работы вуза в контексте ФГОС ВПО // Высшее образование в России. 2012. № 7.
10. *Маркина В. М., Хилкова Н. Л., Прудникова Е. Г.* Кураторская работа как составляющая воспитательного процесса в вузе // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 3.
11. *Петухова Е. А.* Проблемы адаптации студентов первого курса и значение роли куратора в их решении // Известия Алтайского гос. ун-та. 2014. Т. 82, № 2–1.
12. *Сакенов Д. Ж., Кененбаева М. А., Тлеулесова А. Ш.* Воспитание студентов: современный взгляд // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2013. № 1.
13. *Стронгин Р. Г., Петров А. В.* О формировании ценностных ориентиров российского студенчества // Вестн. Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 1–1.
14. *Титова Г. Ю.* Роль куратора студенческой группы в организации воспитательной работы в вузе // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2011. № 10.
15. *Христофоров Н.* Проблема трудоустройства выпускников вузов без опыта работы // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. 2013. № 5.

# Финансы и кредит: новая финансовая архитектура

---

**А. П. Анкудинова**

*старший преподаватель кафедры государственных и муниципальных финансов  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## Методологические аспекты финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на региональном уровне

**Аннотация.** В статье исследованы основные методы и инструменты финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на региональном уровне. Рассмотрены особенности, проблемы и перспективы методов финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на примере Свердловской области.

**Ключевые слова:** финансовое регулирование; доходы населения; расходы населения; социальные пособия; налоговые ставки; налоговые льготы.

Цель статьи – изучение теоретических и практических аспектов методологии финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на региональном уровне на современном этапе.

Для достижения поставленной цели выделены четыре блока задач:

рассмотреть понятие и сущность финансового регулирования денежных доходов и расходов населения;

исследовать субъекты и объекты финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на региональном уровне;

рассмотреть принципы, методы и инструменты финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на современном этапе;

рассмотреть проблемы и перспективы методологии финансового регулирования денежных доходов и расходов населения в Свердловской области в настоящее время.

На современном этапе развития экономики особую актуальность имеют вопросы финансовых ресурсов населения. Регулирование денежных доходов и расходов населения занимает важное место в системе социально-экономического регулирования страны. В условиях перераспределения большинства полномочий на нижестоящие уровни существенную роль играет регулирование личных финансовых ресурсов на региональном уровне. Именно на регион возложена основная масса полномочий по социальному обслуживанию и поддержке населения.

Вообще, исследованию денежных доходов и расходов населения следует уделять особое внимание, поскольку баланс домашних хозяйств является основным информационным источником для оценки уровня и качества жизни населения и соответственно одним из факторов устойчивого социально-экономического развития страны и ее территорий. Финансовое регулирование денежных доходов и расходов населения – сравнительно новое направление финансового регулирования в РФ. Впервые статистика доходов и расходов населения в России появилась в 1937 г. [6, с. 77], на практике же в социально-экономическом развитии данные показатели были использованы позже.

Общая схема финансового регулирования денежных доходов и расходов населения может быть представлена следующим образом: субъект с помощью определенных

методов и инструментов и на определенных принципах воздействует на объект для достижения определенного результата (рис. 1).



Рис. 1. Схема финансового регулирования денежных доходов на региональном уровне

Теперь более подробно рассмотрим особенности финансового регулирования на региональном уровне.

Основные субъекты финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на региональном уровне – органы власти соответствующего субъекта РФ (табл. 1).

Таблица 1

**Субъекты финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на региональном уровне и их функции**

Субъект	Основные функции
Глава субъекта РФ	Определение общих направлений социального развития субъекта РФ, а также мер социальной поддержки населения субъекта РФ
Правительство субъекта РФ	Разработка и реализация социальной политики субъекта РФ. Поддержка уровня жизни и благосостояния населения на устойчивом уровне
Финансовые органы субъекта РФ	Планирование расходов бюджета субъекта РФ на социальные мероприятия. Контроль за целевым расходованием средств бюджета субъекта РФ на социальные мероприятия. Регулирование налоговой нагрузки на население субъекта РФ по региональным налогам
Экономические органы субъекта РФ	Воздействие на ключевые экономические показатели субъекта РФ, оказывающие влияние на население: ВРП, инфляция, безработица и др. Разработка и реализация экономических мер поддержки населения
Законодательные органы субъекта РФ	Законотворческая инициатива в сфере финансовой поддержки населения. Рассмотрение и утверждение законов субъекта РФ в сфере финансовой поддержки населения

При этом важность каждого субъекта финансового регулирования на региональном уровне неоднородна. Одни субъекты играют более значимую роль, другие менее значимую (табл. 2).

Таблица 2

**Ранжирование субъектов финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на региональном уровне по степени важности**

Субъект	Ранг (по 5-балльной шкале)
Глава субъекта РФ	4
Правительство субъекта РФ	5
Финансовые органы субъекта РФ	5
Экономические органы субъекта РФ	4
Законодательные органы субъекта РФ	3

Таким образом, на региональном уровне наиболее важными субъектами являются органы исполнительной власти региона – Правительство субъекта РФ и финансовые органы субъекта РФ. Именно они осуществляют

непосредственное финансовое регулирование денежных доходов и расходов населения. Глава субъекта РФ определяет лишь его направления. Законодательные и экономические органы субъекта РФ принимают более опосредованное участие в финансовом регулировании денежных доходов и расходов населения.

Субъекты оказывают непосредственное воздействие на объекты. Объектами данного вида финансового регулирования являются сами доходы и расходы населе-

ния. При этом согласно концепции Дж. Хикса [10, с. 291] данные категории следует рассматривать комплексно, во взаимосвязи друг с другом.

Что касается принципов финансового регулирования денежных доходов и расходов населения, то они представляют собой «научно обусловленную совокупность фундаментальных положений существования и функционирования персональных финансов, обладающих относительной самостоятельностью, стабильностью и возможностью взаимодействия внутри системы с целью создания целостной основы для развития финансовых отношений индивидов» [3, с. 22]. Наиболее важными и приоритетными являются «всеобщие, особенные и единичные регулятивные принципы» [3, с. 22].

Основными методами финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на региональном уровне выступают следующие: социальные пособия; налоговые ставки; налоговые льготы; цены на отдельные товары и услуги.

Т а б л и ц а 3

**Ранжирование методов  
финансового регулирования  
денежных доходов и расходов населения  
на региональном уровне по степени важности**

Субъект	Ранг (по 5-балльной шкале)
Социальные пособия	2
Налоговые ставки	5
Налоговые льготы	5
Цены на отдельные товары и услуги	4

С помощью данных методов осуществляется наиболее комплексное воздействие на денежные доходы и расходы населения. Однако не все из них равнозначны (табл. 3). По значимости непосредственно для населения наиболее важны налоговые (регулирование ставок и льгот) и ценовые методы (регулирование цен на самые важные товары и услуги). Необходимость оптимизации налоговой нагрузки населения подчеркивалась еще физиократами –

сторонниками теории так называемого единого налога [1, с. 24–25]. В России же первые попытки регулирования налоговой нагрузки на население были предприняты еще в XIX веке, когда в рамках военных действий с армией Наполеона требовалась подержка бюджета [8, с. 171]. Регулирование с помощью социальных пособий является наименее приоритетным методом, поскольку он в наименьшей степени зависит от активной деятельности региональных органов власти.

При этом каждый из представленных методов оказывает непосредственное влияние на социально-экономическое положение населения региона. Качественное влияние каждого метода финансового регулирования на денежные доходы и расходы населения представлено в табл. 4.

Т а б л и ц а 4

**Характеристика влияния методов финансового регулирования  
на денежные доходы и расходы населения**

Метод	Влияние на доходы населения	Влияние на расходы населения
Социальные пособия	Увеличение	Сокращение – компенсация расходов на отдельные товары и услуги (медикаменты, транспортные услуги, услуги ЖКХ и т. д.)
Налоговые ставки	–	Сокращение – уменьшение налоговых обязательств
Налоговые льготы	–	Сокращение – уменьшение налоговых обязательств
Цены на отдельные товары и услуги	–	Сокращение – уменьшение отдельных «потребительских» расходов

Таким образом, по данным таблицы видно, что большинство методов финансового регулирования на региональном уровне направлены на сокращение расходов населения, на доходы населения воздействует, по сути, только метод регулирования через социальные пособия.

Наибольшую важность имеет такой метод, как установление налоговых ставок и налоговых льгот, поскольку налоговые доходы (в том числе налоговые поступления от физических лиц) занимают важное место в структуре доходов регионального бюджета, в частности в бюджете Свердловской области (табл. 5). Но при этом данные методы достаточно рискованны для региона, поскольку «во многих случаях потери доходов бюджета в связи с использованием налоговых льгот и освобождений не компенсируются выгодами для общества, создаваемыми данными льготами» [5, с. 8].

По данным таблицы видно, что налоговые поступления от физических лиц занимают важное место в структуре налоговых и неналоговых доходов областного бюджета. При этом их значение с каждым годом усиливается. Это указывает на необходимость применения методов регулирования налоговых обязательств населения с целью стабилизации доходной базы областного бюджета. В целом налоговые обязательства населения – это неустойчивый источник доходов бюджета, поскольку до определенного момента «на формирование уровня доходов населения существенное влияние оказывала теневая экономика, черный нал при оплате труда и бартерный способ расчетов с работниками» [9, с. 86], и только в последнее время на региональном уровне стали уделять особое внимание сокращению теневой экономики.

Регулирование денежных доходов и расходов населения через такой метод, как социальные пособия, в последнее время приобретает особое значение для населения, поскольку «перераспределение доходов с целью достижения большей социальной справедливости, защиты малоимущих граждан является одной из основных социальных функций государства» [7, с. 52]. Особое внимание должно уделяться следующим пособиям: пособия по безработице, пособия по старости; пособия в случае производственной травмы и профессионального заболевания; пособия по инвалидности; пособия по случаю потери кормильца [4, с. 13]. На значимость и важность данного метода указывают данные табл. 6.

Согласно таблице расходы на различные социальные пособия и иные мероприятия социальной политики занимают важное место в расходах областного бюджета, при этом прослеживается тенденция к их постоянному росту. Таким образом, можно сделать вывод, что регулирование через социальные пособия оказывает существенное влияние на финансовое положение населения.

Регулирование денежных доходов и расходов населения региона через ценовые показатели занимает важное место в общей системе финансового регулирования, поскольку «в условиях становления многоукладной экономики и развития рыночных отношений в стране происходят значительные изменения в сфере услуг за счет возрастания потребления услуг, специфически присущих рыночной экономике» [2, с. 155]. Другими словами, данный метод непосредственно оказывает воздействие на удовлетворение прежде всего текущих потребностей населения.

Таблица 5

**Налоговые доходы областного бюджета Свердловской области за 2012–2014 гг., млрд р.**

Показатель	2012	2013	2014
Налоговые и неналоговые доходы областного бюджета Свердловской области	129,4	137,7	143,5
в том числе НДФЛ	41,2	46,5	55,5
Транспортный налог	1,9	2,0	2,1

*Источник:* по данным Министерства финансов Свердловской области.

Таблица 6

**Расходы областного бюджета Свердловской области на социальную политику за 2012–2014 гг., млрд р.**

Показатель	2012	2013	2014
Расходы областного бюджета Свердловской области	165,8	186,9	189,7
в том числе социальная политика	36,7	35,4	38,1

*Источник:* по данным Министерства финансов Свердловской области.

Важно отметить, что на современном этапе есть ряд проблем в практическом применении методов финансового регулирования денежных доходов и расходов населения. Для каждого региона этот перечень проблем свой. В частности, для Свердловской области он выглядит так (рис. 2).

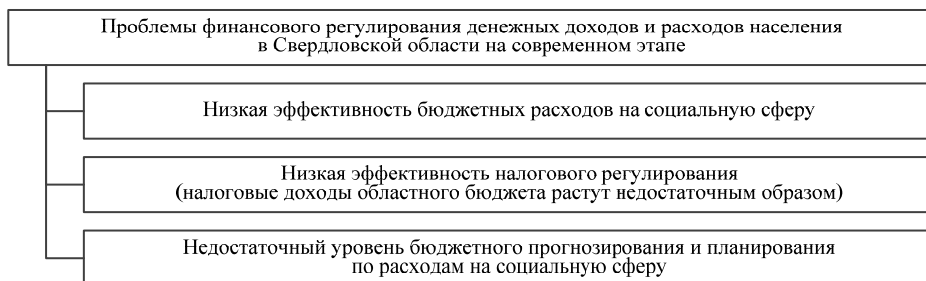


Рис. 2. Основные проблемы финансового регулирования денежных доходов и расходов населения в Свердловской области на современном этапе<sup>1</sup>

По данным рисунка видно, что в Свердловской области существуют проблемы и в части регулирования налоговых ставок и льгот (налоговые поступления от физических лиц увеличиваются недостаточно высокими темпами), и в части бюджетного финансирования социальной сферы (особенно социальных пособий и компенсаций). Регионом были разработаны ряд направлений решения выявленных проблем (табл. 7).

Т а б л и ц а 7

**Направления совершенствования финансового регулирования денежных доходов и расходов населения Свердловской области на современном этапе и на перспективу**

Направления совершенствования финансового регулирования денежных доходов и расходов населения в Свердловской области		
на 2015–2017 гг.	на 2020 г.	на 2030 г.
Повышение эффективности бюджетных расходов на социальную сферу. Повышение заработной платы работников бюджетной сферы. Развитие программы «регионального» материнского капитала. Повышение уровня жизни населения. Формирование новых стандартов жизни	Обеспечение современных стандартов материального благополучия населения. Формирование устойчивого среднего класса (денежный доход семьи более 150 тыс. р. в месяц). Стимулирование инвестиционной активности населения	Повышение инвестиций в человеческий капитал. Повышение качества жизни населения. Повышение эффективности и результативности бюджетных расходов на социальную сферу. Наиболее полное удовлетворение спроса населения на государственные и муниципальные услуги. Оптимизация налоговой нагрузки населения (через введение налога на недвижимость)

*Источник:* составлено автором по данным Бюджетного послания Губернатора Свердловской области на 2014 г. и плановый период 2015–2016 гг., Стратегии социально-экономического развития Свердловской области до 2020 г. и Проекта Стратегии социально-экономического развития Свердловской области до 2030 г.

По таблице видно, что в текущем периоде основное внимание уделяется стабилизации уровня жизни и упорядочению социальных расходов областного бюджета. В долгосрочном видении основной акцент взят на повышение уровня и качества жизни

<sup>1</sup> Составлено автором по данным Бюджетного послания Губернатора Свердловской области на 2014 г. и плановый период 2015–2016 гг.

ни населения, стимулирование инвестиционной активности, оптимизацию налоговых обязательств населения.

Таким образом, на региональном уровне финансовое регулирование представлено достаточно обширным перечнем методов и инструментов. Однако в силу особенностей социально-экономического развития каждого региона выявлены некоторые проблемы в данном направлении финансового регулирования. В рамках федеральной финансовой политики региональными органами власти взят курс на совершенствование методологии финансового регулирования денежных доходов и расходов населения. При этом корректировка необходима также основному инструменту данного регулирования – методике расчета баланса денежных доходов и расходов населения, поскольку она не в полной мере соответствует реальной социально-экономической ситуации и международным нормам.

### Библиографический список

1. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе : [пер. с англ.]. М. : Дело Лтд, 1994 .
2. Иванцикий В. П., Пешина Э. В. Финансирование социально ориентированных затрат в воспроизводстве человека. Екатеринбург : Академкнига, 2001.
3. Землянский А. А., Бондарева С. А. Принципы персональных финансов // Финансовая аналитика. 2013. № 37(175). Октябрь.
4. Золотарева А. Б. и др. Состояние и перспективы развития системы социальной защиты в России. М. : Ин-т Гайдара, 2011.
5. Малинина Т. А. Оценка налоговых льгот и освобождений: зарубежный опыт и российская практика. М. : Ин-т Гайдара, 2010.
6. Пешина Э. В., Анкудинова А. П. Эволюция структуры финансовых ресурсов домашних хозяйств в России // Известия Уральского государственного экономического университета. 2011. № 4(36).
7. Подъяблонская Е. П. Оптимизация государственных расходов на социальную поддержку граждан России и направления повышения их эффективности // Финансы и кредит. 2013. № 40(568).
8. Пушкарёва В. М. История мировой и русской финансовой науки и политики. М. : Финансы и статистика, 2003.
9. Римашевская Н. М. Человек и реформы : секреты выживания. М. : ИСЭПН РАН, 2003.
10. Хикс Д. Р. Стоимость и капитал. М. : Прогресс, 1993.

### Ю. С. Долганова

кандидат экономических наук, доцент кафедры государственных и муниципальных финансов  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Обеспечение общей сбалансированности бюджета Свердловской области

**Аннотация.** В статье представлен обзор научных подходов к пониманию бюджетной сбалансированности, выделению ее видов. На примере Свердловской области продемонстрировано, что большинством субъектов РФ обеспечивается только общая сбалансированность за счет привлеченных на возвратной основе ресурсов – источников финансирования дефицита. Определен перечень чаще всего используемых Свердловской областью источников финансирования дефицита. Как следствие привлечения заемных средств рассмотрено понятие и виды государственного долга, проанализированы затраты Свердловской области на его обслуживание. В качестве итога выделены проблемы субъектов РФ по управлению государственным долгом.

**Ключевые слова:** бюджет субъекта РФ; сбалансированность бюджета; источники финансирования дефицита бюджета; государственный (муниципальный) долг.

Состояние экономики неминуемо сказывается на сбалансированности бюджетов публично-правовых образований. Не даром все страны сопоставляют величину доходов, расходов, дефицита или профицита бюджета с величиной ВВП.

В соответствии с Бюджетным кодексом РФ (ст. 33) сбалансированность бюджета – соответствие расходов бюджета суммарному объему доходов бюджета и поступ-

лений источников финансирования его дефицита, уменьшенных на суммы выплат из бюджета, связанных с источниками финансирования дефицита бюджета и изменением остатков на счетах по учету средств бюджетов.

Интересно исследование бюджетной сбалансированности М. В. Родионовой, в котором представлены следующие ее виды [10, с. 55]:

оптимальная – баланс обеспечивается за счет налоговых и неналоговых доходов;

регулируемая – баланс обеспечивается с учетом привлечения межбюджетных трансфертов;

общая – баланс обеспечивается за счет привлечения возвратных финансовых ресурсов.

Похожая классификация представлена в исследованиях О. А. Гришановой [2, с. 14], но она говорит о способах достижения сбалансированности:

1) общие доходы (налоговые и неналоговые) равны расходам;

2) расходы финансируются за счет общих доходов и финансовой помощи из бюджета вышестоящего уровня;

3) расходы финансируются за счет общих доходов, финансовой помощи из бюджета вышестоящего уровня и источников финансирования дефицита бюджета.

Свердловская область использует исключительно третий способ для достижения сбалансированности регионального бюджета.

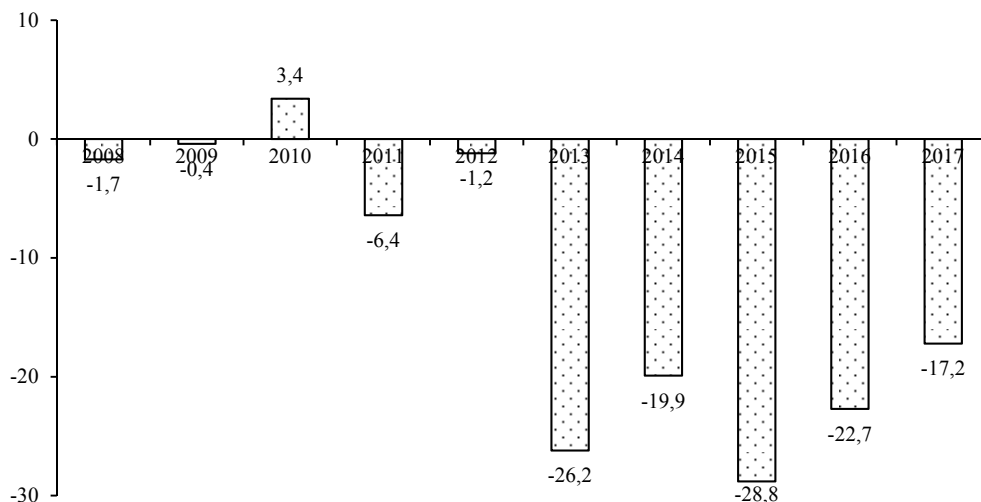


Рис. 1. Дефицит/профицит бюджета Свердловской области за 2008–2017 гг., млрд р.

На рис. 1 представлена динамика исполнения бюджета Свердловской области за 2008–2013 гг., а также плановые показатели на 2015–2017 гг.

Несмотря на существенную долю налоговых и неналоговых поступлений в доходах, Свердловская область выступает получателем межбюджетных трансфертов – прежде всего субсидий и субвенций. Бюджет исполняется (планируется в 2015–2017 гг.) с дефицитом, исключением является только 2010 г. Таким образом, можно говорить лишь об общей сбалансированности.

Законодательство развитых стран для покрытия дефицита бюджета допускает только использование заемных средств – источников финансирования дефицита. Е. О. Власенко относит источники финансирования дефицита бюджета к методам до-



стижения бюджетной сбалансированности [1, с. 38]. Привлечение таких источников в итоге приводит к накоплению государственного (муниципального) долга.

В Бюджетном кодексе (ст. 6) государственный (муниципальный) долг трактуется следующим образом: обязательства, возникающие из государственных (муниципальных) заимствований, гарантий по обязательствам третьих лиц, другие обязательства в соответствии с видами долговых обязательств, установленными Бюджетным кодексом, принятые на себя Российской Федерацией, субъектом РФ или муниципальным образованием.

Основная причина появления государственного (муниципального) долга – дефицит бюджета, образующийся в ряде случаев:

в период экономического спада или кризисных явлений в экономике, что проявляется в снижении ВВП, а значит, и доходов бюджета;

при увеличении государственных расходов, в первую очередь подразумеваются непроизводительные расходы бюджета;

при реализации крупных бюджетных инвестиций, когда дефицит, по сути, создается умышленно, с целью получения отдачи от вложений – увеличения налоговых поступлений через некоторый период.

Перечень источников финансирования дефицита утверждается на стадии рассмотрения и утверждения бюджета. По российскому законодательству такие источники подразделяются на внутренние и внешние. Отсюда и классификация государственного долга на внутренний и внешний. Муниципальный долг может быть только внутренним, так как местный бюджет вправе привлекать лишь источники внутреннего финансирования дефицита.

Согласно ст. 6 Бюджетного кодекса внешний долг – обязательства, возникающие в иностранной валюте, за исключением обязательств субъектов РФ и муниципальных образований перед Российской Федерацией, возникающих в иностранной валюте в рамках использования целевых иностранных кредитов (заимствований). Внутренний долг – обязательства, возникающие в валюте РФ, а также обязательства субъектов РФ и муниципальных образований перед Российской Федерацией, возникающие в иностранной валюте в рамках использования целевых иностранных кредитов (заимствований).

Следовательно, главным критерием разделения долга на внутренний и внешний является валюта, в которой возникают обязательства РФ, субъекта РФ или муниципалитета. Исключение на уровне субъекта РФ и муниципального образования составляют обязательства перед РФ в иностранной валюте, возникающие в рамках использования целевых иностранных кредитов, хотя они и выражены в иностранной валюте, но относятся к внутреннему долгу субъекта РФ или муниципального образования.

Процесс формирования и управления государственным долгом РФ и ее субъектов непосредственно связан с разработкой и принятием законов и иных нормативных правовых актов, регулирующих данную сферу финансовых отношений.

До введения в действие Бюджетного кодекса законодательную основу в сфере управления государственным долгом составляли два базовых закона: от 13 ноября 1992 г. № 3877-1 «О государственном внутреннем долге Российской Федерации» и от 17 декабря 1994 г. № 76-ФЗ «О государственных внешних заимствованиях Российской Федерации и государственных кредитах, предоставляемых Российской Федерацией иностранным государствам, их юридическим лицам и международным организациям».

С введением в действие Бюджетного кодекса впервые на законодательном уровне было прописано понятие единой системы учета и регистрации государственных долговых обязательств. Так, для всех бюджетов бюджетной системы РФ ст. 21

Бюджетного кодекса введена единая бюджетная классификация расходов бюджетов, в которой есть раздел «Обслуживание государственного и муниципального долга».

На уровне субъектов федерации при подготовке законопроекта о региональном бюджете на очередной финансовый год и плановый период необходимо руководствоваться БК в части предельного объема государственного долга и дефицита бюджета субъекта РФ, а также перечня источников финансирования дефицита.

Исходя из источников финансирования дефицита структура государственного долга субъекта РФ включает следующие элементы (в соответствии со ст. 99 Бюджетного кодекса):

- государственные ценные бумаги субъекта РФ;
- бюджетные кредиты, привлеченные в бюджет субъекта РФ от других бюджетов бюджетной системы России;
- кредиты, полученные субъектом РФ от кредитных организаций, иностранных банков и международных финансовых организаций;
- государственные гарантии субъекта РФ.

Предельный объем государственного долга субъекта РФ не должен превышать утвержденный общий годовой объем доходов бюджета субъекта без учета утвержденного объема безвозмездных поступлений (ст. 107 БК). В отношении субъектов, чьи доходы существенно зависят от межбюджетных трансфертов федерального бюджета, установлены более жесткие ограничения: предельный объем долга не должен превышать 50% утвержденного общего годового объема доходов бюджета субъекта РФ без учета утвержденного объема безвозмездных поступлений.

Если обратиться к практике Свердловской области, можно отметить, что данный регион привлекает исключительно внутренние источники финансирования дефицита бюджета (табл. 1).

Таблица 1

**Источники финансирования дефицита бюджета Свердловской области за 2008–2017 гг.**

Источники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Внутренние</b>										
разница между средствами, поступившими от размещения государственных ценных бумаг субъекта РФ, номинальная стоимость которых указана в валюте РФ, и средствами, направленными на их погашение				+	+	+	+	+	+	+
разница между полученными и погашенными субъектом РФ в валюте РФ кредитами кредитных организаций				+		+	+	+	+	+
разница между полученными и погашенными субъектом РФ в валюте РФ бюджетными кредитами, предоставленными бюджету субъекта РФ другими бюджетами бюджетной системы РФ	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
разница между полученными и погашенными субъектом РФ в иностранной валюте бюджетными кредитами, предоставленными Российской Федерацией в рамках использования целевых иностранных кредитов (заимствований)										
разница между полученными и погашенными субъектом РФ в валюте РФ кредитами международных финансовых организаций										
изменение остатков средств на счетах по учету средств бюджета субъекта РФ в течение соответствующего финансового года	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
<b>Иные</b>										
поступления от продажи акций и иных форм участия в капитале, находящихся в собственности субъекта РФ	+	+	+	+		+	+	+	+	+
курсовая разница по средствам бюджета субъекта РФ										

Источники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
объем средств, направляемых на исполнение государственных гарантий субъекта РФ в валюте РФ, в случае, если исполнение гарантом государственных гарантий субъекта РФ ведет к возникновению права регрессного требования гаранта к принципалу либо обусловлено уступкой гаранту прав требования бенефициара к принципалу		+	+					+	+	
объем средств, направляемых на исполнение государственных гарантий субъекта РФ в иностранной валюте, предоставленных РФ в рамках использования целевых иностранных кредитов (заимствований), в случае, если исполнение гарантом государственных гарантий субъекта РФ ведет к возникновению прав регрессного требования гаранта к принципалу										
объем средств, направляемых на погашение иных долговых обязательств субъекта РФ в валюте РФ										
разница между средствами, полученными от возврата предоставленных из бюджета субъекта РФ юридическим лицам бюджетных кредитов, и суммой предоставленных из бюджета субъекта РФ юридическим лицам бюджетных кредитов в валюте РФ	+	+	+	+		+	+	+	+	
разница между средствами, полученными от возврата предоставленных из бюджета субъекта РФ другим бюджетам бюджетной системы РФ бюджетных кредитов, и суммой предоставленных из бюджета субъекта РФ другим бюджетам бюджетной системы РФ бюджетных кредитов в валюте РФ	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
разница между средствами, перечисленными с единого счета по учету средств бюджета субъекта РФ, и средствами, зачисленными на единый счет по учету средств бюджета субъекта РФ, при проведении операций по управлению остатками средств на едином счете по учету средств бюджета субъекта РФ						+	+	+		
<b>Внешние</b>	<b>Не привлекаются</b>									

Как видно из таблицы, чаще всего Свердловская область использует такие внутренние источники, как изменение остатков средств на счетах по учету средств бюджета (ежегодно), государственные ценные бумаги, кредиты кредитных организаций и бюджетные кредиты.

Из иных внутренних источников актуальны поступления от продажи акций и иных форм участия в капитале, «оплата» за предоставленные бюджетные кредиты юридическим лицам и другим бюджетам. Внутренние источники в иностранной валюте и кредиты международных финансовых организаций Свердловской областью не используются.

По мнению А. А. Кумыкова, «финансирование государственного долга путем эмиссии государственных ценных бумаг является наиболее целесообразным ... государственные ценные бумаги ликвидны, анонимны и могут свободно обращаться на вторичном рынке, чем и привлекательны для инвесторов, являясь важнейшей составной частью денежного рынка и рынка капитала» [5, с. 156]. Тот же самый вывод можно найти в работе С. П. Сазонова: «Привлечение средств физических и юридических лиц на возмездной и возвратной основах, широко используемое в бюджетных практиках зарубежных стран, становится одной из форм бюджетной работы как на региональном, так и на местном уровнях» [11, с. 324]. Свердловская область использует данный источник с 2011 г.: в 2011 и 2012 гг. ценные бумаги размещались, в 2013 и 2014 гг. погашались, в 2015–2017 гг. планируется только их погашение.

Источники финансирования дефицита бюджета утверждаются органами законодательной (представительной) власти в законе (решении) о бюджете на очередной финансовый год и плановый период по основным видам привлеченных средств.

Во время стадии исполнения областного бюджета Правительство и Министерство финансов Свердловской области издают нормативные акты, конкретизирующие выпуск определенных долговых обязательств от имени области, выдачу гарантий субъектам инвестиционной деятельности, решения об эмиссии государственных облигаций Свердловской области. На их основе осуществляется прямое формирование и управление государственным долгом Свердловской области. Среди таких документов можно назвать:

постановление Правительства Свердловской области от 20 июня 2011 г. № 748-ПП «О предоставлении государственных гарантий Свердловской области субъектам инвестиционной деятельности»;

постановление Правительства Свердловской области от 25 апреля 2012 г. № 399-ПП «О взаимодействии исполнительных органов государственной власти Свердловской области при предоставлении государственных гарантий Свердловской области»;

приказ Министерства финансов Свердловской области от 24 ноября 2011 г. № 504 «Об утверждении Решения об эмиссии государственных облигаций Свердловской области 2011 года в форме документарных ценных бумаг на предъявителя с фиксированным купонным доходом и амортизацией долга»;

приказ Министерства финансов Свердловской области от 21 февраля 2012 г. № 44 «Об утверждении условий эмиссии и обращения государственных облигаций Свердловской области 2012 года с фиксированным купонным доходом и амортизацией долга» и др.

На последней стадии бюджетного процесса – составление, внешняя проверка, рассмотрение и утверждение бюджетной отчетности – в законе об исполнении бюджета Свердловской области за прошедший финансовый год утверждается перечень привлеченных источников финансирования дефицита бюджета, а также величина внутреннего государственного долга региона, объем предоставленных гарантий.

Таким образом, на всех стадиях бюджетного процесса в Свердловской области при формировании и управлении государственным долгом разрабатываются, утверждаются и используются взаимосвязанные системы из федеральных, областных законов и иных ведомственных нормативных актов.

Органам государственной власти субъекта РФ, ответственным за формирование и управление государственным долгом субъекта РФ, в рамках бюджетного процесса необходимо максимально точно планировать объем долга, его структуру в разрезе внутренних и внешних источников финансирования дефицита бюджета, основываясь на критериях доступности, платности, рискованности занимаемых финансовых ресурсов и необходимости выдачи государственных гарантий субъектом РФ, своевременно исполнять взятые на себя обязательства с целью повышения качества в области управления сбалансированностью бюджета.

Как экономическая категория государственный долг находится на стыке финансов и кредита и воплощает в себе их черты, функционируя, тем не менее, как специфическое отношение. Поэтому от грамотности планирования и управления государственным долгом зависят общее финансовое состояние определенного бюджета и качество управления государственными финансами в целом.

Государственный долг РФ и ее субъектов полностью и без условий обеспечивается всем находящимся в федеральной собственности или собственности субъекта РФ имуществом, составляющим государственную казну. Следует сказать, что среди болевых проблем современной бюджетной политики проблема государственного долга занимает особое место. Она является одной из главных проблем российской экономики,

оказывающей непосредственное влияние как на темпы экономического роста страны в целом, так и на направление финансовой и бюджетной политики.

К основным проблемам управления государственным долгом субъектов РФ можно отнести:

формирование собственных доходных источников субъектов РФ, нехватка которых приводит к бюджетному дефициту и накоплению государственного долга. В 2004 г. О. А. Гришанова и Ю. А. Соколов отмечают быстрый рост числа дотационных субъектов РФ [2, с. 2]. В 2014 г., по результатам исследования Е. Г. Князевой, более чем в 60 регионах России были проблемы по формированию доходной базы. На это оказал прямое влияние спад экономической активности. Регионам трудно в полной мере собрать доходную базу из-за недостаточных поступлений по налогу на прибыль, уменьшения поступлений по доходу НДФЛ. Иначе говоря, доходная база представляется в сжатом варианте [4];

увеличение числа расходных обязательств в связи с исполнением майских указов Президента РФ;

необходимость обслуживания государственного долга. От решения этой проблемы зависят состояние федерального бюджета, золотовалютных резервов, стабильность национальной валюты, уровень процентных ставок, инфляции, инвестиционный климат [6, с. 381]. Одним из индикаторов устойчивости бюджета является доля расходов на обслуживание долга по отношению к общему объему расходов бюджета [9, с. 101]. В Свердловской области ежегодно на обслуживание государственного долга тратится сумма в пределах 1% от общей величины расходов, но в 2015–2017 гг. планируется значительное увеличение таких затрат – почти до 4% (рис. 2), что, разумеется, связано со значительным ростом общей суммы государственного долга.

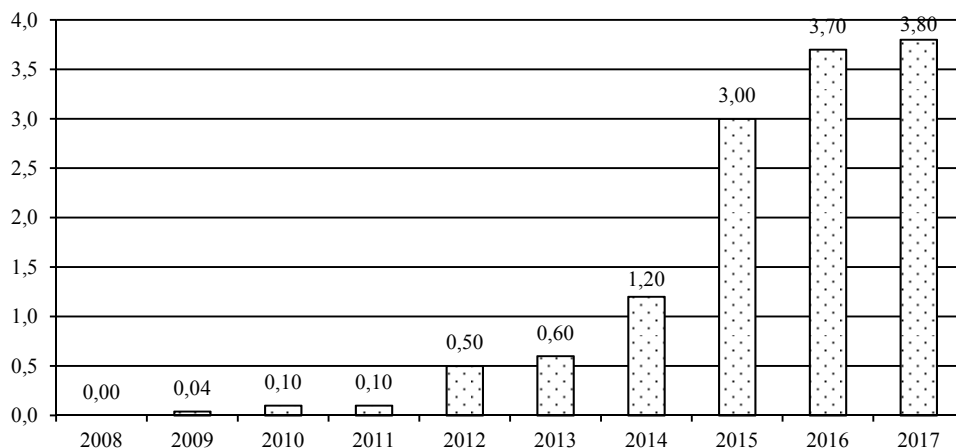


Рис. 2. Динамика расходов Свердловской области на обслуживание государственного долга за 2008–2017 гг., % к общей сумме расходов

По данным Министерства финансов РФ, государственный долг Свердловской области за период с 1 февраля 2009 г. по 1 марта 2015 г. увеличился с 2 до 51 млрд р. – в 26 раз за шесть лет. Значительное увеличение объема государственного долга приводит к увеличению расходов по его обслуживанию и росту долгового бремени, которое перекладывается на будущие поколения [3, с. 96];

эффективность законодательного регулирования вопросов государственного долга. Несмотря на значительное количество нормативных правовых актов, регули-

рующих порядок образования государственного долга, значительное число научных исследований, не создано эффективной целостной системы порядка, форм, принципов и методов управления государственным долгом. До сих пор не принят закон о принципах и системе бюджетного финансирования расходов на управление государственным долгом [7, с. 71];

превышение максимально допустимых значений государственного долга субъекта РФ. По данным РИАновости, эта проблема по итогам 2012 г. наблюдалась только у двух регионов, по итогам 2014 г. – у десяти субъектов РФ<sup>1</sup>.

По мнению С. Б. Пахомова, долг стал играть в экономике страны и ее субъектов в дополнение к классическим фискальную, регулирующую и информационную роль, а сокращение бюджетных дефицитов и государственного долга расценивается органами государственного управления США и стран Европейского союза как одна из наиболее насущных задач [8, с. 65].

Таким образом, от эффективности решения обозначенных проблем в области планирования и управления государственным долгом зависит стабильность бюджетной системы РФ в целом и финансовая сбалансированность отдельно взятого бюджета в частности, а также надежность и уровень развития национальной экономики.

### Библиографический список

1. *Власенко Е. О.* Исследование методов обеспечения сбалансированности бюджетной системы региона // Известия Иркутской гос. экон. акад. 2012. № 5.
2. *Гришанова О. А., Соколов Ю. А.* Заемные источники финансирования дефицита бюджета субъекта федерации // Финансы и кредит. 2004. № 27.
3. *Долганова Ю. С., Уксусова С. Ю.* Дискуссионные вопросы управления государственным долгом // Известия Уральского государственного экономического университета. 2011. № 3.
4. *Князева Е. Г.* Госдолг Свердловской области находится на приемлемом уровне // УралБизнесКонсалтинг. 2014. 13 марта. URL : <http://urbc.ru/1068024236-elena-knyazeva-gosdolg-sverdlovskoy-oblasti-nahoditsya-na-priemleom-urovne.html>.
5. *Кумыков А. А.* Государственный долг в системе макроэкономического регулирования. М. : Финансы, 2002.
6. *Мукабенова А. В.* Управление государственным долгом : проблемы и возможности // Молодой ученый. 2013. № 6.
7. *Павловская Е. А.* Система управления государственным долгом // Актуальные вопросы экономики и управления : материалы II Междунар. науч. конф. (Москва, октябрь 2013 г.). М. : Буки-Веди, 2013.
8. *Пахомов С. Б.* Государственное регулирование и управление долгом органов местной власти. Современная зарубежная и российская практика. М. : ГУУ, 2009.
9. *Пешина Э. В., Коношова Т. Л.* Влияние системы бюджетной сбалансированности на макроэкономические показатели Российской Федерации // Экономика региона. 2007. № 4.
10. *Родионова М. В.* Сбалансированность бюджетов : теоретический и правовой аспекты // Финансы. 2012. № 4.
11. *Сазонов С. П.* Консолидированный бюджет субъекта федерации и его роль в формировании экономики. М. : Финансы, 2005.

<sup>1</sup> РИАновости. URL : <http://ria.ru/infografika/20150303/1050611727.html>.

**А. Е. Заборовская**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры финансовых рынков и банковского дела  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## **Роль и значение финансового анализа деятельности коммерческого банка**

**Аннотация.** В условиях рыночных отношений исключительно велика роль анализа и прогнозирования финансово-хозяйственного положения кредитной организации. Это обусловлено тем, что банки самостоятельны в своей работе и несут полную ответственность за результаты своей деятельности перед собственниками, работниками, клиентами, партнерами и контрагентами. Важно и то, что финансовая устойчивость является результатом взаимодействия всех элементов системы финансовых отношений и определяется совокупностью производственно-хозяйственных и финансовых факторов. Анализ финансового состояния кредитной организации выступает одним из ключевых моментов его оценки, так как служит основой понимания истинного положения банка. Немаловажно также, что финансовый анализ – это процесс исследования и оценки кредитной организации с целью выработки наиболее обоснованных решений по ее дальнейшему развитию и пониманию ее текущего состояния.

**Ключевые слова:** коммерческий банк; прибыльность; эффективность деятельности; финансовый анализ; финансовое состояние.

До перехода к рыночным отношениям в России проблема анализа финансового состояния кредитной организации не существовала, так как функционировала плановая экономика, и банки не были заинтересованы в улучшении результатов своей деятельности. В настоящее время большинство кредитных организаций находятся в частной собственности, и собственникам важно, чтобы банки были конкурентоспособны, платежеспособны, приносили прибыль, имели перспективу развития. Решение этих проблем имеет значение для науки современной России.

Финансовый анализ представляет собой способ накопления, трансформации и использования информации финансового характера, имеющий целью: оценить текущее и перспективное финансовое состояние предприятия; оценить возможные и целесообразные темпы развития предприятия с позиций финансового их обеспечения; выявить доступные источники средств и оценить возможность и целесообразность их мобилизации; спрогнозировать положение предприятия на рынке капиталов [9, с. 9].

Основными задачами финансового анализа кредитной организации, работающих в условиях рыночной экономики, являются:

- общий анализ финансового состояния кредитной организации и его изменения за определенный период;
- анализ состава и структуры активов;
- анализ состава и структуры пассивов;
- анализ показателей финансовой устойчивости банка и оценка изменения их уровня;
- анализ платежеспособности и ликвидности баланса банка;
- анализ абсолютных и относительных показателей прибыльности кредитной организации;
- анализ деловой активности и результативности финансово-хозяйственной деятельности банка;
- прогнозирование рыночной устойчивости банка и разработка его финансовой тактики и стратегии.

Из перечисленных задач видно, что финансовый анализ играет значительную роль в исследовании деятельности кредитной организации, что он признан существенным сегментом управления.

Содержанием оценки финансовой деятельности банка выступает глубокое и разностороннее изучение различной информации о функционировании анализируемого

субъекта хозяйствования с целью принятия наилучших управленческих решений по обеспечению выполнения планов кредитной организации, оценки уровня их выполнения, выявления слабых мест и внутрихозяйственных резервов. Повышение конкурентоспособности банковского сектора всегда является актуальной задачей его стратегического развития [7, с. 144].

Анализ должен представлять собой всестороннее изучение действия внешних и внутренних, рыночных и производственных факторов на количество и качество выполняемой кредитной организацией работы, финансовые показатели функционирования банка и указывать возможные перспективы развития дальнейшей деятельности кредитной организации.

Проведение квалифицированного анализа работы банка требует знания многих наук: макро- и микроэкономики, бухгалтерского учета, маркетинга, основ психологии; в основе всех аналитических процедур лежит знание математического анализа, статистики и эконометрики. В современных условиях анализ невозможен без применения новейших компьютерных технологий. Таким образом, анализ финансовой деятельности коммерческого банка можно назвать местом пересечения многих наук – математики, информатики, экономики, статистики, бухгалтерского учета, права.

Основное направление оценки финансового состояния коммерческого банка: от сложного явления к составляющим его элементам, от результата к выводам о том, как такой итог достигнут и к чему он приведет в дальнейшем. Схема анализа должна быть построена по принципу «от общего к частному».

Успешность оценки финансового состояния кредитной организации определяется различными факторами. Можно выделить несколько основных правил, которые следует иметь в виду, приступая к оценке:

1) необходимо составить четкую программу оценки, включая проработку макетов аналитических таблиц, алгоритмов расчета основных показателей и требуемых для их расчета и сравнительной оценки источников информационного и нормативного обеспечения. Анализ проводится на основе учетной информации, поэтому начинать его следует с отбора необходимых данных и экспертизы материалов, предоставленных экспертам для анализа;

2) при проведении аналитических процедур финансовые показатели деятельности кредитной организации всегда сравниваются с какой-то базой. Сравнения могут проводиться с предыдущим периодом, с планом и со среднеотраслевыми показателями. Любые отклонения от нормативных или плановых значений показателей, даже если они имеют позитивный характер, должны тщательно рассматриваться. Назначение такой оценки состоит в том, чтобы, с одной стороны, выявить основные причины, вызвавшие зафиксированные отклонения от заданных ориентиров, а с другой стороны, еще раз проверить обоснованность принятой системы планирования и, если необходимо, внести в нее корректировки. Следует отметить, что последний аспект имеет особое значение – только путем постоянной оценки и корректировки можно создать налаженную систему планирования и поддерживать ее в действующем состоянии;

3) законченность и неделимость оценки, имеющей экономическую направленность, в значительной степени определяются обоснованностью используемой совокупности критериев. Обычно эта совокупность включает качественные и количественные оценки, а ее основу, как правило, составляют исчисляемые показатели, имеющие понятную интерпретацию и по возможности некоторые ориентиры (пределы, нормативы, тенденции). Отбирая показатели, необходимо формулировать логику их объединения в конкретную совокупность, чтобы была видна роль каждого из них и не создавалось впечатление, что один из элементов остался неохваченным или,

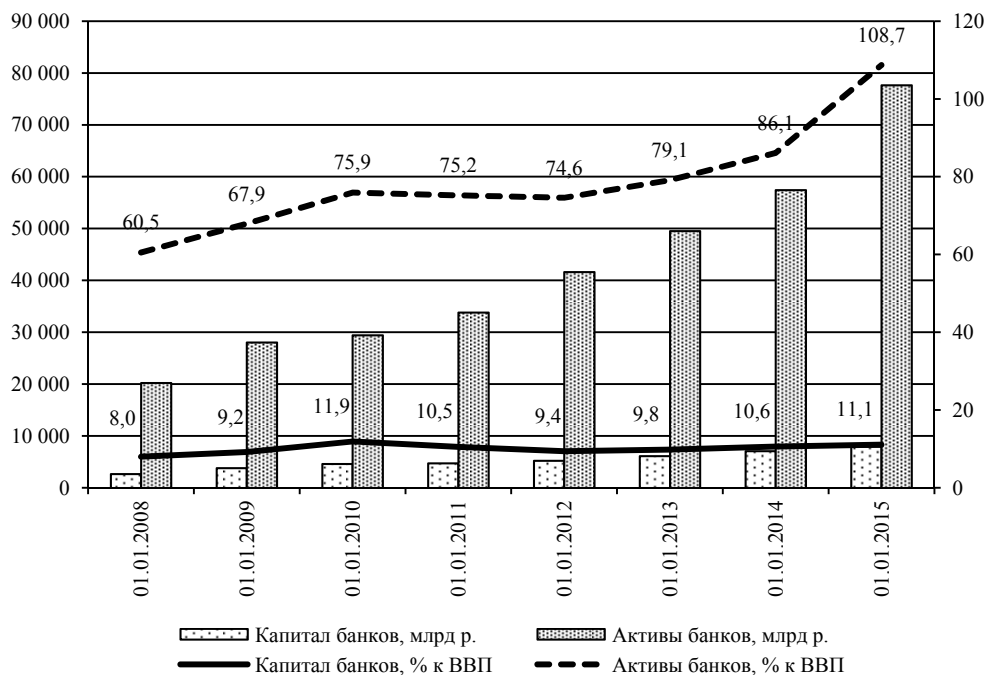


наоборот, не вписывается в рассматриваемую схему. Другими словами, совокупность показателей, которую вполне возможно в этом случае трактовать как систему, должна иметь некий внутренний стержень, основу, объясняющую логику ее построения;

4) выполняя оценку финансового состояния кредитной организации, нужно учитывать, что, как правило, наибольшую ценность представляет выявление тенденций и закономерностей.

Наиболее распространенным критерием оценки значимости банковской системы для экономической системы выступает доля активов и капитала банковского сектора в процентном отношении к валовому внутреннему продукту (ВВП), производимому в национальной экономике. Чем больше значение заявленных параметров, тем более значимо стабильное функционирование банковской системы для государства.

Руководствуясь данным критерием, можно определить значимость банковской системы для экономики России цифровыми показателями с помощью рисунка.



Значимость банковской системы России в национальной экономике<sup>1</sup>

Анализ финансового состояния банка оказывается полезен и необходим только тогда, когда в результате его применения повышается результативность практической деятельности кредитной организации, когда появляется возможность предвидеть и прогнозировать развитие экономической и финансовой ситуации в конкретном банке и принимать рациональные (научно обоснованные) управленческие решения.

### Библиографический список

1. Абдукаримов И. Т. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности) : учеб. пособие. М. : ИНФРА-М, 2013.

<sup>1</sup> Составлен автором по данным официального сайта Банка России. URL : <http://www.cbr.ru>.

2. Батракова Л. Г. Экономический анализ деятельности коммерческого банка. М. : Логос, 2007.
3. Вейкин Ю. Г., Авагян Г. Л. Экономический анализ деятельности коммерческого банка. М. : Магистр ; ИНФРА-М, 2014.
4. Гаинбихнер М. А. Комплексная оценка деятельности коммерческого банка (на примере ОАО «Газпромбанк») // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2011. № 27(69).
5. Гинзбург А. И. Экономический анализ : предмет и методы. Моделирование ситуацией. Оценка управленческих решений : учеб. для вузов. Стандарт третьего поколения. СПб. : Питер, 2011.
6. Жарковская Е. П. Финансовый анализ деятельности коммерческого банка. М. : Омега-Л, 2015.
7. Заборовский В. Е., Заборовская А. Е. Глобализация банковской деятельности в России: новые риски и новые возможности // Вестн. УрФУ. Сер. Экономика и управление. 2012. № 4.
8. Заборовский В. Е. К вопросу о необходимости внедрения международных стандартов в банковскую деятельность // Финансы и кредит. 2014. № 42(618).
9. Ковалев В. В., Ковалев Вит. В. Финансы в управлении предприятием. М. : Проспект, 2014.
10. Серикова О. А. Финансовое планирование деятельности коммерческого банка. М. : LAP, 2012.

**М. С. Марамыгин**

*доктор экономических наук, профессор,*

*заведующий кафедрой финансовых рынков и банковского дела,*

*директор института финансов и права*

*ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),*

**А. А. Бобов**

*аспирант*

*ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## **Система управления стратегией повышения инвестиционной привлекательности территории**

**Аннотация.** В статье рассмотрены проблемы повышения эффективности реализации инвестиционной стратегии развития территории. Предложена авторская методика формирования и управления реализацией данной стратегии. Рассмотрена система целевых показателей, позволяющих охарактеризовать достижение поставленных стратегических инвестиционных целей. Рассмотрены «ручные» и системные способы управления инвестиционной деятельностью на территории.

**Ключевые слова:** стратегическое управление; инвестиционный климат; инвестиционная стратегия; инструменты управления инвестиционными процессами.

Процесс формирования эффективной инвестиционной политики в регионе невозможен без стратегического подхода. Формирование стратегии повышения инвестиционной привлекательности должно означать начало качественного преобразования всех условий для привлечения инвесторов. Важным моментом в данном процессе служит даже не сама стратегия, а ее внедрение в повседневную деятельность органов власти в субъекте. Для этого требуется понимание стратегического управления.

Наиболее точно подход к стратегическому управлению представляет В. Квинт: «Стратегическое управление – это процесс формирования и функционирования системы стратегического управления, обеспечивающий разработку и долгосрочную реализацию стратегии, ее доктрины в соответствии с содержащимися в них миссией, приоритетами, целями и задачами, способствующими созданию или приумножению фундаментальной ценности объекта стратегирования» [18].

Авторская методика формирования и управления реализацией стратегии включает пять этапов.

### **I этап. Анализ инвестиционного климата.**

Цель системного анализа (рис. 1) инвестиционного климата – определение основных направлений, формирующих инвестиционную привлекательность региона.



Рис. 1. Алгоритм системного анализа инвестиционного климата

Среди анализируемых факторов выделяются объективные (географические, историко-культурные, геополитические) и субъективные (политические, экономические, финансовые, техногенные).

Проведение качественного анализа зависит от возможности своевременного получения достоверной информации, постоянный мониторинг которой необходимо осуществлять комплексно с установленной периодичностью.

Проведение аналитической работы строится на основе последовательных действий:

- 1) получение первичной информации, при этом важно проработать все возможные источники информации, установить механизмы и сроки ее получения, определить объемы и качество доступных данных;
- 2) обработка первичной информации предполагает анализ текущего состояния инвестиционного климата;
- 3) создание системы мониторинга за инвестиционным климатом региона предполагает проведение анализа состояния инвестиционного климата в динамике;
- 4) определение круга заинтересованных в получении информации сторон;
- 5) оценка состояния инвестиционного климата по модели для анализа параметров инвестиционного климата (табл. 1).

Таблица 1

Модель для анализа параметров инвестиционного климата

БАЗИС (текущая, краткосрочная позиция)		Существующие преимущества	Существующие отрицательные явления
	Внутренние		
Внешние			
СТРАТЕГИЯ (долгосрочное позиционирование)		Возможные потенциалы	Возможные угрозы
	Внутренние		
	Внешние		

Данная модель представляет модифицированную модель SWOT-анализа с разбивкой на внутренние (региональные) и внешние (все другие стороны: инвесторы, государство, соседние конкурирующие регионы и т. п.) параметры инвестиционного климата.

Существующие преимущества и отрицательные явления – это базисные исходные позиции инвестиционного климата региона, в то время как стратегическая оценка инвестиционного климата представляется в разрезе возможных перспектив и возможных угроз (рисков).

После определения численных и качественных показателей анализа, а также получения информации, характеризующей инвестиционную деятельность в регионе, ее закономерности и особенности, оценки степени влияния на нее различных внешних и внутренних факторов необходимо приступить к выбору горизонта стратегического планирования и постановке стратегических целей инвестиционного развития.

**II этап. Выбор горизонта стратегического планирования.**

Период реализации стратегии должен быть между средним периодом осуществления инвестиционных проектов на территории региона (см. формулу, обычно в среднем 7–8 лет) и возможным долгосрочным периодом предсказуемости экономики (до 10–15 лет).

$$x = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n},$$

где  $x_i$  – период реализации инвестиционного проекта в регионе;  $n$  – количество реализованных инвестиционных проектов.

Выбор периода реализации стратегии влияет на конкурентоспособность и политико-экономическую устойчивость территории, учитываемых в любых инвестиционных проектах.

**III этап. Определение стратегических целей инвестиционного развития.**

После проведенного анализа необходимо определить критерии для формирования стратегических целей (рис. 2) по следующим направлениям:

- развитие существующих преимуществ;
- преодоление существующих отрицательных явлений;
- реализация возможных потенциалов;
- минимизация возможных угроз.

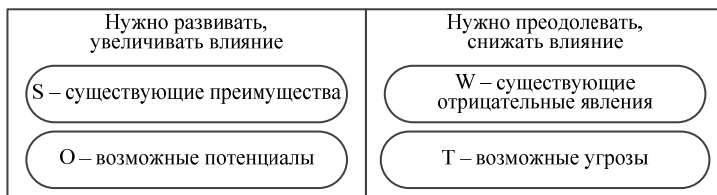


Рис. 2. Определение критериев для формирования стратегических целей

С учетом данных критериев следует поставить цели, которые могли бы характеризовать качественное развитие инвестиционного климата в регионе, достижение которых приведет к повышению инвестиционной привлекательности.

Формирование целей требует концентрации только на субъективных факторах (политических, экономических, финансовых, техногенных), которые можно совершенствовать, развивать, например: снижение административных барьеров ведения бизнеса, создание привлекательной инфраструктуры, влияние на миграционные процессы.

Цели стратегии должны соответствовать следующим требованиям:  
 специфичность (цель должна быть выбрана из инвестиционной сферы);  
 конкретность (отсутствие нечетких формулировок, допускающих произвольное или неоднозначное трактование);  
 измеримость (достижение цели можно проверить);  
 достижимость (цель должна быть достижима за период реализации стратегии);  
 релевантность (соответствие формулировки цели ожидаемым конечным результатам реализации программы).

Система стратегических целей направлена на формирование благоприятного инвестиционного климата, который обеспечит позиционирование региона на инвестиционном рынке. Важно поставить амбициозные цели, которые помогут сформировать положительный имидж региона по сравнению с конкурирующим регионом, имеющим более скромные цели.

**IV этап. Определение задач, целевых индикаторов и основных мероприятий, направленных на инвестиционное развитие.**

Следующим этапом является процесс декомпозиции стратегии для оперативного планирования деятельности органов власти. Данный процесс предусматривает механизм реализации стратегии путем формирования задач, разработки системы показателей и мероприятий (рис. 3).

Задачи определяют конечный результат реализации комплекса мероприятий в рамках достижения цели (целей) стратегии.

Задачи – это элементы стратегических целей, представляющие микроцели, которые необходимо достичь. Выполнение задач позволяет реализовать глобальную цель. Сформулированные задачи должны быть необходимы и достаточны для достижения цели. Постановка задач связана с этапностью (ограничивается сроком выполнения стратегической цели), формированием системы показателей и комплекса мероприятий и оценки результативности и эффективности.

Далее в процессе разработки стратегии необходимо определить систему целевых показателей, которая позволяет контролировать реализацию стратегии, принимать управленческие решения. Показатели выполняют роль измерителя достижимости стратегических целей.

Используемые показатели должны в максимально возможной степени соответствовать следующим требованиям:

адекватность: показатель (группы показателей) должен очевидным образом характеризовать прогресс в достижении цели и охватывать все существенные аспекты ее достижения;

точность: погрешности измерения не должны приводить к искаженному представлению о результатах;

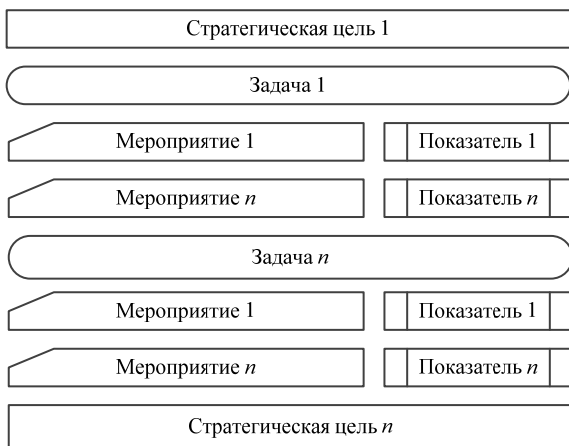


Рис. 3. Декомпозиция стратегии (цели, задачи, мероприятия, показатели)

объективность: не допускается использование показателей, улучшение отчетных значений которых возможно при ухудшении реального положения дел, используемые показатели должны в наименьшей степени создавать стимулы для региональных властей к искажению результатов их деятельности;

достоверность: способ сбора и обработки исходной информации должен допускать возможность проверки точности полученных данных в процессе независимого мониторинга и оценки программы;

однозначность: определение показателя должно обеспечивать одинаковое понимание существа измеряемой характеристики как специалистами, так и конечными потребителями услуг, включая индивидуальных потребителей, для чего следует избегать излишне сложных показателей;

экономичность: получение отчетных данных должно производиться с минимально возможными затратами, применяемые показатели должны в максимальной степени основываться на уже существующих программах сбора информации;

сопоставимость: выбирать показатели следует исходя из необходимости непрерывного накопления данных и обеспечения их сопоставимости за отдельные периоды с показателями, используемыми для оценки прогресса в решении сходных (смежных) задач, а также с показателями, используемыми в международной практике;

своевременность и регулярность: отчетные данные должны поступать со строго определенной периодичностью и с незначительным временным лагом между моментом сбора информации и сроком ее использования (в целях мониторинга отчетные данные должны предоставляться не реже 1 раза в год и не более чем через 2–3 месяца после окончания отчетного периода);

уникальность: показатели не должны представлять собой объединение нескольких показателей, характеризующих достижение цели.

На основе последовательности решения задач стратегии определяются этапы ее реализации. Для каждого из этапов необходимо обозначить промежуточные результаты реализации стратегии и отразить их в показателях.

Основные мероприятия стратегии разрабатываются в соответствии с целями, задачами и показателями стратегии с учетом их этапности. Автором выявлены требования к мероприятиям: экономичность (при выборе мероприятия для достижения плановых значений показателей, при равной степени достижения выбирается наименее дорогостоящий), этапность (мероприятия разрабатываются в соответствии с этапностью стратегии и отражаются в сетевом графике), результативность (реализация мероприятий отражается в значениях показателей).

Мероприятия помимо требований должны учитывать наличие необходимых ресурсов региона: финансовых (бюджетных, внебюджетных), трудовых (персонал), организационных (организационная структура).

#### **V этап. Мониторинг и управление реализацией стратегии.**

На данном этапе определяются формы и методы организации мониторинга за реализацией стратегии.

Мониторинг – систематический сбор и обработка информации, которая может быть использована для улучшения процесса принятия управленческих решений.

Система мониторинга реализации стратегии – это система сквозного контроля за реализацией мероприятий (в том числе за расходованием средств, выделяемых из бюджетных и внебюджетных источников) и достижением показателей.

Целями мониторинга являются сбор и анализ информационной базы по осуществлению стратегии, а также своевременное выявление проблемных вопросов и возможностей их устранения.

В системе мониторинга за каждым элементом наблюдения (мероприятия, показатели) необходимо определить ответственных из:

- органов государственной власти региона;
- органов местного самоуправления муниципальных образований;
- организаций финансово-кредитной и инвестиционной сферы;
- хозяйствующих субъектов;
- общественных организаций.

Мониторинг позволяет на регулярной основе наблюдать за реализацией стратегии по следующим направлениям:

достижение стратегических целей, решение задач с учетом определенной этапности;

выполнение показателей и мероприятий за отчетный период;

объективные изменения в экономической сфере в соответствии с прогнозными параметрами;

общественное мнение.

Для оценки эффективности и результативности реализации стратегии используются критерии: улучшение показателей стратегии (абсолютные величины и темпы роста), своевременное выполнение мероприятий (в соответствии с сетевым графиком), повышение позиции региона в различных рейтингах, улучшение общественного мнения.

На основе проводимого мониторинга, а также с учетом финансовых возможностей и результатов необходимо постоянно вносить изменения и дополнения в стратегию. При этом следует учитывать, что система управления складывается за счет набора «ручных» и системных инструментов.

Для уменьшения рисков инвестора и повышения привлекательности инвестиционного климата важно сформировать системное управление инвестиционной деятельностью в регионе. Системное управление создает стратегические предпосылки для повышения конкурентоспособности региона.

Проведем сравнительный анализ инструментов управления инвестиционными процессами в регионах, исходя из того, что для инвестора будут важны системные подходы, снижающие риски реализации проекта субъективного характера.

Проанализируем существующие «ручные» инструменты.

*Организация системы преференций, налоговых льгот для инвесторов.* Чаще всего в регионах России действительно создана нормативная правовая база по предоставлению различных преференций, в том числе налоговых льгот. Однако если посмотреть на прозрачность предоставления данных льгот, встает вопрос: почему кому-то предоставляются преференции только по одному виду налога, а кому-то на три вида налогов?

Не во всех региональных законах по предоставлению преференций и налоговых льгот для инвесторов определены критерии, устанавливающие сроки предоставления данных льгот, показана взаимосвязь вкладываемых инвестиций и сроков предоставления преференций.

Это свидетельствует о том, что система предоставления льгот регулируется «ручным» способом. Налоговые льготы и преференции для инвесторов предоставляются при неопределенных обстоятельствах и по субъективному решению.

*Организация государственной поддержки через возмещение затрат на техническое перевооружение, модернизацию производства.* Инвестор, реализуя свой инвестиционный проект, рассчитывает на инвестиционный период до 5–7 лет. В настоящий момент в регионах РФ поддержка имеет не долгосрочный инвестиционный ха-

рактически, а краткосрочный (до одного года), поэтому если реализация проекта рассчитана на период более одного года, возникают риски осуществления проекта.

Проблема в том, что, несмотря на бюджет, принимаемый ежегодно на три года, распределение происходит исходя из бюджетных возможностей, и власти не могут гарантировать, что при комплексной реализации проекта будут возмещены все обещанные расходы. Нужен механизм, устанавливающий ответственность государства за принимаемые обязательства.

В настоящее время в России осуществлен переход на управление программно-целевым способом посредством реализации государственных программ Российской Федерации и субъектов РФ. По логике данных документов планирование расходов бюджета должно быть целевое, но на практике происходит распределение бюджета по направлениям не на основе возможных целей, а исходя из возможностей бюджета. Финансирование различных проектов осуществляется конъюнктурно.

*Решение проблем инвестора.* Правительства в регионах заявляют, что «за руку» проведут инвестора по всем возникающим проблемам. Сегодня основные проблемы возникают в следующих направлениях: подключение промышленных объектов к сетям естественных монополий, получение разрешений на строительство, оформление земельных участков, обеспечение кадровыми ресурсами и др.

Обозначенные проблемы постепенно сдвигаются в сторону меньших административных процедур, но до сих пор инвестор вынужден обращаться за помощью. Это в очередной раз свидетельствует о том, что работа инстанций, от которых зависит, придет инвестор или нет, организована несистемно. Ряд вопросов решаются только с помощью административных мер.

*Предложение готовых промышленных площадок.* В России после развала и закрытия многих предприятий в 1990-е годы по настоящее время существуют заброшенные промышленные площадки, но инфраструктура на данных площадках зачастую не подходит для реализации проектов ни со стороны современных требований к инфраструктуре, ни с позиции территориального развития (отсутствуют образовательная инфраструктура, инфраструктура обслуживания и другие в зависимости от отраслевого назначения).

У потенциальных инвесторов имеется набор условий и требований к территории, на которой планируется реализовывать проект. Важно на стадии подготовки инфраструктуры учесть эти требования.

Для индустриализации территории следует создавать готовые промышленные площадки на базе промышленных парков или особых экономических зон, в которых создана комплексная инфраструктура по общим стандартам.

*Предложение реализовать любые по сложности проекты.* В действительности такая возможность предоставляется. Но поскольку профильных специалистов по всем отраслям экономики, как правило, нет, на этапе подготовки совершаются ошибки, которые приводят к принятию длительных решений и удорожанию проектов.

Например, если необходимо создать современный аэропорт, а к работе в данном проекте привлекается местная региональная компания, которая строила только многоквартирные дома, то вероятность, что аэропорт не будет отвечать современным требованиям, очень высока, и со временем придется заплатить гораздо больше, чтобы аэропорт соответствовал хоть каким-то минимальным требованиям.

Наряду с «ручными» способами управления инвестиционной деятельностью в регионе встречаются элементы системного управления инвестициями.

*Наличие в регионе работающей стратегии развития с подробным анализом основных факторов.* Работающая стратегия региона снижает риски, связанные с непред-



сказуемостью развития ситуации. В ней каждый инвестор может найти свое место и свою роль, что немаловажно, поскольку зачастую реализация инвестиционных проектов требует комплексных решений: проработки инфраструктурных, логистических, маркетинговых, кадровых задач.

*Создание в регионе прозрачных возможностей для получения всех инвестиционных преференций как существующими организациями, так и новыми инвесторами.* В регионах должна быть четко проработанная нормативная правовая база по предоставлению различных преференций, в том числе налоговых льгот. Преференции должны предоставляться по прозрачным условиям со строго определенными сроками, видами государственной поддержки в зависимости от масштабов инвестиций.

Многие субъекты РФ делают акцент на привлечении новых внешних инвесторов, несмотря на то, что на внутреннем рынке есть предприятия, для которых вопрос модернизации производственных линий очень важен и требует больших инвестиций. Такая модернизация чаще всего приводит к созданию абсолютно новых мощностей.

Необходимо поддерживать инвестиционную активность не только внешних, но и внутренних инвесторов.

*Инвестиционный центр обработки первичных обращений.* В различных регионах существуют разные схемы взаимодействия между заинтересованными органами, уполномоченными по инвестиционным проектам. В каких-то случаях идет разделение инвестиционных проектов по различным критериям: крупные и некрупные, социально значимые и незначимые, долгосрочные и краткосрочные и др. Важно оценить перспективность любого инвестиционного проекта, для этого на момент первичного обращения проект следует оценить с учетом перспективности. Зачастую средние проекты, рассчитанные на 1–2 года, могут превратиться в серьезные инвестиционные проекты со значительными суммами при определении перспективы развития бизнеса. Наличие единого центра обработки первичных данных о потенциальных инвесторах позволит провести качественную оценку.

*Наличие консалтинговых служб и профессиональных экспертов по ведущим отраслям экономики для компетентного создания бизнес-проектов.* Рынок является развитым, только если на нем присутствуют все элементы системы. Зачастую проблемой инвесторов может быть некомпетентность по каким-либо вопросам, связанным с неизвестными параметрами входа в новую отрасль или на новую территорию.

Должен быть налажен контакт потенциального инвестора с компетентной службой по разработке и экспертной оценке инвестиционных проектов. Это позволит инвестору более точно рассчитать бизнес-план с учетом специфики бизнеса территории.

*«Кайдзен» по снижению административных барьеров.* В государственной системе существует нормативная база, регулирующая деятельность в различных сферах экономики. Задачей каждого служащего, ответственного за развитие предпринимательской деятельности и предоставление услуг, формирующих благоприятный инвестиционный климат, должно стать создание системы по непрерывному улучшению этих услуг: по срокам, по количеству, по качеству.

*Мотивация сотрудников, участвующих в привлечении инвесторов.* В данном вопросе важно понять, что сегодня за инвесторов ведется борьба между городами, регионами, странами. В системе привлечения инвесторов задействованы люди, которые являются лицом инвестиционного климата того или иного субъекта, поэтому важно для этого, с одной стороны, привлекать профессионалов-переговорщиков, с другой стороны, стимулировать сотрудников к повышению их компетенции, мотивируя их деятельность дополнительными четко определенными бонусами за привлечение каждого инвестора.

*Активное распространение информации о преимуществах региона.* Данный аспект предполагает комплексный подход: сигналами о привлекательности инвестиционного климата региона должен быть наполнен каждый информационный канал: деловые газеты, книги, телевидение, социальные сети и другие СМИ.

*Четкое разделение по зонам ответственности между органами федерального, регионального и муниципальных уровней.* Каждый уровень власти заинтересован в развитии определенных сфер. Качественная оценка по привлечению инвесторов складывается исходя из получаемых социально-экономических эффектов: создание рабочих мест, выпуск готовой продукции, наращивание налогооблагаемой базы и т. д.

В реализации крупных инвестиционных проектов, приносящих максимальные социально-экономические эффекты, заинтересованы все уровни власти.

Однако активным развитием малого бизнеса в основном должны заниматься местные органы власти. Важно разграничить сферы ответственности по получаемым социально-экономическим эффектам.

*Наличие образовательной «экспресс-инфраструктуры».* Обязательным условием для прихода инвестора является наличие квалифицированных кадров. Сегодня в регионы нередко заходят инвесторы из таких сфер, где найти квалифицированный персонал невозможно по причине того, что подобных производств никогда не было в регионе. Важно создать такие образовательные структуры, чтобы проект на момент запуска мог быть обеспечен квалифицированными кадрами.

*Наличие публичного «банка идей».* Следует создать информационную инфраструктуру, в которой будут аккумулироваться данные по инвестиционным проектам, которые не смогли реализоваться по различным причинам: отсутствие финансирования, промышленной площадки, кадров и т. п.

Данная информационная база данных могла бы быть интересна как коммерческим организациям, так и различным уровням власти. Это позволило бы реанимировать некоторые проекты.

*Наличие промышленной инфраструктуры.* Готовая промышленная инфраструктура значительно снижает издержки при поиске подходящей для инвестиционного проекта инфраструктуры как с финансовой точки зрения, так и с позиции времени. Хорошая практика – на готовые промышленные площадки, обеспеченные всей инфраструктурой и сервисным обслуживанием, привлекать потенциальных инвесторов, желающих снизить издержки при реализации инвестиционного проекта.

### Библиографический список

1. Березкин Ю. М., Иваицкий В. П. Мировой финансовый кризис : необходим выход за рамки экономических теорий // Известия Уральского государственного экономического университета. 2013. № 6(50).
2. Бочаров В. В. Инвестиции. СПб. : Питер, 2009.
3. Гусаков В. А. Ясная стратегия бизнеса. М. : Вершина, 2009.
4. Золотухина А. В. Проблемы инновационного и устойчивого развития регионов. М. : КРАСАНД, 2010.
5. Игошин Н. В. Инвестиции. Организация управления и финансирование : учеб. для вузов. М. : Юнити-Дана, 2012.
6. Казак А. Ю., Марамыгин М. С., Юзвович Л. И. Оценка инвестиций и финансовый анализ инвестиционного процесса. Екатеринбург : Изд-во АМБ, 2007.
7. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / пер. с англ. М. Павлова. М. : Олимп-Бизнес, 2006.
8. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. М. : Прогресс, 1978.
9. Корчагин Ю. А. Широкое понятие человеческого капитала. Воронеж : ЦИРЭ, 2009.
10. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс. М. : ИНФРА-М, 2009.
11. Марголин А. М., Быстрыков А. Я. Экономическая оценка инвестиций : учебник. М. : Экмос, 2001.

12. Мельников Ю. Б., Коростелева Е. А. Стратегия как инструмент планирования деятельности // Известия Уральского государственного экономического университета. 2013. № 2(46).
13. Пономарева С. И. Макроэкономические предпосылки реализации новой модели российской экономики // Известия Уральского государственного экономического университета. 2014. № 5(55).
14. Портер М. Конкурентная стратегия. М. : Альпина Паблишер, 2011.
15. Хачатуров Т. С. Экономическая эффективность капитальных вложений. М., 1964.
16. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) : [пер. с англ.]. М. : Прогресс, 1982.
17. Экономика. М. : НПО «Алгон», 1993. Т. 1.
18. Kvint V. The Global Emerging Market: Strategic Management and Economics. N. Y. : Taylor & Francis Group, 2012.

### **А. В. Микрюков**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры финансовых рынков и банковского дела  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## **Качество услуг коммерческого банка в формировании клиентской базы**

**Аннотация.** Любой бизнес преследует главную цель: получение прибыли. В долгосрочной перспективе вряд ли это возможно, если нет лояльных и удовлетворенных клиентов. Особенно это касается банковского бизнеса, когда тарифная политика примерно одинакова и клиенты прежде всего ориентируются на условия обслуживания и, конечно же, на удовлетворенность своих ожиданий. Научиться определять ожидания клиента и предвосхищать их – одна из ключевых задач в построении эффективного банковского бизнеса в долгосрочной перспективе.

**Ключевые слова:** удовлетворенность клиентов; лояльность клиентов; индекс удовлетворенности и лояльности; клиенты-апостолы; клиенты-наемники; клиенты-заложники; клиенты-террористы.

Успех любого коммерческого банка в формировании клиентской базы напрямую зависит от уровня удовлетворенности клиентов от обслуживания в этом банке и лояльности к нему. В то же время банк стремится получать прибыль, работать с минимальными рисками и использовать свой капитал эффективно, что совсем не совпадает с требованиями клиентов. Компромисс интересов клиента и целей банка – вот ключ к успеху в построении эффективного бизнеса.

Каждый хоть раз получал предложение поучаствовать в опросе об уровне сервиса после получения услуги. Многие банки не понимают или не могут того, что хотят все клиенты, например, чтобы платежи проходили мгновенно, а лучше в режиме онлайн, кредиты выдавались быстро под минимальную ставку и с гибкими условиями, все клиенты желают доброго и уважительного отношения к себе, индивидуального подхода и решения всех вопросов по первому требованию. Но как при таких запросах обеспечить эффективность банковского бизнеса? Как завоевать клиентов, а главное, суметь удержать их на обслуживании?

В поисках ответов на эти вопросы банки прибегают к различным исследованиям. Все они построены на основе опросов как действующих клиентов, так и потенциальных – клиентов других банков.

Одно из таких исследований привлекло мое внимание, прежде всего своей содержательностью: исследование уровня удовлетворенности и лояльности.

Что понимают под удовлетворенностью и лояльностью? В практике современного бизнеса под лояльностью часто понимают удовлетворенность потребителей, что не совсем верно. Как отмечают С. Сысоева и А. Нейман, «удовлетворенность появляется тогда, когда покупатель доволен и не жалеет о потраченных деньгах. Но клиент не обязательно станет лояльным. Лояльный покупатель – это всегда удовлетворенный покупатель, но удовлетворенный покупатель не всегда лоялен. Хотя удовлетворенность покупателя – первый шаг на пути к завоеванию его лояльности» [10]. Анало-

гичной точки зрения придерживается также Т. Й. Герпотт, который считает, что «удовлетворенность услугой не идентична лояльности потребителя. Под удовлетворенностью клиента следует понимать совокупность упорядоченных оценок отдельных характеристик услуг (которые могут быть позитивными и негативными), причем в эти оценки вливаются индивидуально воспринимаемые и ожидаемые качественные характеристики. Позитивная оценка услуги (удовлетворенность клиента) повышает силу намерения повторной закупки, но не определяет его полностью, так как оно зависит от технико-функциональной и экономической привязки клиента к предприятию, общей привлекательности услуг конкурентов, общей оценки собственного бизнеса» [3]. Как показал ряд исследований, удовлетворенность потребителей необязательно влечет повторные покупки и увеличение продаж. Она является лишь фундаментом для дальнейшего построения клиентской лояльности [1].

Итак, вернемся к исследованию. Опрос охватывает все аспекты работы банка, очень содержателен и требует немало времени, чтобы пройти анкетирование до конца. Но в расчет попадают лишь четыре вопроса.

Два вопроса, которые определяют удовлетворенность клиента от обслуживания в банке:

- 1) как бы вы оценили банк в целом;
- 2) насколько вероятно, что вы стали бы рекомендовать банк своим деловым партнерам?

И два вопроса, которые определяют уровень лояльности:

- 1) насколько вероятно, что ваша компания продолжит обслуживания в банке;
- 2) как бы вы оценили преимущества вашей компании от обслуживания в банке?

Остальные вопросы анкеты также не остаются без внимания и подлежат детальному анализу. Именно они определяют, почему клиенты выставляют ту или иную оценку по вышеперечисленным вопросам, и являются основой для формирования плана мероприятий и ключом в управлении удовлетворенности и лояльности клиентов.

Повышение удовлетворенности и лояльности клиентов входит в стратегию банка Возрождение [8], Сбербанка [9] и ряда других коммерческих банков, которые стремятся к росту качества банковских услуг.

Итак, кто они – удовлетворенные и лояльные клиенты или лояльные, но неудовлетворенные или, наоборот, удовлетворенные, но нелояльные? А есть такие клиенты, которые неудовлетворены и нелояльны? Кто эти клиенты? Сколько их? И что делать, чтобы увеличить и сохранить клиентскую базу?

Клиенты, которые по всем четырем вопросам поставили наивысшие оценки – это апостолы. Эти клиенты наиболее важны для долгосрочного успеха банка. Не удивительно, что многие банки стремятся добиться наибольшего количества таких клиентов. Для успешного бизнеса количество таких клиентов по международным стандартам должно составлять 80% [7] по отношению к количеству полностью неудовлетворенных и нелояльных клиентов – террористов, тех, кто поставил самые низкие оценки по вышеперечисленным вопросам. Такое соотношение определяет индекс удовлетворенности и лояльности.

Да, террористы – именно так называют клиентов, которые неудовлетворены и нелояльны. Такие клиенты наносят вред бизнесу, дают отрицательные отзывы, распространяют негативную информацию. А с развитием социальных сетей такая информация распространяется мгновенно на широкую публику. С такими клиентами можно иметь дело только при наличии значительного потенциала.

А теперь рассмотрим клиентов, которые проявили только лояльность или только удовлетворенность.

Наемники – удовлетворены, но нелояльны. Такие клиенты очень чувствительны к цене, ищут лучших альтернатив. Индивидуальные тарифы, внимание клиентского менеджера и руководства банка – вот способы удержания таких клиентов.

Заложники – наоборот, неудовлетворены, но лояльны. Это многофилиальные компании, где принятие решения происходит в головном офисе, а филиалы вынуждены обслуживаться там, где «приказано». Другая категория заложников связана с банковскими контрактами или технологичными барьерами.

Для анализа сильных и слабых сторон банка в части взаимодействия с клиентами, а также приоритизации направлений для его улучшения рассматриваются все факторы и их составляющие не только с точки зрения их влияния на уровень удовлетворенности и лояльности, но и с учетом важности, декларируемой самими клиентами.

Определяют следующие факторы: то, что ожидают клиенты, источники экономики банка, сильные стороны банка, их развитие и скрытые возможности.

Приоритизация задач – важный этап для расстановки акцентов на факторы, которые в наибольшей степени влияют на уровень удовлетворенности и лояльности клиентов.

1. Задачи первостепенного приоритета – это характеристики с высокой важностью и высоким влиянием на уровень удовлетворенности и лояльности со значением существенно ниже средних. Все аспекты работы банка, по которым клиент поставил наиболее низкую оценку, попадают в эту категорию задач. Над этими задачами необходимо работать прежде всего. Именно они влияют в наибольшей степени на то, как клиент будет доволен работой банка и захочет ли он построить с этим банком долгосрочные отношения.

2. Задачи высокого приоритета – это характеристики:

а) с высокой важностью и высоким влиянием на уровень удовлетворенности и лояльности с оценками ниже средних;

б) с высокой важностью, но невысоким влиянием на уровень удовлетворенности и лояльности с оценками значительно ниже средних;

в) с высоким влиянием на уровень удовлетворенности и лояльности, но невысокой важностью с оценками значительно ниже средних.

При задачах высокого приоритета необходимо улучшать те направления, по которым оценка ниже среднего. При формировании задач этого приоритета обращают внимание на ожидания клиента, на то, что он хочет получить, на что делает акцент. Зачастую эти потребности противоречат целям банка, ведь, как говорилось выше, клиенты хотят быстро и дешево, а банк стремится к получению прибыли с минимальными рисками. Но бывают ожидания, которые сходятся с целями банка, например, бесперебойность работы систем, безошибочность сотрудников.

3. Задачи среднего приоритета – это характеристики:

а) с высокой важностью и высоким влиянием на уровень удовлетворенности и лояльности со средними оценками;

б) с высокой важностью, но невысоким влиянием с оценками значительно ниже средних;

в) с высоким влиянием на уровень удовлетворенности и лояльности, но невысокой важностью с оценками ниже средних или значительно ниже средних;

г) с невысоким влиянием и невысокой важностью с оценками значительно ниже средних.

4. Сильные стороны – это характеристики с высокой важностью или высоким влиянием с оценками выше средних или значительно выше средних. Необходимо поддерживать сильные стороны на высоком уровне и коммуницировать с клиентом!

Да, именно коммуникация, внимательность и забота способны нейтрализовать негативный опыт и помочь развить отношения. Среди таких задач может быть индивидуальный подход, закрепление персонального клиентского менеджера.

В соответствии с описанными подходами к анализу можно выявить потенциальные конкурентные преимущества и слабые стороны банка с точки зрения клиентов, а также расставить приоритеты действий, направленных на рост уровня удовлетворенности и лояльности.

Международный опыт показывает, что ведущие компании мира не просто оценивают удовлетворенность или лояльность своих клиентов, а используют именно индекс удовлетворенности и лояльности как обобщающую характеристику, описывающую отношение клиентов к поставщику банковских услуг.

Индекс удовлетворенности и лояльности клиентов влияет на показатели экономической эффективности – его рост приводит к росту прибыльности банка.

Более чем за 10 лет применения методики ее использовали следующие компании: Credit Suisse, UniCredit Bank, Commerzbank, BW Bank, SwissLife, Siemens, HP, Nestle, P&G, LG, Fiat, Toyota, BMW, Ford, Vodafone и многие другие. Российские компании также не остались в стороне, уровень удовлетворенности и лояльности регулярно измеряют такие финансовые организации, как: Сбербанк, ВТБ24, Промсвязьбанк, Home Credit Bank, Raiffeisen Bank, банк Возрождение, БИНБАНК, Ингосстрах, Оранта, Forexclub, Финансовая группа БКС [2].

#### Библиографический список

1. *Банки ру*. URL : <http://www.banki.ru/news/research/?id=5620943>.
2. *Виды исследований для банков // ТНС Глобал*. URL : <http://www.tns-global.ru/services/marketing/sectors/financial>.
3. *Герпонт Т. Й.* Эмпирические исследования лояльности клиента // Проблемы теории и практики управления : междунар. журн. 2000. № 6.
4. *Барлоу Д., Меллер К.* Жалоба как подарок. Обратная связь с клиентом – инструмент маркетинговой стратегии. М., 2010.
5. *Ихсанова Л. Р.* Лояльность клиентов – это качество банковских услуг // Рос. предпринимательство. 2010. № 6(1).
6. *Обложин С. Ю.* Оценка удовлетворенности качеством банковских услуг : учет влияния инноваций // Управление качеством УЭкС. 2013. № 57.
7. *Оценка уровня удовлетворенности потребителей – не роскошь, а осознанная необходимость*. URL : [http://www.your-people.ru/udovletvorennost\\_potrebitelei.php](http://www.your-people.ru/udovletvorennost_potrebitelei.php).
8. *Стратегия банка Возрождение // Банк Возрождение*. URL : <http://www.vbank.ru/about/strategy>.
9. *Стратегия Сбербанка // Сбербанк*. URL : [http://www.sberbank.ru/ru/about/today/strategy\\_2018](http://www.sberbank.ru/ru/about/today/strategy_2018).
10. *Сысоева С., Нейман А.* Насильно мил не будешь, или Что такое лояльность покупателей // Маркетолог. 2004. Февр.

**Т. Д. Одинокова***кандидат экономических наук, доцент кафедры государственных и муниципальных финансов  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## Особенности развития страхового рынка России

**Аннотация.** В современных условиях перед Россией стоит вопрос кардинального ускорения экономического развития страны на основе совершенствования рыночных отношений, придания им инновационной направленности. Все эти процессы неразрывно связаны с активизацией инвестиционной деятельности на всех иерархических уровнях управления. Для этого необходимо мобилизовать в первую очередь внутренние ресурсы, в том числе активы страховых компаний, и обеспечить эффективное их использование, тем самым придав процессу развития и совершенствования экономики более устойчивый и интенсивный характер.

**Ключевые слова:** российский страховой рынок; состояние; проблемы; перспективы развития.

В данной статье рассмотрены особенности развития российского страхового рынка. На основе изучения современного состояния страхового рынка были определены проблемы, наличие которых тормозит его развитие. Как показал анализ состояния экономики России, страховая отрасль играет в ней незначительную роль. Об этом свидетельствует то, что на долю страховых премий в ВВП страны приходится 1,4% и страхованием охвачено всего лишь 10–15% всех рисков, в то время как за рубежом этот показатель превышает 70%.

Страхование как метод управления рисками способствует защите имущественных интересов граждан и организаций, безопасности и стабильности бизнеса. Роль страхования особенно важна в контексте экономических реформ, поскольку оно стимулирует развитие рыночных отношений и деловой активности, улучшает инвестиционный климат. Степень развития страхового рынка отражает возможности экономического роста страны. Способствуя перераспределению рисков между экономическими субъектами и возмещению убытков за счет накопления, страхование позволяет повысить эффективность экономики в целом и отдельных предприятий в частности. Поэтому развитие национальной страховой системы – одна из важных стратегических задач в области создания инфраструктуры рынка. Для России, где практически все виды деятельности характеризуются повышенным риском, это имеет особое значение.

Российский страховой рынок развивается под действием следующих специфических эффектов [1], обусловленных глобальным финансово-экономическим кризисом: эффекта кумуляции рисков, эффекта возврата «схем», эффекта бедного собственника, эффекта обратной пирамиды.

Также эксперты отмечают, что посткризисный этап развития современного страхового рынка (2011–2013 гг.) характеризуется как этап «мягкого» рынка. Для такого рынка характерна высокая динамика страховых премий и низкая рентабельность деятельности [2]. Однако стремительный рост страховых премий отмечается только у крупнейших страховых компаний, входящих в ТОП-30 страхового рынка. Для остальных страховых взносов в среднем снизились на 4,3% [3]. При этом рекордно низкие показатели уровня страховых выплат (в 2012 г. – 37,0%, в 2011 г. – 63,6%) могут быть объяснены более быстрыми темпами роста сборов. Также можно говорить о тенденции к усилению уровня концентрации на страховом рынке. В первом квартале 2013 г. индекс концентрации на страховом рынке составил 59,7%, а в первом полугодии 2013 г. – 56,9% [4]. Очевидно, что в условиях «мягкого» рынка нарастают предпосылки для будущих финансовых осложнений и, возможно, даже кризисных явлений.

В настоящее время страховой рынок России проходит одну из самых сложных и интересных стадий своего развития. В течение 2013 г. на нем наблюдался рост «ин-

ституциональной активности», затрагивающей прежде всего его национальный уровень [5]:

произошла передача функций страхового надзора единому мегарегулятору;

появился новый законопроект о саморегулировании в страховании;

была разработана и одобрена подготовленная Минфином РФ Стратегия развития страхового рынка до 2020 года, которая ориентирована в большей степени на его регулирование, а не на развитие.

В последнее время на страховом рынке эксперты отмечают значительное улучшение качества инвестиций при одновременном снижении доли фиктивных активов (20% вместо 50%) [6]. Введение новых требований к минимальному уставному капиталу с 1 января 2012 г., а также реорганизация страховых групп (в 2010–2013 гг.) усилили его ресурсный потенциал (в инвестиционном плане) для дальнейшей модернизации.

На микроуровне (уровне отдельных страховых компаний) отмечаются пересмотр стратегических ориентиров развития, внедрение в практику субъектов страхового дела риск-менеджмента.

Что касается слабых сторон страхового рынка, то прежде всего это его низкая капитализация. Совокупная величина собственных средств российских страховщиков на конец 2010 г. была равна 260 млрд р., при этом суммарная величина собственных средств компаний, входящих в топ-10 рынка по взносам, составила 295,3 млрд р. В 2012 г. совокупный уставный капитал российских страховщиков составлял уже 198,2 млрд р., а средний размер уставного капитала – 432,7 млн р. Следовательно, падение уровня достаточности собственных средств приведет к ограничению роста страховых взносов, поскольку компании не могут наращивать свои портфели, если у них тестируется неудовлетворительное состояние активов.

Страховой рынок до недавнего времени был рынком посредника. Именно на нем лежит специфическая задача – убедить клиента в приобретении страхового продукта, постольку именно он диктует условия деятельности страховщику. За рубежом почти каждый потенциальный объект застрахован, и по нему накоплена страховая статистика. Это позволяет более точно оценить риски, а уровень ценовой конкуренции на таком зрелом рынке будет равен нескольким сотым долям процента. В России же есть не только проблема низкого уровня проникновения страхования, отсутствует накопленная статистика по каждому объекту, который, по сути, страхуется каждый раз как новый, уровень пролонгации на рынке низкий. Однако в условиях кризиса и его последствий назрела необходимость пересмотра агентской политики и политики сбыта страховых продуктов в целом.

В последнее время на страховом рынке обозначилась тенденция к укрупнению финансово-страхового бизнеса [7]. Финансовые группы, близкие к государству, развивают собственный страховой бизнес, усматривая в нем возможность зарабатывать [8]. Наиболее значимым для рынка является выход Сбербанка на рынок накопительного и инвестиционного страхования жизни. Реализуемая Сбербанком стратегия развития страхового бизнеса содержит три этапа проникновения на рынок:

продажа рискованных продуктов партнеров – страховых компаний;

развитие инвестиционного и накопительного страхования жизни на базе собственной страховой компании;

развитие non-life страхования на базе собственного страховщика (в частности, страхование имущества корпоративных клиентов) [9].

Следует отметить, что наибольшая доля банковского страхования и его самые привлекательные сегменты (страхование жизни и здоровья заемщиков, страхование заемщиков от потери работы) переходят к экзотичным страховщикам – дочерним компаниям крупнейших банков. Менее привлекательные сегменты (страхование залого-



вого имущества юридических лиц, рисков банков) остаются за универсальными страховщиками. Иначе говоря, происходит сдвиг от партнерских отношений, при которых банк выступал агентом страховщика, к конкурентному виду банковского поведения, при котором кредитные организации предусматривают возможность зарабатывать на страховании, развивая собственный страховой бизнес в рамках дочерних структур. Однако данная тенденция скорее демонстрирует факт передела страхового рынка при наличии тенденции к расширению страховых операций в данном сегменте, что связано с улучшающейся социально-экономической конъюнктурой.

Наиболее значимым следует признать тот факт, что аффилированные с банками структуры начинают развивать страховой бизнес, по сути не связанный с банковским кредитованием. Это долгосрочное накопительное и инвестиционное страхование жизни. Огромный запас доверия населения к Сбербанку, несомненно, будет способствовать реализации финансового потенциала страхового рынка. Именно такой надежный институт способен дать развитие соответствующим видам страхования, не получившим до сих пор желаемого уровня распространения. Широкая клиентская база и развитая система интернет-банкинга помогут его укреплению. Однако только этого недостаточно.

Эволюционный характер развития страхования жизни пока демонстрирует значительные, но в масштабах всего рынка недостаточные темпы роста. Требуются кардинальные изменения в самой системе страхования, создание стимулов для клиентов. Необходимо повышение конкурентоспособности страхового сектора среди других институтов привлечения средств населения: банков, НПФ [10].

Как показал анализ, в настоящее время развитие страховой отрасли происходит по экстенсивному пути [11].

Темпы прироста размера страховых премий увеличиваются за счет введения обязательных видов страхования. По мере охвата объектов страхованием в обязательной форме происходит замедление темпов роста страховой премии, что в свою очередь требует введения новых видов обязательного страхования. При такой ситуации потенциал развития страхового рынка не используется в полном объеме, и формируется неэффективная и несбалансированная структура страхового рынка.

Интенсивный путь развития страховой отрасли будет обеспечиваться внедрением новых условий добровольного страхования, новых страховых продуктов и способов их реализации, позволяющих более качественно удовлетворять потребности потребителей в защите их имущественных интересов, что доказывает необходимость стимулирования развития добровольного страхования и здоровой конкуренции для обеспечения качественного инновационного развития страхового дела в Российской Федерации.

Таким образом, можно выделить основные особенности российского страхового рынка:

- 1) в связи с низкой страховой культурой слабо развита система страхового посредничества (брокерские продажи);
- 2) из-за отсутствия государственной поддержки почти не развито взаимное страхование;
- 3) поскольку уровень капитализации российских страховых организаций низкий, не развит национальный перестраховочный рынок, что приводит к невозможности страхования крупных рисков без значительного участия иностранных перестраховочных компаний и необоснованному оттоку значительных сумм страховой премии за границу;
- 4) практически отсутствует система правовой защиты интересов страхователей (союз защиты потребителей страховых услуг);

5) нет системы урегулирования претензий в досудебном порядке через услуги омбудсмена;

6) из-за отсутствия хорошей статистической базы ущерба по неблагоприятным событиям невозможно проводить адекватную оценку экономических и технологических рисков, в том числе по крупным объектам;

7) в связи с тем, что страховые организации ориентированы на рынок высокорисковых продуктов (автотранспортное страхование), это приводит к повышению риска получения убытка и в итоге может привести к банкротству страховых организаций;

8) из-за наличия высокой доли граждан с низкой платежеспособностью слабо развит рынок накопительного страхования, что снижает возможности использовать ресурсный потенциал страховых организаций как институциональных инвесторов;

9) несмотря на динамичное развитие страхового рынка России, доля страховых премий в ВВП страны остается на достаточно низком уровне. На протяжении последних 7 лет она сравнительно стабильна, при этом объем премий по видам страхования, кроме обязательного медицинского страхования, растет темпами меньшими, чем ВВП. В 2013 г. доля страховых премий в ВВП составила 1,4%. Активы страховых организаций за период с 2007 по 2013 г. увеличились с 759,2 млрд р. до 1231,9 млрд р.

Как мы видим, один из ключевых моментов, на котором следует заострить внимание нашему государству – это развитие общерыночного инфраструктурного сервиса путем создания общей информационной базы данных для всех страховщиков в интересах борьбы с мошенничеством, учета полисов и убытков, подготовки отчетности. Это будет способствовать накоплению необходимых статистических данных для повышения качества андеррайтинга на рынке, что позволит постепенно приблизить рынок к более зрелому состоянию.

Развитие страхования должно обеспечить повышение экономической стабильности общества и уровня социальной защищенности граждан, привлечь инвестиционные ресурсы в экономику. С этой целью на уровне государства были определены следующие основные задачи:

создание оптимальных условий, обеспечивающих развитие добровольного и взаимного страхования;

развитие новых подходов к страхованию, способных удовлетворить массовые потребности в страховых услугах;

повышение инвестиционной привлекательности страховой отрасли;

обеспечение сбалансированности интересов между страховщиками, страховыми посредниками и страхователями;

повышение качества страховых услуг;

создание механизмов досудебного урегулирования споров в страховой области;

повышение стабильности, оперативности и эффективности страхового рынка [11].

Реализация мероприятий, запланированных в рамках стратегии, позволит обеспечить переход страхования в России на интенсивный путь, а именно: повысить заинтересованность потенциальных клиентов в страховых услугах; способствовать развитию конкуренции в страховании; способствовать появлению широкого спектра страховых услуг по добровольным видам страхования; совершенствовать обязательное страхование; выявить преимущества участия страховщиков и обществ взаимного страхования в новых направлениях деятельности.

Таким образом, для обеспечения стабильного ускоренного развития страхового рынка в России необходима реализация указанных мер государственного регулирования совместно с активными действиями страховщиков по разработке и продвижению своих страховых продуктов. Только в этом случае можно рассчитывать на поступательное устойчивое развитие и стабилизацию национального страхового рынка.

**Библиографический список**

1. *Страховой рынок в 2009 году* : обзор. URL : <http://www.raexpert.ru>.
2. *Мельников Д.* Индекс активности страхового рынка России в декабре достиг минимума. URL : <http://www.theinsurer.net/news/russia/item/976-indeks-aktivnosti-strakhovogo>.
3. *Итоги 2011 года на рынке страхования* : что скрывает рост? URL : <http://www.raexpert.ru>.
4. *Рынок розничного страхования в 2012 году* : новые технологии. URL: <http://http://raexpert.ru/indices/ind>.
5. *Бровкович К. К.* Стратегия развития страхования – направления движения. URL : <http://www.insur-info.ru/interviews/872>.
6. *Инвестиции российских страховых компаний в 2012–2013 годах*: где деньги? URL : [http://raexpert.by/related\\_activities/researches/insurance/#](http://raexpert.by/related_activities/researches/insurance/#).
7. *Пенюгалова А., Шкуренко А.* Интеграция рынка страхования и банковского сектора: современное состояние и перспективы развития // *Финансы и кредит*. 2011. № 19.
8. *Маргулян А.* Корпоративное страхование – в ожидании роста. URL : <http://www.insur-info.ru>.
9. *Шарпаева Е., Старостина Н.* Сбербанк вдохнет жизнь в рынок страхования жизни. 23 марта 2012 г. URL : <http://www.rbcdaily.ru>.
10. *Савенко О. Л.* Институциональные условия развития страхового рынка в России : особенности и перспективы. URL : <http://http://sibac.info/sibac.info/2009-07-01-10-21-16/10175>.
11. *Стратегия развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2020 г.* : распоряжение Правительства РФ от 22 июля 2013 г. № 1293-р.
12. *Панкин Д.* Накануне 2012 – новые требования и ожидания. Интервью от 6 декабря 2011 г. URL : <http://www.fcsn.ru>.

**Э. В. Пешина**

*доктор экономических наук, профессор,  
заведующая кафедрой государственных и муниципальных финансов  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

**Камерализм как прообраз современной науки финансов**

**Аннотация.** В статье представлен историко-экономический анализ становления и развития камерализма в мировой научной мысли: итальянских, французских и немецких школах финансов. Рассмотрены основные научные работы зарубежных ученых-камералистов, сформировавших основу развития современной науки финансов, в частности бикамерализма.

**Ключевые слова:** наука финансов; меркантилизм; камерализм; бикамерализм.

Разновидностью меркантилизма считается камерализм<sup>1</sup> (от др.-гр. *καμάρα* (кама-ра); от средневеков. лат. *cameralis*, лат. *cameralista* – камера)<sup>2</sup>, который длился с конца XV века (с царствования Максимилиана I (1459–1519 гг.), императора Священной Римской империи, короля Германии (1486–1493 гг.), избранного Императора Германии 1508–1519 гг.) до начала XIX века и получил широкое распространение в Германии.

Камералистика получила «фундаментальный прорыв с открытия в 1439 г. Совета Флоренции как искусство управления государством. Школа мыслителей назвала себя камералистами и распространилась из Италии во Францию и Германию-Австрию» [24, с. 1].

<sup>1</sup> В некоторых современных публикациях камерализм относят одновременно и к форме меркантилизма и форме физиократии. Например: Wagner, Richard E. *The Cameralists : Fertile Sources for a New Science of Public Finance*. Department of Economics George Mason University. P. 4. URL : <http://mason.gmu.edu/~rwagner/cameralist.pdf>.

<sup>2</sup> Камералистика (нем. *Kameralistik* от позднелат. *camera* – казна): 1) камеральные науки – цикл административных и экономических дисциплин, преподававшихся в XVII–XVIII веках в университетах европейских стран, в том числе в России; 2) совокупность административных и хозяйственных установок, знаний по ведению камерального (государственного) имущества» [2, с. 204].

Особенностью камерализма в Италии была целевая установка государственного управления на обеспечение общего благосостояния населения. Среди видных итальянских камералистов следует отметить Антонио Серра<sup>1</sup> с работой «Краткий трактат о причинах, которые могли бы привести к изобилию золота и серебра в тех королевствах, где нет рудников»<sup>2</sup> (1613 г.) [18], философа Томазо Кампанелла (1568–1639 гг.), самый известный труд которого «Город Солнца» был впервые опубликован в качестве приложения к работе «Политика» (1623 г.) [9]. Т. Кампанелла считал, что налоги должны взиматься в первую очередь с товаров, которые не являются необходимыми для существования (т. е. с предметов роскоши).

Философ и экономист Антонио Дженовези (1712/13–1769 гг.) в работе «Уроки национальной экономики» (1765 г.) [11] констатирует: «Купец почти ни во что не ценит уже полученную прибыль, но всегда стремится к новой».

Итальянский экономист и историк Фердинандо Галиани (1728–1787 гг.), занимавший пост администратора королевских доменов, в известной работе «О деньгах» (1750 г.) [10] обосновывает теорию экономической ценности товаров путем выявления взаимосвязи между количеством и качеством труда, временем производства, полезностью и редкостью продукта. «Галиани не только наметил развитие значительно более поздних теорий (предельной полезности), но и предвосхитил теорию ценности, преобладавшую в следующем столетии (Рикардо, Маркс)» [22].

«Итальянские экономисты, начиная с Даванцати (*Lezione delle moneta*, 1588 г.), первыми ясно поняли, как можно разрешить парадокс ценности, согласно которому многие очень „полезные“ блага, такие как вода, имеют очень низкую меновую ценность или не имеют ее вообще, в то время как значительно менее „полезные“ блага, такие как бриллианты, имеют высокую меновую ценность. Они поняли, что этот парадокс не является препятствием на пути разработки теории меновой ценности, основанной на потребительной ценности. Поразительно, что ни Смит, ни Рикардо этого не понимали. Указанный факт покажется нам еще более поразительным, если мы добавим, что за полтора столетия, прошедшие после Даванцати, набрался длинный список авторов, среди которых несколько англичан, которые очень хорошо понимали, как элемент полезности входит в процесс ценообразования. В частности, Джон Ло в упомянутом выше трактате (*Money and Trade considered*, 1705 г.) кратко, но превосходно изложил суть вопроса, используя именно пример с водой и бриллиантами» [22, с. 286].

Отдельно следует сказать о неаполитанском бизнесмене Карло Антонио Броджа (1683–1763 гг.) и его работе «Трактат о налогах, деньгах и политике поддержания общественного здоровья» (1743 г.) [8], состоящей из трех частей: налоговая система, денежно-кредитная система и управление здравоохранением (тема здравоохранения была актуальна после эпидемии чумы). В данной работе представлен «дайджест всего лучшего в литературе по публичным финансам не только XVIII, но и в значительной степени и века XIX на основе систематической ценности и тщательного анализа» [22]. «Финансы Броджа были призваны стимулировать увеличение благосостояния через промышленную и коммерческую деятельность. У Броджа есть три аспекта: во-первых, система целей и оценок; во-вторых, глубокое видение социальных и экономических условий и тенденций; в-третьих, анализ причин и следствий экономических явлений. Именно последний аспект представляет собой научное достоинство данного труда»

<sup>1</sup> Точные даты жизни неизвестны: середина XVI – начало XVII века.

<sup>2</sup> Иногда в русскоязычном переводе называют: «Краткий трактат о средствах снабдить в изобилии золотом и серебром королевства, лишенные рудников драгоценных металлов».

[22]. Многие ученые до XX века оценивали работу К. А. Броджа как «первый методический трактат о налогах» [4].

«Обучение камеральным наукам в Италии, Милане началось с 1768 г., которое возглавил профессор, юрист и экономист Чезаре Беккариа Бонесано (1738–1794 гг.)» [15], придерживавшийся взглядов Ш.-Л. де Монтескье. Основное произведение Ч. Беккариа было посвящено финансовым беспорядкам в Милане 1762 г. [5], а «через 16 лет австрийская императрица Мария-Терезия произвела денежную реформу согласно идеям Ч. Беккариа»<sup>1</sup>.

Камерализм во Франции пропагандировал национальное экономическое развитие. Ученый Жан Боден (1530–1596 гг.) является автором крылатого выражения: «Финансы – это нервы государства»<sup>2</sup> [7, с. 285] (в работе «Шесть книг о республике»<sup>3</sup> (1576 г.)) [7]. В данном труде Ж. Боден формулирует пять основных причин высокой инфляции в XVI веке в Европе (что является самой ранней версией количественной теории денег, не считая Н. Орезма), а во второй главе систематизирует семь источников доходов государства: «домены; воинская добыча (завоевания); подарки от друзей; дань союзников; торговля; пошлины с ввоза и вывоза (экспорта и импорта); налоги» [25]. Налоги он рассматривал как исключительный случай в крайней необходимости.

Выражение «финансы – это нервы государства» активно использовал А. Ж. Плесси/Герцог Ришелье (1585–1642 гг.) в работе «Политическое завещание» (впервые было опубликовано в 1688 г.). Французский политик Жан Батист Кольбер (1619–1683 гг.), казначей Луи XVI – автор выражения: «Искусство налогообложения состоит в опипывании гуся так, чтобы получить наибольшее количество пера при наименьшем количестве шипения».

Большое влияние на теорию финансов оказал французский правовед Шарль Луи де Монтескье (1689–1755 гг.) с работами «Размышления о причинах величия и падения римлян» (1734 г.) [16] и «О духе законов» (1748 г.). В последней он обозначил теорию разделения властей на законодательную, исполнительную и судебную<sup>4</sup>, а также представил политическое направление налогообложения и критику некоторых существующих налогов.

Германский камерализм основывался на изучении финансово-экономических отношений в государстве, которое считалось «экономическим товариществом», призванном заботиться о благополучии населения. Назовем последователей камерализма в Германии и их работы: юрист Мельхиор фон Осса/Оссэ (1506–1557 гг.) «Политическое завещание (завет)» (1555/1556 г., опубликована только в 1717 г.) [18]; юрист и экономист Георг Обрехт (1547–1612 гг.) «Пять различных политических секретов» (издана посмертно в 1617 г.) [16]; историк Фейт Людвиг Зекендорф/Секкендорф (1626–1692 гг.) «Немецкое княжеское государство» (1656 г.) [19]; экономист, финансовый консультант Вильгельм фон Шредер (1640–1688/1689 гг.) «Княжеские сокровища» (1686 г.) [21], в ней показана взаимозависимость политики правительства и благосостояния народа; Готфрид Вильгельм Лейбниц (1646–1716 г.) «Общество и экономика» (1671 г.) [26] и др.

<sup>1</sup> Антонио Дженовези (1712–1769 гг.) и Чезаре Беккариа (1738–1794 гг.) [1].

<sup>2</sup> В оригинале произведения Ж. Бодена используется не «государство», а «республика», как в самом названии работы «Шесть книг о республике», так и в упомянутом выражении: «Финансы это нервы республики» (фр. Les finances sont les nerfs de la République).

<sup>3</sup> В русскоязычном переводе часто встречается как «Шесть книг о государстве».

<sup>4</sup> Идея, лежащая в основе разделения властей, была в конституции Римской республики. Древние римские правительства были разделены на три основные силы: консулов, сената и сборки. Дальнейшее развитие теории разделения властей связано с именами Джона Локка и Шарля Луи де Монтескье.

Последователями германского камерализма в XVIII веке стали: политик Якоб Фридерик Билефельд (1717–1770 гг.) с двухтомной работой «Политические институты» (1760 г.) [6]; Иоганн Генрих Готтлиб фон Юсти (1717/1720–1771 гг.) с многочисленными работами по камерализму, в том числе: «Система финансов» (1766 г.) [12], «Государственная экономика и камеральная наука» (1775 г.) [13] и др.

Первые учебные заведения, в которых стал преподаваться камерализм: «пруссские университеты в Галле (1723 г.) и Франкфурте-на-Одере (1727 г.)» [3].

Министр финансов Австрии Йозеф Зонненфельс (1732/1733–1817 гг.) в трехтомной работе «Принципы государства<sup>1</sup>, торговли и финансов» (1765 г.) [23] определил: «Камерализм (нем. Kameralwissenschaft) – наука о благосостоянии государства, наука правления» [23], а финансовая наука – это «правила, при помощи которых государство получает свои доходы» и др.

Итальянский, французский и немецкий камерализм систематизировали финансовые теории с целью построения общей системы отдельной финансовой науки. Камерализм способствовал становлению бикамерализма – двухпалатного парламента. Двухпалатные парламенты преобладают в странах Азии, Европы и Америки. Они существуют, в частности, в Узбекистане, Мексике, Бразилии, Аргентине, Канаде, США, России, Великобритании, Германии, Франции, Польше, Испании и др.

### Библиографический список

1. *Итальянская литература*. 2014. URL : <http://www.testsoch.info/antonio-dzhenovezi-1712-1769-ichezare-bekkarii-1738-1794>.
2. Райзберг Б. А. Современный социальноэкономический словарь. М.: ИНФРА-М, 2009.
3. *Backhaus Jü.* The Beginnings of Political Economy : Johann Heinrich Gottlob von Justi. Springer Science & Business Media, 2008.
4. *Bastable Ch. F.* Public Finance. 3<sup>rd</sup> ed. L. : Macmillan and Co., Limited. 1917. The text of this edition is in the public domain. URL : <http://www.econlib.org/library/Bastable/bastbPF0.html#Preface>. P. Int. II. 18.
5. *Beccaria C.* Del disordine delle monete e de' rimedi delle monete nello stato di Milano nell'anno 1762 (1762, Lucca). V. Giuntini, 1762.
6. *Bielfeld J. F. F.* Institutions politiques [with a portrait.]. La Haye, 1760. 2 t.
7. *Bodin J.* Les six livres de la République. Un abrégé du texte de l'édition de Paris de 1583. Édition et présentation de Gérard Mairet. P. : Librairie générale française, 1993.
8. *Broggia C. A.* Trattato de' tributis, delle monete, e del governo politico della sanità, etc. Napoli, 1743.
9. *Campanella T.* Realis philosophiae epilogisticae partes quatuor, hoc est de rerum natura, hominum moribus, politica (cui Civitas solis juncta est) et Oeconomica: cum adnotationibus physiologicis, a Thobia Adami nunc primum editae, quibus accedent (sic) quaestionum partes totidem ejusdem Campanellae, contra omnes sectas veteres novasque. Impensis G. Tampachii (Francofurti), 1623.
10. *Galiani F.* Della moneta : libri cinque. Napoli : Presso G. Raimondi, 1750.
11. *Genovesi A.* Lezioni di Economia civile. Original : 1765. Milano, 1803.
12. *Justi J. H. G.* System des Finanzwesens: nach vernünftigen aus dem Endzweck der bürgerlichen Gesellschaften, und aus der Natur aller Quellen der Einkünfte des Staats hergeleiteten Grundsätzen und Regeln. Halle : Zu finden in der Rengerischen Buchhandlung, 1766.
13. *Justi J. H. G.* Staatswirtschaft oder systematische Abhandlung aller Oeconomischen und Cameral-Wissenschaften. Leipzig, 1775.
14. *Wagner R. E.* The Cameralists: Fertile Sources for a New Science of Public Finance. Department of Economics George Mason University. URL : <http://mason.gmu.edu/~rwagner/cameralist.pdf>.

<sup>1</sup> Автор настоящей работы перевел «Polizey» как «государство» на основании следующего: «В 1476 г. термин „Polizey“ впервые появился в Германии в системе регулирования города Вюрцбурга, а затем в XVI веке в Регламенте Национальной полиции 1530, 1548 и 1577 гг. термин «хороший Polizey» означал государство общего благосостояния в комплексе с широким спектром законодательного регулирования практически всей правовой системы, не делая различия между публичным и частным правом». URL : [http://de.wikipedia.org/wiki/Polizeibegriff\\_in\\_Deutschland](http://de.wikipedia.org/wiki/Polizeibegriff_in_Deutschland).

15. *Monachesi E.* Pioneers in Criminology IX – Cesare Beccaria (1738–1794) // Journal of Criminal Law and Criminology. 1956. Vol. 46. Issue 4. URL : <http://scholarlycommons.law.northwestern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4402&context=jclc>.
16. *Montesquieu Ch. de Secondat.* Reflections on the causes of the grandeur and declension of the Romans : by the author of the Persian letters / transl. from the French. Dublin : Printed by R. Reilly, for George Risk, George Ewing and William Smith, 1734.
17. *Obrecht G.* Fünff Vnderschiedliche Secreta Politica. Strasburg, 1617. URL : [http://www.deutschestextarchiv.de/book/show/obrecht\\_secreta\\_1617](http://www.deutschestextarchiv.de/book/show/obrecht_secreta_1617).
18. *Ossa M., Thomasius Ch. D.* Melchior von Osse Testament gegen Hertzog Augusto Churfürsten zu Sachsen, 1556 : Anitzo zum ersten mal völlig gedruckt : Auch hin und wieder durch nützliche Anmerkungen erläutert : Nebst einer Vorrede und Anhang : Zum Gebrauch des Thomasischen Auditorii. Halle : Renger, 1717.
19. *Seckendorff V. L.* Teutscher Fürsten-Stat. Frankfurt ; Leipzig, 1656.
20. *Serra A.* Breve trattato delle cause che possono far abbondare li regni d'oro, & argento dove non sono miniere. Con applicazione al Regno di Napoli. Del dottor Antonio Serra della città di Cosenza. Divisione in tre parti, Naples, Lazzaro Scoriggio, 1613.
21. *Schröder W.* Fürstliche Schatz- und Rent-Kammer. eipzig : Verlegts Jacobus Gerdesius, zufinden bey Lorentz Sigmund Cörnern, Merseb. druckts Christ. Gottshick, 1686.
22. *Schumpeter J. A.* History of Economic Analysis / introduction by Mark Perlman. This edition published in the Taylor & Francis e-Library, 2006 (first published in Great Britain in 1954 by Allen & Unwin (Publishers) Ltd.).
23. *Sonnenfels J.* Grundsätze Der Polizey, Handlung, Und Finanz. 5., verm. und verb. aufl. ed. 3 vols. Wien : Bei Joseph Edlen von Kurzbek, 1786.
24. *Spannaus N.* The roots of the American system : from Cameralism, to the American System of Economics. American Almanac, 1996. URL : <http://www.movisol.org/roots.pdf>.
25. *The Internet Encyclopedia of Philosophy (IEP).* URL : <http://www.iep.utm.edu/bodin>.
26. *Translations of Works by Gottfried Wilhelm Leibniz.* Society and Economy. 1671. Introduction / translated by John Chambless in Fidelio. Vol I, no. 3. Fall, 1992. URL : [http://www.schillerinstitute.org/trans/trans\\_leibniz.html](http://www.schillerinstitute.org/trans/trans_leibniz.html).
27. *Wagner R. E.* The Cameralists : Fertile Sources for a New Science of Public Finance. Department of Economics George Mason University. URL : <http://mason.gmu.edu/~rwagner/cameralist.pdf>.

**Н. С. Пионткевич**

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансового менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Планирование в системе инвестиционного контроллинга

**Аннотация.** В настоящей статье описаны отдельные задачи, методы и модели планирования инвестиций в ходе отдельных фаз инвестиционного проекта: рассмотрены такие методы идентификации инвестиционных проблем, как мозговой штурм, синектика, морфология, использование дерева решений; исследованы методы предварительного отбора инвестиционных проектов; в рамках статистических методов принятия инвестиционных решений изучены методы сравнения затрат, прибыли, рентабельности, сумм начисленной амортизации; в рамках динамических методов – метод дисконтированных денежных потоков и аннуитетов, расчет внутренней процентной ставки, динамический расчет срока окупаемости проекта, концепция конечной стоимости инвестиционного проекта; рассмотрен метод инвестиционного программирования, модели для отражения и оценки инвестиционных рисков; дана характеристика методов оценки альтернативных инвестиционных проектов на этапе контроля инвестиционного процесса.

**Ключевые слова:** инвестиции; инвестиционное планирование; инвестиционный контроллинг; инвестиционный процесс; оценка эффективности инвестиций; инвестиционные решения.

Инвестиционный процесс на предприятии начинается с определения спроса на инвестиции. Одновременно данный этап выступает результатом последующей фазы – контроля, а именно: посредством контроля определяется инвестиционный дефицит, который приводит к необходимости инвестиционного планирования. При более подробном рассмотрении в ходе планирования можно выделить этап определения потребности в инвестициях, поиска путей решения, предварительного отбора проектов на основании технических требований и требований по производительности [1, с. 51].

Потребность в консультировании возрастает с увеличением сложности инвестиционного проекта и поставленной задачи. При решении относительно простой проблемы, например, определении необходимости замены оборудования, сроков замены, достаточно объема данных внутреннего учета. Альтернативы инвестирования, а также требования по производительности приобретаемого оборудования устанавливаются на основе анализа производственного процесса, в который данная машина должна быть интегрирована. Использование ресурсов инвестиционного контроллинга изменяется при решении таких задач в зависимости от качества внутреннего учета. Ситуация меняется, если есть необходимость решения более сложной задачи: ввод нового продукта, завоевание нового рынка (иностранный), строительство завода, внедрение новых производственных технологий. Определение потребности в инвестициях в рамках стратегического контроллинга, а также поиск новых альтернатив представляются проблематичными задачами, в особенности в ходе поиска и интерпретации информации. При решении таких инновационных задач инвестиционный контроллинг принимает участие в процессе стратегического анализа, в особенности при обосновании объема стратегических инвестиций [7, с. 688–689].

Особенно важна при этом разработка действенных методов анализа. В качестве возможных методов можно использовать следующие: мозговой штурм, синектику, морфологию, дерево решений [9].

С помощью *метода мозгового штурма* можно генерировать и систематизировать решения, выработанные внутри рабочих групп. Во время проведения мозгового штурма рекомендуется ограничить число участников группы, задача которых сводится к высказыванию мнения по поводу определенной проблемы. Противоречивые мнения настраивают на дискуссию, что ведет к поиску более инновационных решений и альтернатив.

Исходя из того опыта, что целое эффективнее, чем составные части по отдельности, в рамках *метода синектики* (систематической креативности) собираются спонтанные идеи. В ходе последующего анализа этих высказываний происходят разработка модели и увязка ее составных частей.

Под *морфологией* понимается систематический сбор и анализ различных системных факторов и их вариаций, например, четкая постановка инвестиционной проблемы, и выбор решения исходя из совокупности имеющихся альтернатив с последующей выработкой стратегии.

*Дерево решений* может использоваться как при оценке, так и при отборе инвестиционных альтернатив. С помощью данного метода проводится анализ того, как заданная цель может быть достигнута различными путями. Каждый шаг, который производится «по дереву решений», является выбором одной из альтернатив. Поскольку каждой «ветке» этого дерева присваивается вероятность, можно рассчитать ожидаемый финансовый результат для каждого альтернативного инвестиционного решения.

После постановки задачи производится отбор альтернативных вариантов ее решения. В ходе отбора происходит оценка каждого предложения относительно того, насколько полно реализация проекта в состоянии обеспечить выполнение поставленной изначально цели.

Инвестиционный контроллинг выполняет в этой фазе следующие задачи:  
разработка и внедрение методов оценки инвестиционных проектов [8, с. 84–85], в том числе расчет их эффективности;

обеспечение единого применения методов посредством детального описания информационных источников, программирования методики расчета, описания алгоритмов и инструкций для нормирования определенных параметров [5, с. 127], напри-



мер, методы амортизации, налоговые ставки, рыночный процент, коэффициенты инфляции и пр.;

участие в оценке комплексных инвестиционных проектов наряду с сотрудниками функциональных направлений деятельности предприятия.

Далее рассмотрим некоторые модели принятия инвестиционных решений (см. рисунок), а также оценку приемлемости использования данных моделей в конкретных ситуациях.

Методы расчета инвестиционных проектов [6, с. 214–216] при анализе ожидаемых финансовых выгод от внедрения инвестиционного проекта базируются на оценке вклада проекта в достижение поставленной задачи, например, затрат, прибыли, уровня капитализации, аннуитета, внутренней процентной ставки, рыночной стоимости. Предпосылкой для применения этих методов является наличие достоверного прогноза затрат и выгод от инвестиционного проекта, т. е. притока и оттока денежных средств, а также возможности разграничения результатов внедрения данного проекта от прочих инвестиционных проектов, ведущихся одновременно. В целом можно выделить две группы методов расчета инвестиционных проектов:

статистические методы, базирующиеся на сопоставлении выгод и затрат, называемые также методами расчета в течение одного планового периода;

динамические методы, основой которых является сопоставление положительных и отрицательных денежных потоков, а также методы расчета, затрагивающие несколько плановых периодов [10].

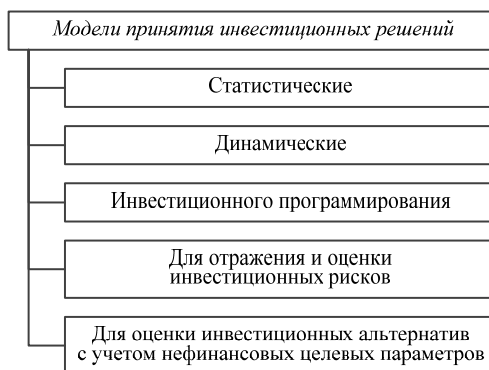
*1. Статистические методы* используют в расчете данные бухгалтерского учета текущего периода. Эти методы не учитывают тот факт, что деньги имеют временную стоимость. К группе статистических методов относятся:

- метод сравнения затрат;
- метод сравнения прибыли;
- метод сравнения рентабельности;
- метод сравнения сумм начисленной амортизации.

Метод сравнения затрат основан на сравнении общих затрат первого планового периода инвестиционного проекта (предполагается, что данные репрезентативны) и средних затрат других инвестиционных проектов, при этом приоритет имеет та альтернатива, по которой предполагаются минимальные затраты. Данный метод применяется в том случае, когда выгоды от проектов невозможно с достаточной степенью достоверности распределить между отдельными проектами.

Метод сравнения прибыли применяется, когда инвестиционные проекты различны не только в части затрат, но и выгод от их внедрения. Приоритет имеет тот проект, прибыль от которого максимальна.

С помощью метода сравнения рентабельности происходит отбор проектов на основе анализа различных показателей рентабельности, например, рентабельность капитала, получаемая как отношение прибыли от проекта за определенный промежуток времени к сумме вложенного капитала.



Модели принятия инвестиционных решений<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Составлено автором.

В ходе сравнения сумм начисленной амортизации объекты инвестирования признаются тем более привлекательными, чем меньше длительность срока эффективной амортизации и срока инвестирования в проект. При этом под сроком эффективной амортизации следует понимать отрезок времени, за который происходит покрытие суммы вложений притоком денежных средств от проектов.

Вследствие простоты и сравнительно меньшей точности статистические методы применяются для расчета небольших инвестиционных проектов, которые не превышают, например, определенный процент от валюты баланса или сумму годового бюджета.

*II. Динамические методы* расчета инвестиционных проектов базируются на теории временной стоимости денег с применением таких понятий, как временные ряды и дисконтирование. Вследствие необходимости оценки эффективности инвестиционного проекта на протяжении всего периода его действия предпочтительнее использование динамических методов расчета эффективности инвестиционных проектов, так как это приводит также к повышению прозрачности процесса принятия решения и его обоснованности по инвестиционному проекту. К группе динамических методов относятся:

- метод дисконтированных денежных потоков и аннуитетов;
- расчет внутренней процентной ставки;
- динамический расчет срока окупаемости проекта;
- концепция конечной стоимости инвестиционного проекта [2, с. 161–167].

Метод дисконтированных денежных потоков основан на расчете чистого денежного потока для каждого планового периода инвестиционных проектов и приведении их к текущему периоду при помощи корректировки на коэффициент дисконтирования. Данный метод позволяет определить текущую стоимость инвестиции как разность между текущей стоимостью положительных и текущей стоимостью отрицательных денежных потоков. Полученную величину можно интерпретировать как прирост стоимости бизнеса на начало периода планирования. Инвестирование имеет смысл, когда в результате расчета получен положительный прирост стоимости; среди ряда альтернатив следует выбрать альтернативу с наибольшим предполагаемым положительным эффектом, оказываемым на рост стоимости бизнеса.

Метод аннуитетов позволяет распределить общий прирост конечной стоимости инвестиции равномерными платежами в течение всего периода инвестирования. Таким образом, метод аннуитета является частным случаем метода дисконтированных денежных потоков.

Метод внутренней процентной ставки определяет предельную ставку дисконтирования, при которой стоимость инвестиционного проекта становится равной нулю. Выбранный проект рассматривается лишь в том случае, когда полученная внутренняя процентная ставка превышает ставку рыночного процента по привлеченным средствам. Из ряда альтернативных проектов целесообразно выбрать тот, предполагаемая внутренняя процентная ставка по которому наибольшая.

Как и статический метод расчета окупаемости проекта, динамический метод предполагает расчет срока возврата затраченных на проект ресурсов. Данный метод основывается на расчете срока, в течение которого дисконтируемый чистый денежный поток покрывает сумму вложений в проект.

В рамках концепции конечной стоимости инвестиционного проекта вычисляется величина денежных притоков и оттоков проекта, дисконтируемых к периоду предполагаемого окончания проекта. Полученная разность притоков и оттоков называется конечной стоимостью инвестиционного проекта. Инвестиционный проект может быть рассмотрен лишь в том случае, если конечная стоимость проекта положительна. Из

нескольких инвестиционных проектов следует выбрать тот, конечная стоимость которого наибольшая.

*III.* В отличие от рассмотренных выше методов, *метод инвестиционного программирования* позволяет оценить не только отдельные проекты, а всю инвестиционную программу для одного или нескольких плановых периодов. Оценка может производиться по различным критериям: величине дисконтированного денежного потока, конечной стоимости, максимизации дивидендов, а также с учетом прямых и косвенных взаимосвязей различных проектов. Такие взаимосвязи могут возникать не только между различными изолированными или дополняющими друг друга проектами, но и между инвестиционным планом и планами прочих функциональных направлений, например, финансами, производством, снабжением, сбытом.

Все представленные методы основаны на предположении о том, что величину будущих затрат и выгод по инвестиционным проектам можно спрогнозировать с достаточной высотой долей вероятности. Таким образом, методика расчета исключает риски неблагоприятного изменения факторов окружающей среды, что не соответствует реальности.

*IV. Модели для отражения и оценки инвестиционных рисков.* Для учета в модели различных вариантов изменения внешних факторов, различных возможностей и рисков можно выделить несколько методов.

1. Учет риска происходит простым прибавлением или вычитанием суммы поправки на риск для притоков и оттоков денежных средств (метод корректировок). Этот метод применяется в основном для постоянных, т. е. регулярно повторяющихся в рамках нескольких плановых периодов, доходов/расходов или притоков/оттоков денег. Наиболее существенным недостатком метода корректировок является то, что риск учитывается обще и односторонне. Односторонность метода проявляется в учете лишь потенциальных негативных поправок, т. е. рисков, но не предусматриваются возможности. Учет риска происходит уже в тот момент, когда о нем становится известно лицу, принимающему решение. При этом излишняя осторожность будет препятствовать принятию решения в пользу потенциально выгодной инвестиции.

2. Следующий метод анализа инвестиционных проектов – анализ отклонений системы от эталона [3, с. 107]. Применение данного метода ставит в фокус рассмотрения следующие вопросы:

насколько чувствительны параметры целевой функции (например, дисконтированная сумма денежных потоков) к изменению одного или нескольких входящих параметров (например, оптимистичность или пессимистичность оценки). Если эластичность целевой функции на изменение, например, объемов сбыта велика, необходимо делать более точный анализ и более обоснованный прогноз объемов сбыта;

в каких границах возможно варьирование исходными параметрами инвестиционных расчетов без пересечения минимально приемлемой величины целевой функции. Расчет, основанный на изложенных рассуждениях, называется также методом критических величин или методом анализа отклонений от эталона. Расчеты позволяют определить, насколько могут быть снижены прогнозные показатели объемов сбыта с целью достижения предполагаемого минимального процента на вложенный капитал. Полученная величина выручки обозначается как критическая величина. При этом критическую величину могут иметь такие исходные параметры, как ставка процента по заемным средствам, стоимость приобретения или срок использования.

Анализ отклонений системы от эталона позволяет понять взаимосвязи параметров инвестиционного проекта. Влияние неопределенности также можно оценить. Это относится в особенности к методу критических величин. Недостатком данного метода

является возможность оценки последствий изменения лишь одной величины, прочие исходные параметры остаются неизменными.

3. Наиболее точным, но одновременно и наиболее сложным считается метод анализа рисков [4, с. 290–291]. Цель данного метода – определение вероятности достижения конкретных параметров целевой величины на базе анализа распределения вероятности для исходных параметров модели. При использовании данного метода должен быть найден ответ на вопрос, с какой вероятностью можно предположить достижение определенного значения целевой функции инвестиционного проекта. Анализ рисков на практике сопряжен с проблемой ограниченного распространения, которую можно объяснить высокими издержками использования метода и сложностью методики расчета. Таким образом, данный метод применяется лишь для анализа крупных проектов.

После того, как на основании описанных методов будет определена структура распределения вероятности для целевой функции инвестиционного проекта (или инвестиционной программы), необходимо взвесить и оценить различные альтернативы. К моделям, которые позволяют в дальнейшей оценке учесть различную склонность к риску инвесторов (консервативные инвесторы, нейтральные к риску инвесторы, рискованные инвесторы), можно отнести модель оценки ожидаемой стоимости («Bayes-Modell»), модель риска-доходности («Bernoulli-Modell»), модель распределения ожидаемой стоимости (« $\mu/\delta$ -Modell»).

*V. Модели для оценки инвестиционных альтернатив с учетом нефинансовых целевых параметров.* Наряду с финансовыми целевыми параметрами на практике, в особенности для стратегических инвестиционных проектов, необходимо также при принятии решения учитывать нефинансовые показатели или те показатели, которые достаточно сложно оценить с финансовой точки зрения. Например, при рассмотрении потенциальных мест размещения производственных мощностей такими параметрами являются стабильность политической системы, качество и менталитет сотрудников, потенциал руководящего состава, надежность поставщиков, влияние на имидж организации и др.

Инвестиционный контроллинг при этом выполняет функцию разработчика методов, позволяющих оценить в ходе инвестиционных расчетов нефинансовые показатели, создать прозрачный механизм оценки влияния данных параметров на результат. К таким методам относятся анализ затрат и выгод, а также анализ субъективной стоимости.

В ходе анализа затрат и выгод необходимо установить, как повлияет проведение инвестиционного проекта на сумму прибыли предприятия, и если положительно, то на какую величину прибыль может возрасти. Основным условием расчета выступает учет всех выгод и затрат на проект в виде финансовых показателей. Такой метод применяется для оценки макроэкономических проектов.

Целью анализа субъективной стоимости, который также применяется на уровне микроэкономики, является взвешенная оценка ряда целевых критериев для различных инвестиционных проектов.

Сначала необходимо общие цели инвестиционного проекта разложить на более мелкие и измеримые подцели. Например, для цели «политическая стабильность» можно предположить следующие подцели: частота забастовок, смен правительства и пр. Данные цели в дальнейшем оцениваются сообразно важности их достижения для инвестора. Следующим шагом необходимо определить текущие величины подцелей параметров каждого слагаемого целевой функции (число забастовок в регионах потенциального размещения производства). Величины подцелей образуют оценку конечных целевых параметров (как правило, путем скоринговой оценки, к примеру, присвоение пунктов регионам в зависимости от количества проведенных забастовок).

Далее величины целевых параметров входят в конечную целевую функцию с учетом присвоенных им весов. Так определяется субъективная стоимость альтернативных инвестиционных проектов.

Таким образом, применение рассмотренных моделей планирования инвестиций на различных фазах инвестиционного процесса способно оперативно идентифицировать имеющиеся и потенциальные проблемы с целью принятия эффективных управленческих решений в области инвестиционного контроллинга.

### Библиографический список

1. Вакулич М. М. Инвестиционный контроллинг как инструмент управления инвестиционным климатом агропромышленного сектора: сущность и задачи // Основы экономики, управления и права. 2013. № 6(12).
2. Денежное хозяйство предприятий : учебник для вузов / [А. Ю. Казак, О. Б. Веретенникова, М. С. Марамыгин, К. В. Ростовцев] ; под ред. А. Ю. Казака, О. Б. Веретенниковой. Екатеринбург : АМБ, 2006.
3. Нечухина Н. С. Контроллинг как инструмент управления предприятием // Известия Уральского государственного экономического университета. 2009. № 4(26).
4. Рябцун В., Иванов В. Риски инвестиционного планирования госкорпорации «Росатом» // РИСК : ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2012. № 3.
5. Степочкина Е. А. Контроллинг как технология целенаправленного управления изменениями // Вестн. Волгоградского гос. ун-та. Сер. 3. Экономика. Экология. 2009. № 2.
6. Странцов И. А. Обзор современных методик бизнес-планирования инвестиционных проектов // Наука и современность. 2010. № 5–3.
7. Царева С. В. Место и роль инвестиционного планирования в обеспечении устойчивости предприятия // Вестн. Мурманского гос. техн. ун-та. 2006. Т. 9. № 4.
8. Шнайдер В. В. Значение экономического анализа для планирования и осуществления инвестиционной деятельности // Вестн. СамГУПС. 2009. № 5–1.
9. Franke R., Zerres M. P. Planungstechniken: Instrumente für zukunftsorientierte Unternehmensführung. 4 Auflage. Frankfurt/Main, 1994.
10. Walther Busse von Colbe, Gert LaBmann. Betriebswirtschaftstheorie. Band 3. Investitionstheorie. Dritte, durchgesehene Auflage. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1990.

**О. А. Поспелова**

магистрант

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),

**Э. Р. Закирова**

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансового менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),

**К. В. Ростовцев**

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансового менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

### Методы снижения рисков при проектном финансировании

**Аннотация.** В данной статье исследуется сущность проектного финансирования, а также риски, которые несет банк в процессе проектного кредитования. Кроме того, рассмотрены методы снижения рисков в целом и рисков при кредитовании жилищного строительства.

**Ключевые слова:** проектное финансирование; строительство; реализация проектов; кредитование; инвестирование.

В настоящее время все большее распространение получает метод финансирования инвестиционных проектов с помощью проектного кредитования. В современных условиях дефицита денежных средств для инвестиционных проектов привлечение инвестиций на основе проектного финансирования является наиболее привлекательным

способом выхода на рынок кредитных ресурсов. Для крупных компаний привлечение проектного финансирования позволяет высвободить собственные денежные средства для вложения их в новые перспективные проекты, быстро увеличивая тем самым объемы бизнеса.

Востребованность проектного кредитования объясняется тем, что с его помощью возможно преодолеть ресурсную ограниченность и дать возможность реализации хорошо структурированным и жизнеспособным проектам, когда спонсоры проекта не могут предоставить необходимый объем финансирования и взять на себя все риски, связанные с его воплощением. Таким образом, проектное финансирование служит источником дополнительной эффективности по сравнению с альтернативными вариантами обеспечения проектов финансовыми ресурсами.

Финансовая структура проектного финансирования складывается из соотношения в реализации проекта собственных и заемных средств. В проектном финансировании собственные средства являются одним из основных источников финансирования. Это обусловлено несколькими причинами: во-первых, их доля в финансировании значительна (в среднем колеблется от 20 до 30% от общих затрат на проект). Во-вторых, инвесторы, вкладывающие капитал в проект, выступают движущей силой его развития, будучи либо инициаторами проекта, либо участниками тендеров. Инвесторы отвечают за развитие технической концепции проекта, подготовку проектной документации, организацию заемной части финансирования и в целом за осуществление проекта. И наконец, без вложения определенной доли собственных средств в активы проектной компании невозможна организация заемного финансирования, так как для банков и других кредиторов проекта проектная компания является центральным пунктом анализа рисков. Это обусловлено тем, что последняя в общем будет принимать все риски, не переложенные на других участников проекта в соответствии с контрактной структурой или не покрытые страхованием. Этими другими участниками являются правительство, подрядчик по строительству, оператор во время эксплуатации, поставщик топлива и покупатель энергии.

При определении доли собственного капитала, требуемой для финансирования, во внимание принимаются многие факторы, например традиционное соотношение заемных к собственным средствам в данной отрасли, прогнозы развития рынка и риски данного рынка, наличие долгосрочных контрактов и т. д. В зависимости от проекта это соотношение может колебаться от одного к одному (50% собственных средств) до одного к четырем (20% собственных средств) при учете подчиненных кредитов в качестве собственных средств.

Суть любой схемы проектного финансирования состоит в выявлении всех ключевых рисков, связанных с проектом, и распределении этих рисков между сторонами, участвующими в проекте. Без тщательного анализа этих рисков с самого начала у сторон не будет ясного понимания того, какие обязательства они могут принять на себя в связи с проектом, и соответственно они будут не в состоянии своевременно рассмотреть меры по смягчению риска в нужное время.

В процессе финансирования принимают участие три стороны.

1. Проектная компания SPV (англ. special purpose vehicle). Эта компания учреждается специально для проекта его инициатором с целью снижения риска для материнской компании. Как правило, SPV-компания выступает в роли заемщика и приобретает определенные права собственности. Именно использование проектной компании является главной отличительной особенностью этого вида финансирования. Ответственность и риски по инвестированному капиталу не возлагаются на проверенное и солидное предприятие, а, как и финансирование, сложным образом распределяются между участниками процесса.

2. Второй участник – инвестор, вкладывающий средства в собственный капитал проектной компании. Инвестор выступает инициатором проекта, учреждает проектную компанию и предоставляет поручительство при получении кредита. Кроме того, именно инвестор является бенефициаром реализуемого проекта.

3. Кредитор. Предоставление заемных средств происходит под залог имущественных прав на строящиеся объекты недвижимости, которыми обладает проектная компания. Кроме того, доля заемных средств в бюджете проекта составляет 70–80%. Это ставит кредитора в сложные условия и требует от него не только поиска альтернативных путей защиты своих капиталов, но и особенно тщательного анализа всех тонкостей финансируемого мероприятия.

На фоне общего замедления экономики в 2013–2014 гг. рост в строительной индустрии не сократил своих темпов. В связи с этим все большее количество банков приняли решение расширить продуктовую линейку с помощью проектного кредитования для компаний, реализующих проекты в сфере жилищного строительства.

Данный интерес со стороны банков обусловлен несколькими причинами:

- ставка по таким кредитам выше, чем по кредитам на финансирование текущей деятельности, на 1–2%;
- вложения банковских средств на длительный период (до 5 лет);
- возможность кросс-продаж ипотечного кредитования для физических лиц по аккредитованным объектам.

Несмотря на очевидные экономические преимущества, банки сталкиваются со специфическими рисками при работе со строительными компаниями, которые могут спровоцировать банкротство компаний. Среди наиболее часто встречающихся рисков следует отметить риск превышения сметной стоимости проекта, риск несвоевременной сдачи объектов, риск невостребованности объекта у покупателей, производственный риск и др.

Управление рисками производится в соответствии с письмом Банка России от 16 мая 2012 г. Механизм управления банковскими рисками включает следующие процессы:

- выявление рисков, которым подвергается банк;
- оценка этих рисков (в случаях, допускающих такую возможность);
- обеспечение наличия программы планирования и мониторинга капитала;
- постоянный мониторинг рисков и соответствующих потребностей в капитале;
- принятие мер по контролю или уменьшению рисков;
- предоставление отчетности о рисках и состоянии капитала исполнительному органу банка.

В связи с этим главной задачей банка в условиях постоянно меняющейся конъюнктуры рынка во избежание проблем с кредитами становится грамотное управление кредитными рисками. Данное управление предполагает принятие следующих мер:

- переход от модели кредитования под залог к проектному кредитованию. Предпочтение отдается SPV-компаниям, а не крупным компаниям с множеством проектов;
- переход от залога имущественных прав на строящийся объект к залогоу построенного и эксплуатируемого недвижимого имущества;
- повышение требований к доле участия застройщиков в проекте собственными средствами и к источнику погашения кредита;

- ужесточение контроля за ходом реализации проектов и обоснованностью затрат.

Минимизация кредитного риска как основного риска банка при проектном кредитовании включает анализ и мониторинг финансово-хозяйственной деятельности заемщика.

Для анализа кредитоспособности заемщика имеется множество различных моделей, большинство из которых основываются на расчете коэффициентов, характеризующих ту или иную сторону финансового состояния заемщика. Такие модели определяют состояние в прошлом, но не дают достоверного прогноза на будущее.

В 2012–2014 гг. банки старались участвовать в максимально большом количестве проектов по жилищной застройке, что вызвало значительный рост ссудной задолженности. Увеличение задолженности заемщиков напрямую влияет на риск невыплат по кредитам.

В данной ситуации есть несколько методов снижения рисков:

1) формирование резервов под выданные кредиты. На практике банки открывают кредитные линии для кредитования жилищных проектов. В рамках этих линий устанавливается график увеличения задолженности, лимит текущей задолженности и лимит выборки. Все это позволяет увеличить контроль за использованием кредитных средств и, кроме того, формировать резервы под текущую задолженность на более высокий процент, чем это возможно при выдаче всей суммы кредита единственным траншем;

2) поручительство юридических лиц. Данный метод позволяет компаниям, связанным с заемщиком, расплатиться по его обязательствам в случае дефолта заемщика;

3) залог имущественных прав на строящиеся объекты. Данный вид залога более выгоден для банка в случае, когда кредитуются не застройщик, а инвестор. Он в свою очередь заключает договор на участие долевого строительства в проекте. Впоследствии, когда покупатели начинают приобретать квартиры в строящемся объекте, банк контролирует, чтобы суммы от покупки квартир шли на погашение долга;

4) радикальная мера, а потому редко используемая – повышение ставки по кредиту. Данная мера направлена на стимулирование заемщика к быстрому погашению кредита и применяется в условиях резкого повышения ключевой ставки ЦБ.

Таким образом, постоянное совершенствование механизмов управления кредитными рисками банка обуславливает принятие правильных решений по проектному кредитованию жилищного строительства. При этом в данном инвестиционном процессе необходимо участие специализированных организаций, привлечение квалифицированных строительных специалистов или экспертов, имеющих опыт в строительной области, основная задача которых – оценка вероятности реализации проекта, уровня риска незавершения строительства в срок и риска, связанного с ликвидностью построенного жилого дома.

### Библиографический список

1. *Проскурин В. К.* Анализ и финансирование инновационных проектов : учеб. пособие / под ред. И. Я. Лукасевича. М. : Вузовский учебник ; ИНФРА-М, 2012.
2. *Афанасьева О. Н.* Состояние рынка проектного финансирования и факторы, сдерживающие его развитие // Деньги и кредит. 2014. № 2.
3. *Лейберт Т. Б., Халикова Э. А.* Формирование финансовой модели бизнес-проекта с использованием инструментов проектного финансирования // Аудит и финансовый анализ. 2013. № 6.
4. *Попова Е. М., Тюляев О. Н.* Управление банковскими рисками в процессе инвестиционного кредитования жилищного строительства // Банковские услуги. 2014. № 6.
5. *Потаева Г. А.* Проектное финансирование: синергетический аспект : учеб. пособие. М. : ИНФРА-М, 2015.
6. *Пучков М. В.* Оценка рисков инвестиционных проектов // Аудит и финансовый анализ. 2013. № 3.
7. *Риск-менеджмент* инвестиционного проекта / под ред. М. В. Грачевой, А. Б. Секерина. М. : Юнити-Дана, 2009.
8. *Соловьев А. А.* Организация и обеспечение инвестиционной деятельности в форме проектного финансирования : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Саратов, 2012.



9. Тихомирова Е. В. Клиентоориентированный подход банков как условие инновационного роста // Деньги и кредит. 2014. № 1.  
 10. Трифоненкова Т. Ю. Финансирование инноваций : учеб. пособие. М. : ИНФРА-М, 2013.

**Е. А. Сморогина**

кандидат экономических наук, доцент кафедры государственных и муниципальных финансов  
 ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## **Оценка налоговых последствий создания малого бизнеса в России на современном этапе**

**Аннотация.** Практика показывает, что при организации малого бизнеса в России особую актуальность приобретает оценка налоговых последствий его создания. В настоящее время в России существуют различные режимы налогообложения субъектов малого предпринимательства, которые имеют свои достоинства и недостатки. В статье на основе обобщения взглядов ученых на методики расчета показателя налоговой нагрузки выделены достоинства и недостатки каждой методики и приведен конкретный пример по оценке налоговых последствий создания малого бизнеса на территории Свердловской области.

**Ключевые слова:** налогообложение малого бизнеса; налоговые последствия; налоговая нагрузка.

В настоящее время малый бизнес является немаловажным элементом роста национальной экономики любого государства. Создание благоприятного налогового климата для субъектов малого и среднего предпринимательства остается одним из основных приоритетов реализуемой Правительством РФ налоговой политики.

В условиях финансового кризиса Правительство РФ утвердило план первоочередных мер по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 г. (далее – Антикризисный план)<sup>1</sup>.

Одним из ключевых направлений деятельности в рамках реализации плана в течение ближайших месяцев выступает содействие развитию малого и среднего предпринимательства за счет снижения финансовых и административных издержек.

Большинство из предложенных мер касается совершенствования действующих для малого и среднего бизнеса налоговых режимов.

В последние годы внесено множество изменений в налоговое законодательство с целью его совершенствования и повышения эффективности действующей системы налогообложения малого и среднего бизнеса. Многие поправки направлены на снижение налоговой нагрузки субъектов малого предпринимательства в РФ.

В России в соответствии Федеральным законом от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» установлены критерии и условия отнесения предприятий к субъектам малого и среднего предпринимательства. Данные критерии и условия нами были подробно рассмотрены [9].

При создании малого бизнеса в России всегда необходимо оценивать налоговые последствия, налоговые риски и ответственность перед налоговыми органами, которые при этом могут возникнуть. К сожалению, российская практика показывает, что финансовая грамотность населения в России находится на достаточно низком уровне. В связи с этим уровень налоговой культуры налогоплательщиков оставляет желать лучшего.

Прежде всего, создавая малый бизнес, необходимо определиться с организационно-правовой формой его деятельности. Как правило, есть два варианта: общество

<sup>1</sup> Распоряжение Правительства РФ от 27 января 2015 г. № 98.

с ограниченной ответственностью или индивидуальное предпринимательство. При этом налоговые последствия для каждой из выбранных форм деятельности могут существенно отличаться.

Налоговый кодекс РФ для субъектов малого предпринимательства предусматривает различные налоговые режимы, которые имеют достоинства и недостатки. В соответствии с НК для малого бизнеса существуют действующие налоговые режимы:

1) общая система налогообложения (ОСНО);  
 2) специальные налоговые режимы, наиболее распространенными из которых являются:

упрощенная система налогообложения (УСН);  
 система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД);  
 патентная система налогообложения (ПСН).

Следует отметить, что общая система налогообложения предъявляет много требований к порядку ведения бухгалтерского и налогового учета, который является достаточно трудоемким и требует высокой квалификации главного бухгалтера во избежание допущения ошибок и финансовых санкций со стороны налоговых органов за нарушение налогового законодательства. В свою очередь услуги бухгалтера должны достойно оплачиваться, что увеличивает затраты малого бизнеса.

В отличие от общей системы налогообложения введение специальных налоговых режимов для субъектов малого предпринимательства в РФ было направлено на сокращение и упрощение порядка ведения бухгалтерского и налогового учета, снижение налоговой нагрузки.

Специальный налоговый режим – особый порядок исчисления и уплаты налогов и сборов в течение определенного периода, применяемый в случаях и в порядке, установленном налоговым законодательством.

Специальные налоговые режимы существуют наряду с общей системой налогообложения, и субъекты малого предпринимательства имеют право добровольно перейти на эти режимы, если они соответствуют определенным критериям и осуществляют деятельность в конкретных сферах. Сущность специальных налоговых режимов, достоинства и недостатки каждого из них были подробно нами рассмотрены [9].

Кроме того, необходимо знать, что если малый бизнес в России создается в форме общества с ограниченной ответственностью (ООО) и предполагается использование труда наемных работников, то налоговые последствия будут ниже, чем если мы зарегистрируем деятельность в качестве индивидуального предпринимателя (ИП). ИП помимо страховых взносов, которые он будет платить также, как и ООО, за наемных работников, дополнительно уплачивает страховые взносы за себя лично.

Оценить налоговые последствия создания малого бизнеса в России можно при помощи расчета показателей налоговой нагрузки и величины чистой прибыли, остающейся в распоряжении ООО, или чистого дохода ИП.

Налоговая нагрузка на хозяйствующие субъекты является следствием налоговой политики государства, качественной характеристикой системы налогов. В России в настоящее время нет общепринятой методологии исчисления налоговой нагрузки. Описываются в основном шесть методик определения налоговой нагрузки (пять из них являются авторскими), которые различаются двумя существенными моментами: составом налоговых платежей, включаемых в расчет, и определением базового показателя, с которым соотносится сумма налогов [8].

Рассмотрим более подробно методики расчета налоговой нагрузки на хозяйствующие субъекты в табл. 1.

## Анализ методик расчета налоговой нагрузки на хозяйствующие субъекты

Методика	Сущность методики	Расчет показателя налоговой нагрузки	Недостаток методики
1. Официальная методика (Департамента налоговой политики Министерства финансов РФ) [4]	Налоговое бремя предлагается оценивать отношением всех уплачиваемых хозяйствующим субъектом налогов к выручке от реализации продукции, включая выручку от прочей реализации и внереализационные доходы	$\frac{НП}{Вр} \times 100\%$	В расчет налоговой нагрузки включается налог на доходы физических лиц, однако хозяйствующие субъекты выступают в качестве налогового агента в отношении своих сотрудников. Методика не позволяет также определить влияние изменения структуры затрат на производство продукции (работ или услуг). Полученные значения можно сравнивать только у аналогичных организаций, имеющих сопоставимую структуру выручки
2. Методика М. И. Литвина [7]	Показатель налоговой нагрузки связывается с числом налогов и других обязательных платежей, а также со структурой налогов экономического субъекта и механизмом взимания налогов	$НН = \frac{НП}{ДС},$ где ДС – добавленная стоимость, которая может определяться: 1) как разность между валовым доходом предприятия – брутто и материальными затратами на производство и реализацию продукции; 2) как сумма доходов на оплату труда (с начислениями), амортизационных отчислений, чистой прибыли и налогов	В расчет налоговой нагрузки включается налог на доходы физических лиц, однако хозяйствующие субъекты выступают в качестве налогового агента в отношении своих сотрудников
3. Методика Е. А. Кировой [5]	Предлагается различать два показателя, характеризующих налоговую нагрузку экономического субъекта: абсолютный и относительный	Абсолютная налоговая нагрузка – это налоги и страховые взносы, подлежащие перечислению в бюджет и внебюджетные фонды, т. е. абсолютная величина налоговых обязательств хозяйствующих субъектов	Не учитывает такие показатели, как фондоемкость, рентабельность, оборачиваемость оборотных активов, что не позволяет прогнозировать изменение деловой активности субъекта в зависимости от изменения количества
	Только вместе эти два показателя позволят, с ее точки зрения, в полной мере охарактеризовать налоговую нагрузку конкретного налогоплательщика и сравнить ее с аналогичным показателем любого другого хозяйствующего субъекта	Относительная налоговая нагрузка: $Дн = НП + \frac{СО}{ВСС},$ где СО – взносы во внебюджетные фонды; ВСС – вновь созданная стоимость	Налоги, налоговые ставки и льготы. Показатель абсолютной налоговой нагрузки не отражает напряженности налоговых обязательств и не может реально оценить степень влияния налогов на финансовую устойчивость организации

Методика	Сущность методики	Расчет показателя налоговой нагрузки	Недостаток методики
4. Методика М. Н. Крейниной [6]	Строится на сопоставлении суммы налога и источника его уплаты. В данном случае специалисты должны исходить из идеальной ситуации, когда экономический субъект вообще не платит налогов, и сравнивать эту ситуацию с реальной	1 вариант: $НН = \frac{В - З - Пч}{В - З} \times 100\%$ где З – полные затраты; Пч – чистая прибыль. 2 вариант: $НН = \frac{В - З - Пч}{Пч} \times 100\%$	Недооценивает степень влияния на финансовое состояние экономического субъекта таких косвенных налогов, как налог на добавленную стоимость и акцизы. Эти налоги, пусть и в меньшей степени, но влияют на величину прибыли предприятия, потребительского спроса и, как следствие, на уровень цен
5. Методика А. Кадушина, Н. Михайловой (специалисты ОАО «Format – Project Finance»)	Налоговая нагрузка оценивается как доля отдаваемой в бюджет добавленной стоимости, созданной конкретным экономическим субъектом	$НН = НДС + СВ + НДСФЛ + Нпр = 0,153 ДС + 0,206 ДС \times Кот + 0,103 ДС \times Кот + 0,20 ДС \times (1 - 0,153 ДС - Кот - Ка)$	В расчете учитывается НДСФЛ и не учитывается влияние таких налогов, как налог на имущество организаций, транспортный налог, земельный налог и др. Кроме этих налогов не включаются страховые взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний
6. Методика Т. К. Островенко	Налоговая нагрузка характеризуется в виде частных и обобщающих показателей	$НН = \frac{НП}{Вр}$ , или среднегодовая сумма валюты баланса, или среднегодовая сумма собственного капитала, или прибыль до налогообложения	Учитывает только показатели, используемые в бухгалтерском учете. В России бухгалтерский учет отличается от налогового учета

*Примечание.* Составлена автором на основе [8].

Представленные в табл. 1 методики показывают, что в практике расчетов показателя налоговой нагрузки используются различные подходы. Наряду с представленными недостатками данных методик, каждая из них, безусловно, обладает и достоинствами, поскольку при расчете налоговой нагрузки каждый автор методики приводит достаточные аргументы при выборе всех показателей, которые участвуют в расчетах. В свою очередь при расчете показателя налоговой нагрузки должна учитываться специфика деятельности хозяйствующего субъекта.

В свое время автором статьи также предлагалась и обосновывалась методика расчета показателя налоговой нагрузки на уровне предприятия [10].

Совокупную налоговую нагрузку (СНН) на предприятии предлагалось определять по следующей формуле [10]:

$$\text{СНН} = \frac{\text{НП} + \text{СВ}}{\text{МЗ} + \text{А} + \text{ФОТ} + \text{Пб} + \text{Н} + \text{СВ}} = \frac{\text{НП} + \text{СВ}}{\text{ВВП}},$$

где ВВП – валовый внутренний продукт; А – амортизация; МЗ – материальные затраты; ФОТ – фонд оплаты труда; Пб – балансовая прибыль (до налогообложения); НП – сумма всех налоговых платежей; СВ – страховые взносы во внебюджетные фонды; Н – налоги, уплачиваемые предприятием до уплаты налога на прибыль; СНН – совокупная величина налоговой нагрузки.

Таким образом, достоинство предложенной методики заключалось в том, что она позволяла абсолютно одинаково определять совокупную налоговую нагрузку как на макро-, так и на микроуровне. Однако для ее широкого применения на практике необходимо было учитывать интересы предприятий-производителей различных отраслей экономики, т. е. дать обоснование долей амортизации, заработной платы и материальных затрат в ВВП. Исходя из этого, автором был проведен сравнительный анализ влияния типа производства на степень налогообложения промышленных предприятий различных отраслей экономики (табл. 2).

Таблица 2

**Сравнительная характеристика влияния типа производства на степень налогообложения промышленных предприятий [10]**

Тип производства	Рентабельность (Пб/ВВП)	Материалоемкость (МЗ/ВВП)	Зарплатоемкость (ФОТ/ВВП)	Фондоёмкость (А/ВВП)	Доля налогов в ВВП
<b>Материалоемкие</b>					
Предприятие 3	40	52	2,3	0,9	9,7
Предприятие 4	39	49	7,4	1,1	14,8
Предприятие 5	30	34	18,6	8,2	24,0
Тип производства	Рентабельность (Пб/ВВП)	Материалоемкость (МЗ/ВВП)	Зарплатоемкость (ФОТ/ВВП)	Фондоёмкость (А/ВВП)	Доля налогов в ВВП
<b>Зарплатоемкие</b>					
Предприятие 1	34	2	36	6,9	36,2
Предприятие 2	22	25	27	6,7	29,4

Данные табл. 2 позволили сделать следующие выводы.

1. На анализируемых предприятиях доля налогов в объеме ВВП практически не зависит от рентабельности производства. Отсюда можно сделать вывод, что доля убыточных предприятий и сумма прибыли, получаемая предприятиями, несущественно влияют на суммарную налогооблагаемую базу. Следовательно, государство посредством существующей налоговой системы не заинтересовывало хозяйствующих субъектов ни в снижении доли убыточных производств, ни в повышении их прибыльности – основного фактора, обеспечивающего условия их саморазвития.

2. Результаты свидетельствуют о том, что на материалоемких предприятиях величина совокупной величины налоговой нагрузки ниже и колеблется от 10 до 25%. Наоборот, на зарплатоемких предприятиях ее значение гораздо выше – от 16 до 36%. Следовательно, нарушался принцип «равномерности» налогового бремени и «внутренней» налоговой справедливости.

Основным недостатком предложенной автором статьи методики расчета совокупной налоговой нагрузки является возможность ее применения только на предприятиях-производителях, поэтому методика не охватывала широкий спектр хозяйствующих субъектов, которые не относились к промышленным предприятиям, а осуществляли торговлю, оказывали услуги общественного питания и т. д.

Таким образом, основными проблемами, возникающими перед создателями новой методики по расчету налоговой нагрузки хозяйствующего субъекта, выступают:

уточнение состава налогов, включаемых в расчет совокупной налоговой нагрузки;

выбор единой базы исчисления налоговой нагрузки для всех хозяйствующих субъектов;

определение предельной величины налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов.

Вернемся к оценке налоговых последствий, с которыми могут столкнуться субъекты малого предпринимательства при создании бизнеса.

Российская практика показывает, что наиболее распространенной сферой деятельности, которая рассматривается физическими лицами для создания малого бизнеса, является торговая деятельность.

Рассмотрим конкретный пример по созданию малого бизнеса в сфере торговли на территории Свердловской области и оценим налоговые последствия при выборе различных налоговых режимов и организационно-правовой формы деятельности. Оценка налоговых последствий по созданию малого бизнеса представлена в табл. 3.

Расчеты табл. 3 проведены с учетом специфики начисления налоговой базы при применении различных налоговых режимов и расчета страховых взносов, уплачиваемых ООО и ИП за наемных работников, и страховых взносов, которые платит ИП за себя лично.

Полученные в табл. 3 значения свидетельствуют о том, что налоговая нагрузка у ИП при выборе различных налоговых режимов всегда выше, чем аналогичный показатель у ООО. Более высокое значение показателя налоговой нагрузки у ИП связано с тем, что он уплачивает страховые взносы не только за наемных работников, но и за себя. С одной стороны, при создании малого бизнеса в Свердловской области в торговой сфере деятельности наиболее выгодны регистрация в форме ООО и выбор УСН с объектом налогообложения «доходы за минусом расходов». Поскольку налоговая нагрузка является минимальной и составляет 4,4%, а чистая прибыль, остающаяся в распоряжении ООО, имеет максимальное значение 527 417,6 р. С другой стороны, в рассматриваемом примере не учтены ряд значимых моментов, которые связаны с выбором данного режима, а именно, начиная с 2013 г., предприятия по УСН обязаны вести бухгалтерский учет. В свою очередь это требует наличия в штате предприятия главного бухгалтера, что приведет к увеличению расходов ООО на выплату ему заработной платы, начислению страховых взносов. Кроме того, на предприятии будет наиболее пристальным контроль со стороны налоговых органов при проведении камеральных и выездных налоговых проверок.

Таблица 3

**Оценка налоговых последствий создания малого бизнеса в сфере торговли при выборе различных налоговых режимов на территории Свердловской области и годовые показатели, используемые для расчета налоговой нагрузки в 2015 г. [1; 3]**

Показатель	ОСНО		УСН				ЕНВД		ПСН
	ООО	ИП	Доходы (ставка 6%)		Доходы за вычетом расходов (ставка 7%)		ООО (ставка 15%)	ИП (ставка 15%)	ИП (ставка 6%)
			ООО	ИП	ООО	ИП			
1. Вид деятельности	Торговля товарами через магазин с площадью торгового зала 45 м <sup>2</sup>								
2. Количество наемных работников, чел.	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3. Планируемая выручка от реализации с учетом НДС, р.	3 540 000	3 540 000	3 540 000	3 540 000	3 540 000	3 540 000	3 540 000	3 540 000	3 540 000
4. Планируемая выручка от реализации без учета НДС, р.	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000
5. Планируемые расходы, учитываемые для целей налогообложения ОСНО и по специальным налоговым режимам при расчете финансового результата, всего, р.:	2 588 720	2 637 981,38	2 966 720	3 021 381,38	2 966 720	3 021 381,38	2 966 720	3 003 457,94	3 012 204,59
в том числе:									
покупная стоимость товаров	2 100 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000
НДС, уплаченный поставщикам продукции	378 000	378 000	378 000	378 000	378 000	378 000	378 000	378 000	378 000
фонд оплаты труда 3 наемных работников	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000
страховые взносы, уплачиваемые за наемных работников (30%)	108 000	108 000	108 000	108 000	108 000	108 000	108 000	108 000	108 000
взнос в ФСС от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний (0,2%)	720	720	720	720	720	720	720	720	720
страховой взнос, который уплачивает ИП за себя лично (до 300 000 р. – фиксированный платеж, свыше 300 000 р. в ПФ 1%)	–	49 261,38	–	54 661,38	–	54 661,38	–	36 737,94	45 484,59
аренда торгового помещения, включая оплату коммунальных услуг	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
6. Вмененный доход за год, р.	–	–	–	–	–	–	1 747 656		–
7. Возможный годовой доход, р.	–	–	–	–	–	–	–	–	2 622 321
8. Уплачиваемые налоги, всего:	244 256	209 062	106 200	106 200	45 862,4	36 303,3	153 428,4	131 167,02	157 339,26
в том числе:									
НДС в бюджет	162 000	162 000	–	–	–	–	–	–	–

Показатель	ОСНО		УСН				ЕНВД		ПСН
	ООО	ИП	Доходы (ставка 6%)		Доходы за вычетом расходов (ставка 7%)		ООО (ставка 15%)	ИП (ставка 15%)	ИП (ставка 6%)
			ООО	ИП	ООО	ИП			
налог на прибыль организаций	82 256	–	–	–	–	–	–	–	–
налог на доходы физических лиц от предпринимательской деятельности	–	47 062	–	–	–	–	–	–	–
единый налог (различные налоговые базы)	–	–	106 200	106200	45 862,4	36 303,3	153 428,4	131 167,02	157 339,26
9. Сумма всех налогов и страховых взносов	352 976	367 043,34	214 920	269 581,38	154 582,4	199 685,1	262 148,4	276 624,94	311 543,85
10. Чистая прибыль в распоряжении ООО, р.	329 024	–	467 080	–	527 417,6	–	419 851,6	–	–
11. Чистый доход ИП, р.	–	314 956,62	–	412 418,62	–	482 315,32	–	405 375,04	370 456,15
10. Налоговая нагрузка, % $НН = \sum \text{ всех налогов и страховых взносов} / \text{планируемая выручка от реализации с НДС}^*$	9,97	10,37	6,1	7,6	4,4	5,6	7,4	7,8	8,8

*Примечание.\** В данном примере для расчета сопоставимости показателей при расчете налоговой нагрузки в числителе в сумме всех налогов учитываем НДС, подлежащий уплате в бюджет, и не учитываем НДС, который уплачивается с заработной платы наемных работников. В знаменателе берем планируемую выручку от реализации с НДС, поскольку при переходе на специальные налоговые режимы цены на товары не снижаются, несмотря на то, что по этим режимам НДС не уплачивается.



Таким образом, для малого бизнеса в России важную роль играет оценка налоговых последствий его создания. Необходимо проанализировать, насколько обременителен выбранный налоговый режим для хозяйствующего субъекта, рассчитав показатель налоговой нагрузки, и оценить влияние уровня налогообложения на финансовые показатели деятельности хозяйствующего субъекта. Следует также обратить внимание на требования, которые предъявляются к порядку ведения бухгалтерского и налогового учета, на финансовые санкции со стороны налоговых органов, которые могут возникнуть при нарушении налогового законодательства. Это позволит минимизировать налоговые риски хозяйствующего субъекта при создании малого бизнеса.

### Библиографический список

1. *Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2 от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 6 апреля 2015 г.) (с изм. и доп. от 1 мая 2015 г.)* // СПС «КонсультантПлюс». URL : <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?reg=doc;base=LAW;n=173961>.
2. *О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации* : федер. закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 28 декабря 2013 г.) (с изм. и доп. от 1 июля 2014 г.). URL : <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?reg=doc;base=LAW;n=157188>.
3. *О страховых взносах в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования РФ* : федер. закон от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ (в ред. от 23 мая 2015 г.). URL : <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?reg=doc;base=LAW;n=180054>.
4. *Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок* : приказ Федеральной налоговой службы от 30 мая 2007 г. № ММ-3-06/333 (в ред. от 10 мая 2012 г. № ММВ-7-2/297). URL : <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?reg=doc;base=LAW;n=129610>.
5. *Кирова Е. А. Методология определения налоговой нагрузки на хозяйствующие субъекты* // Финансы. 1998. № 8.
6. *Крейнина М. Н. Влияние налоговой системы на финансовое состояние предприятий* // Менеджмент в России и за рубежом. 1997. № 4.
7. *Литвин М. И. Налоговая нагрузка и экономические интересы предприятий* // Финансы. 1998. № 5.
8. *Маматова Л. А., Тюрина Т. Э. О методике оценки налоговой нагрузки на хозяйствующие субъекты* // Вестн. Ярославского гос. ун-та им. П. Г. Демидова. Сер. Гуманитарные науки. 2012. № 1.
9. *Налогообложение малого бизнеса в России: проблемы и пути их решения* // Современная российская экономика : анализ, прогнозы, комментарии : [монография] / [авт. кол.]; под общ. ред. Э. В. Пешиной. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2014.
10. *Смородина Е. А. Налогообложение юридических лиц (на примере промышленных предприятий Свердловской области)* : дис. ... канд. экон. наук. Екатеринбург, 1999.

#### А. А. Стрекалова

*старший преподаватель кафедры государственных и муниципальных финансов  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

### Зарубежные методические подходы к анализу фискальных дисбалансов

**Аннотация.** В зарубежной практике выявление и измерение фискальных дисбалансов – важная составная часть фискальной политики. Природа и факторы проявления фискальных дисбалансов выявляются с целью определения эффективных методов выравнивания. В российской практике изначально выработаны методы выравнивания дисбалансов, но их эффективность снижается ввиду отсутствия учета структурных причин их появления. В статье рассмотрены особенности различных зарубежных методик измерения вертикального фискального дисбаланса, в основу которых заложен учет различных факторов их формирования. Проанализированы возможности их применения в российской практике анализа фискальных дисбалансов.

**Ключевые слова:** фискальный федерализм; вертикальный фискальный дисбаланс; фискальная децентрализация; доходы; расходы; межбюджетные трансферты.

Впервые понятие фискального федерализма (fiscal federalism) было введено американским экономистом немецкого происхождения Ричардом Абелем Масгрейвом

(1910–2007 гг.) в работе «Теория публичных финансов» (1959 г.) [10]. Согласно Р. А. Масгрейву, фискальный федерализм – это система, которая позволяет различным группам, проживающим в различных штатах/государствах, выражать различные предпочтения к публичным услугам. Это неизбежно приводит к различиям в уровнях налогообложения и предоставления публичных услуг [10, с. 179].

Целевая направленность фискального федерализма, выделяемая зарубежными учеными, – эффективное предоставление публичных услуг по уровням децентрализации и ограничение вмешательства разных уровней управления в рыночную экономику. Причем в данном случае под эффективностью понимается «тройное измерение: распределение, собственный капитал, стабилизация/регулирование» [11, с. 2].

Объектами исследования зарубежных ученых в фискальном федерализме являются: горизонтальные и вертикальные финансовые дисбалансы, вертикальные финансовые разрывы [1, с. 43].

Всемирный банк проводит исследование индикаторов децентрализации в различных странах (как федеративных, так и унитарных государствах). Исследование децентрализации включает индикаторы фискальной и политической децентрализации. Для расчета фискальной децентрализации используются данные, предоставляемые Международным валютным фондом, которые включают четыре блока: субнациональные доходы, субнациональные расходы, субнациональные функциональные расходы и вертикальный дисбаланс.

Всемирный банк дает следующую трактовку понятия «вертикальный дисбаланс»: «Вертикальный дисбаланс, или степень, в которой местные правительства опираются на доходы центрального правительства для поддержки своих расходов, может быть измерен с помощью межбюджетных трансфертов в виде доли субнациональных расходов» [7].

По новой методике Всемирного банка вертикальный дисбаланс рассчитывается в трех показателях [5, с. 2]:

- 1) доля собственных источников доходов субнационального правительства в субнациональных расходах;
- 2) доля налоговых доходов субнационального правительства в общей сумме субнациональных правительственных расходов;
- 3) доля вертикальных грантов (трансфертов) в субнациональных государственных доходах.

На базе Института Всемирного банка Хорхе Мартинес-Васкес, профессор экономики, директор Департамента экономики в Международном центре общественной политики при Университете штата Джорджия Эндрю Янга, директор Программы международных исследований Школы политических исследований при Университете штата Джорджия (США) и Джеймсон Боекс, профессор экономики и старший научный сотрудник Института урбанистики (Вашингтон, США) провели исследование «Виды выравнивающих грантов: теория и приложения» [12].

В рамках исследования выведено понятие «вертикальный фискальный баланс», который определяется равенством объема доходов и расходных потребностей (табл. 1).

Таким образом, делается вывод о том, что наиболее распространенной причиной вертикального дисбаланса является недостаток собственных источников доходов на субнациональном уровне.

В исследовании концепции вертикального фискального дисбаланса Ч. К. Шарма представлено девять авторских методик измерения вертикального фискального дисбаланса (табл. 2). Методики разрабатывались для бюджетных систем конкретных государств, поэтому не всегда есть возможность проверить их действие на примере бюд-

жетов Российской Федерации, в частности, из-за ограниченности статистической информации или отсутствия некоторых показателей.

Т а б л и ц а 1

**Вертикальный фискальный баланс [12, с. 9]**

Объем доходов = Расходные потребности	
Источники региональных доходов:	Расходные обязательства:
1) собственные налоги и другие источники доходов;	4) собственные расходы (обязательства);
2) общие налоговые доходы;	5) расходы по делегированным полномочиям
3) межбюджетные трансферты: выравнивающие гранты; другие текущие гранты; капитальные трансферты	

Существующая в РФ практика измерения фискальных дисбалансов носит декларативный характер. Фискальные дисбалансы воспринимаются как естественное явление, поэтому основной целью становится выравнивание, а не поиск причин дисбалансов. Недостатками подобного подхода выступают: неприятие передовых мировых практик, прошедших апробацию, и отсутствие представления о скрытых причинах появления дисбалансов в фискальной системе РФ.

Применение формул расчета вертикального фискального дисбаланса к имеющимся данным по бюджетам Российской Федерации позволило на основании подходов Дж. С. Х. Хантера (1977 г.), С. Муддипи (1991 г.), Д. Дж. Коллинза (2002 г.), Р. Д. Эбея и С. Йильмаза (2002 г.), М. Г. Рао и Н. Сингха (2002 г.), Р. Остеркампа и М. Эллера (2003 г.), С. Хемани (2006 г.) получить следующие результаты (табл. 3).

Существующие в зарубежной практике методики расчета вертикального фискального дисбаланса отличаются высокой степенью разнообразия.

В частности, изучение отдельных показателей, полученных при их применении на данных временного ряда за 1992–2013 гг. (табл. 3), позволило сформулировать следующие выводы.

Довольно схожие методики Дж. С. Х. Хантера (1977 г.) и С. Муддипи (1991 г.) характеризуют коэффициентное отклонение уровня сбалансированности от идеального состояния, при котором оба они будут равны единице.

При этом концептуальная разница заключается в том, что во втором подходе нежелателен также «эффект перелива», когда доходные полномочия начинают превышать расходные обязательства. Это выражается в превышении коэффициентом  $V$  значения 1,00, что, по нашему мнению, является одним из преимуществ подхода С. Муддипи.

Методика Дж. Д. Коллинза и С. Йильмаза (2002 г.) является довольно интересной с позиции принятия управленческих решений органами исполнительной власти, поскольку она не только продолжает идеи, заложенные ранее указанными авторами, в направлении оценки фискального дисбаланса между национальным правительством и субнациональными правительствами, а расширяет оценку по уровням: консолидированного бюджета страны, национального бюджета, консолидированных субнациональных бюджетов, консолидированных местных бюджетов.

Подход М. Г. Рао и Н. Сингха (2002 г.) аналогичен подходу Всемирного банка и носит универсальный характер для большинства стран мира. Он не учитывает особенностей их фискальных систем, что отражают показатели табл. 3, а именно не уровень дисбалансов, а структуру распределения фискальных полномочий и обязательств между уровнями государственной власти. Как отмечалось ранее, в РФ данный аспект строго регламентирован, что и обуславливает стабильность значений данного показателя независимо от типа расчетов, предложенных М. Г. Рао и Н. Сингхом.

**Формулы измерения вертикального фискального дисбаланса в зарубежной литературе [17, с. 5]**

Автор	Измерение ВФД
Дж. С. Х. Хантер (1977) [8]	$КВД_1 = 1 - \frac{\text{Распределение доходов} + \frac{\text{Несвязанные и прочие трансферты}}{\text{Расходы СНП, всего}}}{\text{Расходы СНП, всего}};$ $КВД_2 = 1 - \frac{\text{Несвязанные (откорректированные) и прочие трансферты}}{\text{Расходы СНП, всего}};$ $КВД_3 = 1 - \frac{\text{Прочие трансферты}}{\text{Расходы СНП, всего}};$ <p>где КВД – коэффициент вертикального дисбаланса (англ. CVI – Coefficient of Vertical Imbalance); СНП – субнациональные правительства (англ. SNG – Subnational Government)</p>
С. Муддипи (1991) [13]	$V = \frac{\frac{\text{Собственные налоговые поступления}_{\text{СНП}} + \text{Неналоговые поступления}_{\text{СНП}}}{\text{Комбинированные поступления}}}{\frac{\text{Текущие расходы}_{\text{СНП}}}{\text{Комбинированные текущие расходы}_{\text{СНП}}}};$ <p>где V – коэффициент вертикального баланса. Значение V = 1 означает идеальный баланс; СНП – субнациональные правительства (англ. SNG – Subnational Government)</p>
Е. Ахмад, Дж. Крейг (1997) [2]	$1 - \frac{\text{Субнациональные ресурсы не под субнациональным контролем}}{\text{Субнациональные расходы, всего}}$
Д. Дж. Коллинз (2002) [4]	$\frac{\text{Собственные доходы}}{\text{Собственные расходы (для каждого уровня управления)}}$
М. Г. Рао, Н. Сингх (2002) [15]	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процент собственных текущих доходов государств в общих текущих поступлениях.</li> <li>2. Процент собственных текущих расходов государств в общих текущих расходах.</li> <li>3. Процент собственных текущих доходов государств к собственным текущим расходам государств.</li> <li>4. Процент собственных расходов государств × Общие расходы × Текущие расходы + Капитал</li> </ol>

Автор	Измерение ВФД
Дж. Родден, Е. Виббелс (2002) [16]	$\text{Трансферты} + \frac{\text{Распределение доходов}}{\text{Расходы СНП, всего}},$ <p>где СНП – субнациональные правительства (англ. SNG – Subnational Government)</p>
Р. Остеркамп, М. Эллер (2003) [14]	$\frac{\text{Международные трансферты}}{\text{Расходы СНП}},$ <p>где СНП – субнациональные правительства (англ. SNG – Subnational Government)</p>
Р. М. Берд, А. В. Тарасов (2004) [3]	$\text{КВД}_1 = \frac{(\text{ЧМБТ})_{\text{СНП}}}{(\text{Расходы} + \text{Кредитование})_{\text{СНП}}^{\text{МБТ}}};$ $\text{КВД}_2 = \frac{(\text{ЧМБТ})_{\text{СНП}} + (\text{ЧМПЗ})_{\text{СНП}}}{(\text{Расходы} + \text{Кредитование})_{\text{СНП}}^{\text{МБТ}}};$ $\text{КВД}_3 = \left( \frac{(\text{Поступления трансфертов})_{\text{СНП}} - (\text{ЧМБТ})_{\text{СНП}} - (\text{ЧМПЗ})_{\text{СНП}}}{(\text{Расходы} + \text{Кредитование})_{\text{СНП}}^{\text{МБТ}}} \right),$ <p>где КВД – коэффициент вертикального дисбаланса (англ. CVI – Coefficient of Vertical Imbalance); СНП – субнациональные правительства (англ. SNG – Subnational Government); МБТ – за вычетом межбюджетных трансфертов (англ. NT – Net of Intergovernmental Transfers, IGNB: Intergovernmental Net Borrowing); ЧМПЗ – чистые межправительственные заимствования (англ. IGNB – Intergovernmental Net Borrowing); ЧМБТ – чистые межбюджетные трансферты (англ. Net Intergovernmental Grants)</p>
С. Хемани (2006) [9]	$\frac{\text{Межбюджетные трансферы, всего}}{\text{Расходы СНП, всего}}$ <p>где СНП – субнациональные правительства (англ. SNG – Subnational Government)</p>

**Расчет вертикального фискального дисбаланса бюджетов Российской Федерации по зарубежным методикам в 1992–2013 гг.**

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	Дж. С. Х. Хантер (1977) [8]																					
КВД <sub>2</sub>	1,00	1,00	1,00	0,46	0,69	0,74	0,79	0,86	0,90	0,83	0,81	0,60	0,62	0,83	0,84	0,82	0,82	0,76	0,79	0,92	0,93	0,92
	С. Муддипи (1991) [13]																					
<i>Y</i>	1,26	1,22	1,33	1,08	1,09	1,08	1,18	1,05	0,97	0,90	0,94	0,94	0,88	0,81	0,82	0,86	0,89	1,14	1,11	0,97	0,98	0,97
	Д. Дж. Коллинз (2002) [4], Р. Д. Эбель и С. Йильмаз (2002) [6]																					
Конс. бюджет РФ	0,89	0,87	0,77	0,91	0,87	0,86	0,83	0,97	1,07	1,10	1,03	1,04	1,15	1,26	1,27	1,17	1,12	0,83	0,89	1,02	0,99	0,96
Федеральный бюджет РФ	0,75	0,72	0,57	0,84	0,79	0,79	0,69	0,92	1,10	1,21	1,07	1,10	1,27	1,46	1,47	1,30	1,23	0,76	0,82	1,04	1,00	0,98
Конс. бюджеты субъектов РФ	1,13	1,07	1,03	0,98	0,94	0,93	0,98	1,01	1,03	0,99	0,97	0,97	1,01	1,02	1,04	1,01	0,99	0,95	0,98	1,00	0,97	0,93
Конс. местные бюджеты РФ	–	–	–	–	0,98	0,95	0,99	1,00	0,99	0,97	0,98	0,97	1,00	0,97	1,01	1,01	1,00	0,98	1,00	1,00	0,99	0,97
	М. Г. Рао, Н. Сингх (2002) [15]																					
1, %	47	54	59	51	53	56	56	52	48	45	43	43	41	37	38	38	40	45	44	40	39	39
2, %	38	44	44	47	49	52	47	50	50	50	45	46	47	46	46	44	45	39	40	41	39	40
3, %	42	47	45	46	46	48	46	50	52	50	44	44	47	46	48	45	45	37	39	41	38	37
	Р. Остеркамп, М. Эллер (2003) [14]																					
ВФД	–	–	–	0,54	0,31	0,26	0,21	0,14	0,10	0,17	0,19	0,40	0,38	0,17	0,16	0,18	0,18	0,24	0,21	0,08	0,07	0,08
	С. Хемани (2006) [9]																					
ВФД	–	–	–	0,55	0,33	0,28	0,21	0,14	0,09	0,17	0,19	0,41	0,38	0,16	0,15	0,18	0,18	0,25	0,21	0,09	0,07	0,08

Наиболее поздние апробированные методики, предложенные Р. Остеркампом, М. Эллером (2003 г.), а также С. Хемани (2006 г.), довольно сходны и, по сути, различаются только в схеме расчетов, что и обуславливает расхождение между полученными показателями лишь на уровне погрешности. Используя наработки, полученные предшественниками, они предлагают судить об уровне вертикального фискального дисбаланса в совокупности, т. е. с учетом комплексного показателя, учитывающего все уровни фискальной системы страны. Так, отклонение коэффициентов от нулевой отметки характеризует наличие дисбаланса, а его значения в долях от единицы позволяют сделать вывод о необходимости применения локальных управленческих воздействий, пересмотра фискальной политики, или, в наиболее крайних случаях (при высоких значениях), реформирования фискальной системы в целом.

Таким образом, на основании рассмотренных зарубежных методических подходов к анализу фискального дисбаланса в российской системе выявления и измерения фискальных дисбалансов можно выделить следующие недостатки: отсталость инструментария выявления и измерения фискальных дисбалансов в РФ; отсутствие учета структурных причин дисбалансов в фискальной системе РФ; необходимость к переходу от декларативного (основанного на применении норм) к активному (на базе индикативных методик анализа состояния) методу выявления и измерения дисбалансов.

### Библиографический список

1. *Пешина Э. В., Стрекалова А. А.* Два поколения фискального федерализма: взаимосвязь развития // Финансовая аналитика. 2015. № 18(252).
2. *Ahmad E., Craig J.* Intergovernmental Fiscal Transfers / T. Ter-Minassian (ed.) // Fiscal Federalism in Theory and Practice. Washington, DC : IMF, 1997.
3. *Bird R. M., Tarasov A. V.* Closing the Gap: Fiscal Imbalances and Intergovernmental Transfers in Developed Federations // Environment and Policy C: Government and Policy. 2004. No. 22, 1.
4. *Collins D. J.* The 2000 Reform of Intergovernmental Fiscal Arrangements in Australia // International Symposium on Fiscal Imbalance : a Report. Canada : Commission on Fiscal Imbalance, 2002.
5. *Decentralization Indicators: Intergovernmental Relations and Subnational Finance.* The World Bank. June 2013. URL: <http://siteresources.worldbank.org/PUBLICSECTORANDGOVERNANCE/Resources/285741-1326399585993/8366509-1332861347588/DatabaseFisPolDecVariablesDefinition.pdf>.
6. *Ebel R. D., Yilmaz S.* Concept of Fiscal Decentralization and Worldwide Overview // International Symposium on Fiscal Imbalance : a Report. Canada : Commission on Fiscal Imbalance, 2002.
7. *Fiscal Decentralization Indicators* // Официальный сайт Всемирного банка. URL: <http://www1.worldbank.org/publicsector/decentralization/fiscalindicators.htm>.
8. *Hunter J. S. H.* Federalism and Fiscal Balance. Canberra : ANU Press, 1977.
9. *Khemani S.* Can Delegation Promote Fiscal Discipline in a Federation? Evidence from Fiscal Performance in the Indian States // Conference Background Paper. Columbia University : Initiative for Policy Dialogue, 2006.
10. *Musgrave R. A.* The Theory of Public Finance. N. Y. : McGraw Hill, 1959.
11. *Maior P. V.* Is Fiscal Federalism Different in the European Union? // Paper for the 2<sup>nd</sup> Conference on the Political Economy of International Organizations. January 29–31, 2009 at the University of Geneva and the Geneva and the Graduate Institute of International Studies, Switzerland.
12. *Martinez-Vazquez J., Boex J.* The Design of Equalization Grants: Theory and Applications. URL : <http://math.unife.it/economia/lm.economia/insegnamenti/economia-e-politiche-pubbliche/materiale-didattico/esercitazione-riforma-federale/approfondimenti-su-trasferimenti-perequativi/modulepartone.pdf>.
13. *Muddipi S.* Finance Commissions and Center State Financial Relations. Allahabad : Chugh Publications, 1991.
14. *Osterkamp R., Eller M.* How Decentralized is Government Activity? // CESifo DICE Report – Journal for Institutional Comparisons. 2003. No.1, 1.
15. *Rao M. G., Singh N.* The Political Economy of Center-State Fiscal Transfers in India / John McLaren (ed.) // Institutional Elements of Tax Design and Reform. Washington DC : World Bank, 2002.
16. *Rodden J., Wibbels E.* Beyond the Fiction of Federalism : Macroeconomic Management in Multi-tiered Systems // World Politics. 2002. No. 54, 4.

**А. С. Фролова**

*старший преподаватель кафедры финансовых рынков и банковского дела  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## **Система взаимоотношений участников факторинговых сделок**

**Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы взаимоотношений участников факторинговых операций. Предложен механизм комплексного взаимодействия участников сделки как сложной системы с наличием особенностей исследуемого финансового продукта, развиты принципы факторинговых отношений, характеризующие уровень культуры финансового менеджмента. Факторинг рассматривается как форма проявления не только финансовой услуги, но и сложной системы взаимоотношений между фактор-фирмой, поставщиком и покупателем товара. Представлены стратегические направления совершенствования элементов системы факторинговых отношений. Проведен анализ потенциала факторинга для всех участников сделки. Факторинг представлен в виде общей концептуальной модели, а именно: факторинг предприятия – это сложная финансовая операция, сущность которой состоит в выполнении функций кредитного менеджмента по оказанию комплекса финансовых услуг по управлению портфелем долговых обязательств предприятия, путем взыскания дебиторской задолженности и финансирования поставок товара на основе договора между фактор-фирмой и предприятием, направленных на устранение дефицита финансовых ресурсов предприятий с учетом минимизации рисков, с целью активизации продаж и улучшения финансового состояния предприятия.

**Ключевые слова:** принципы факторинговых отношений; комплексное взаимодействие; анализ потенциала факторинга.

Глобализация как ключевая особенность функционирования мировой экономики не сводится только к торговой интеграции и транснационализации; она в первую очередь проявляется в увеличении объема и многообразия мирохозяйственного взаимодействия (международные сделки в сфере товаров и услуг, международные потоки капитала и т. д.). Поэтому, чтобы оставаться конкурентоспособным, следует формировать более гибкие взаимоотношения между поставщиком, покупателем и посредником, разрабатывать новые технологии пополнения оборотного капитала, а не только искать денежные средства.

Экономические основы взаимоотношений участников факторинговых сделок определяются системой принципов их связей, а также формой выбора факторинговой услуги. Среди основных принципов и особенностей факторинговых отношений можно выделить такие, как: платность, возвратность, равноправие сторон, целенаправленность, инновационность, переуступка права требования, добровольность договорных отношений. Перечисленные принципы соблюдаются далеко не в равной степени и во многом зависят от вида факторинговых отношений, что влияет на конечный результат, который не всегда в полной мере удовлетворяет потребности участников сделки.

Характер сложного взаимодействия участников факторинговой сделки позволил выделить следующие его признаки:

- отсутствие аффилированных отношений участников;
- договорные отношения участников;
- отсутствие залога;
- оперативность финансирования поставок;
- ведение учета требований к дебиторам;
- предъявление к оплате требований;
- страхование сделки.

В системе факторинговых отношений возможны следующие варианты:  
получение от фактор-фирмы полного пакета услуг;



получение от фактор-фирмы частичного пакета услуг.

В связи с этим, по мнению автора, важными фазами внедрения факторинга на предприятии являются:

- 1) анализ предпосылок и условий для формирования оптимальных взаимовыгодных условий сотрудничества участников факторинговой сделки;
- 2) формирование экономических основ взаимоотношений фактора, поставщика и дебитора;
- 3) формирование организационных основ сотрудничества;
- 4) оформление договорных отношений между фактором и поставщиком, поставщиком и дебитором.

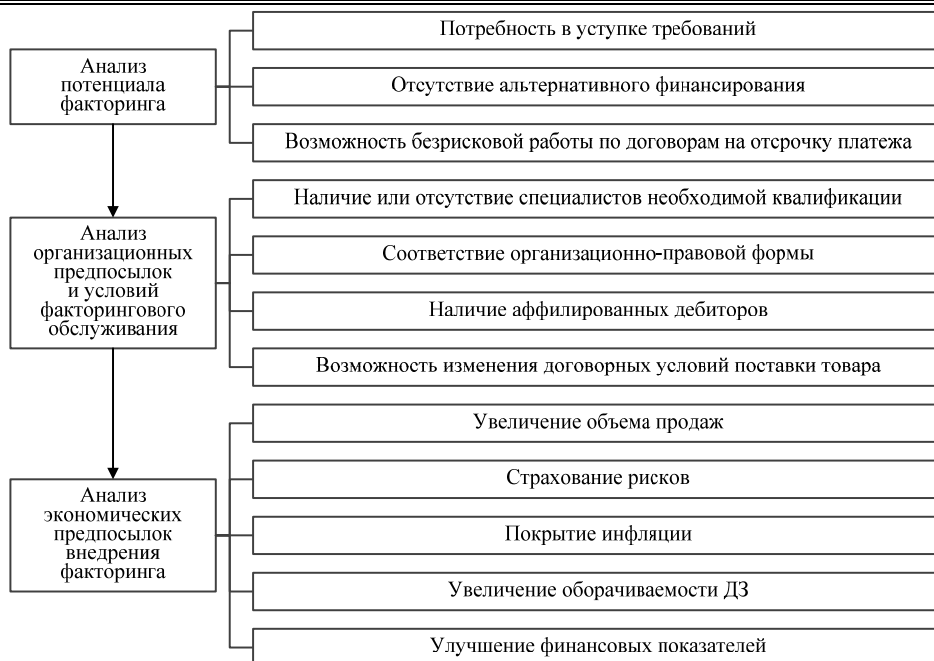
Ключевыми атрибутами факторинга выступают взыскание дебиторской задолженности, договор между фактором и поставщиком, беззалоговое финансирование, страхование сделки.

Также следует подчеркнуть, что среди таких существенных аспектов факторинга, как улучшение структуры актива баланса или ускорение оборачиваемости оборотных активов, наиболее важна минимизация рисков, а точнее, комплекса кредитных, процентных, валютных рисков [8, с. 28].

Таким образом, мы видим, что определять факторинг необходимо именно как сложную (системную) финансовую операцию (сделку), состоящую из совокупности услуг [2, с. 12]. Автор рассматривает факторинг не только как перспективный и эффективный финансовый инструмент торговли, но и как инновационный, поскольку он требует творческого поиска новых решений в области создания новых финансовых продуктов. Наиболее полно выразить сущность любого понятия позволяет системный подход, поэтому представим понятие факторинга в виде общей концептуальной модели. Предлагаем следующее его определение (в виде общей концептуальной модели), учитывающее полноту принципов. Факторинг предприятия – это сложная финансовая операция, сущность которой состоит в выполнении функций кредитного менеджмента по оказанию комплекса финансовых услуг по управлению портфелем долговых обязательств предприятия путем взыскания дебиторской задолженности и финансирования поставок товара, на основе договора между фактор-фирмой и предприятием, направленных на устранение дефицита финансовых ресурсов предприятий с учетом минимизации рисков, с целью активизации продаж и улучшения финансового состояния предприятия.

Потенциальные потребители факторинговых услуг – это поставщики товаров, которые продают или могут продавать их на условиях товарного кредита. Ими могут быть как торговые компании, так и производители при условии, что они продают ликвидный товар массового спроса (например, продукты питания, товары народного потребления, бензин, широкий спектр горюче-смазочных материалов) широкому кругу, как правило, розничных потребителей. На практике же портрет потенциального клиента на факторинговое обслуживание выглядит следующим образом: поставщик должен осуществлять регулярные отгрузки по договору поставки либо купли-продажи (не ответственного хранения, комиссии или консигнации и т. д.), причем переход права собственности на товар должен быть четко определен; расчеты по поставкам должны быть исключительно в безналичной форме, а отсрочка платежа по поставкам внутри России не должна превышать трех, максимум четырех месяцев [3, с. 25]. Кроме обязательных требований по клиентам у факторов есть и свои ограничения по дебиторам. Дебитор обязан подписать уведомление о переуступке права требования фактору.

Схема анализа выбора факторингового обслуживания для поставщика представлена на рисунке.



Анализ выбора факторингового обслуживания для поставщика

Для поставщика с факторинговым обслуживанием связаны следующие дополнительные доходы и выгоды.

1. Получение дополнительной прибыли за счет возможности увеличить объем продаж, получив от банка-фактора необходимые для этого оборотные средства.

2. Экономия на неоправданных затратах, связанных с получением банковского кредита.

В отличие от банковского кредитования при факторинговом обслуживании, получая финансирование своих продаж, поставщик перестает нести следующие расходы:

- а) проценты за пользование кредитом;
- б) налог на прибыль с процентов;
- в) расходы по оформлению кредита, включающие регистрацию и страхование залога, оплату рабочего времени сотрудников на оформление и подготовку документов для кредитного отдела, уведомления налоговой инспекции о намерении открыть ссудный счет и т. д.;
- г) расходы, связанные с непредвиденным ростом процентных ставок в стране;
- д) расходы на экстренную мобилизацию денежных средств при наступлении срока погашения кредита или выплаты процентов, включая упущенную выгоду, связанную с выводом этих средств из оборота.

Кроме того, финансирование в рамках факторингового обслуживания выплачивается сверх банковского лимита кредитования, который может быть использован поставщиком, например, для целей открытия аккредитива без покрытия, получения гарантии, вексельного кредита и т. д.

3. Экономия за счет появления возможности закупать товар у своих поставщиков по более низким ценам.

Такая возможность появляется за счет того, что клиент управления факторинга, получая значительную часть от суммы поставки в день поставки и теряя тем самым

зависимость от соблюдения своими дебиторами платежной дисциплины, может пойти на сокращение срока отсрочки платежа при закупках товаров и потребовать от своих поставщиков лучших ценовых условий на закупаемый товар. Кроме того, он получает гарантию защиты от штрафных санкций со стороны кредиторов при несвоевременном расчете с ними, вызванном кассовым разрывом.

4. Защита от потерь при неоплате или несвоевременной оплате дебиторами за поставленный им товар.

5. Экономия на оплате дополнительных мест (включая офисное оборудование) и дополнительного рабочего времени сотрудников, ответственных за:

- а) контроль за дебиторской задолженностью;
- б) привлечение финансовых ресурсов.

6. Защита от упущенной выгоды от потери клиентов за счет невозможности при дефиците оборотных средств предоставлять покупателям конкурентные отсрочки платежа и поддерживать достаточный ассортимент товаров на складе.

Важно помнить, что вернуть потенциального клиента, ушедшего сегодня к конкуренту, завтра может быть невозможно.

7. Защита от потерь, связанных с отсутствием или недостаточностью непредвзятого контроля за продажами и платежами.

Даже если поставщику кажется, что сегодня у него достаточно человеческих и финансовых ресурсов для текущей деятельности, при росте оборота без поддержки факторинговой компании дефицит ресурсов может превратиться в главный тормоз развития.

Используя факторинговое обслуживание, поставщик несет следующие дополнительные расходы: оплата факторинговой комиссии; оплата дополнительного рабочего времени курьера на подвоз документов в банк; оплата дополнительного рабочего времени сотрудников бухгалтерии на выполнение связанных с факторинговым обслуживанием проводок.

В настоящее время есть серьезная проблема: клиенты на факторинг активно привлекаются, договоры заключаются, но факторинговое обслуживание этих клиентов по различным причинам не начинается [10, с. 58]. Основной причиной возникновения такой ситуации справедливо считается невыполнение клиентом условий по ограничениям.

На практике важную роль в факторинговом обслуживании клиентов играет налаживание трехсторонних взаимоотношений между: клиентом, фактором и дебиторами клиента. На сегодня все факторы сталкиваются с проблемой нежелания некоторых дебиторов работать с клиентами по факторингу, т. е. покупатели не хотят подписывать уведомление, которое согласно гл. 43 ГК РФ клиент факторинговой компании обязан направить всем покупателям, переводимым на факторинг.

Исследования механизма факторинга, его особенностей и недочетов позволили сформулировать еще ряд направлений, по которым следует осуществлять совершенствование его элементов:

в настоящий момент всем факторам для поддержания конкурентоспособности и активного развития необходимо привлекать в свою деятельность инвестиции и активно работать над четкостью организации обслуживания клиентов;

повышение эффективности управления дебиторской задолженностью возможно с помощью усовершенствования внутренних регламентов взаимодействий между сотрудниками, задействованными в работе с ДЗ клиентов, а также при расширении штата ответственных за данные вопросы сотрудников;

для устранения сложностей во взаимоотношениях между клиентами и дебиторами рекомендуется организовывать трехсторонние встречи, в ходе которых разъяснять функции и задачи каждого из участников для достижения оптимальных результатов;

учитывая, что в рамках управления дебиторской задолженностью и в целом в системе риск-менеджмента по клиентам и дебиторам функции сотрудников различных подразделений пересекаются, необходимо разработать четкий регламент действия специалистов разных отделов по решению различных рабочих вопросов, касающихся дебиторов и клиентов.

С помощью внедрения перечисленных мероприятий возможно увеличить привлекательность и эффективность комплексного факторинга.

### Библиографический список

1. *Бабичев С. Н.* Факторинг : учеб. пособие. М. : МФПА, 2010.
2. *Гольдштейн С. Л.* Системная интеграция бизнеса, интеллекта, компьютера. Екатеринбург : ИД «ПироговЪ», 2010.
3. *Ковалев В. В.* Курс финансового менеджмента. М. : Велби, 2008.
4. *Сухов Д. А.* Факторинговые операции. М. : Вершина, 2012.
5. *Трейвиш М. И.* Банковская судьба небанковской услуги // Банковское дело в Москве. 2011. № 3.
6. *Шеремет А. Д., Щербакова Г. Н.* Финансовый анализ в коммерческом банке. М. : Финансы и статистика, 2010.
7. *Шульгина Т. С., Гусева В. И.* Факторинг: быть или не быть? // Бизнес и банки. 2010. № 33.
8. *Эрделевский А. М.* Правовые проблемы факторинга // Финансы. 2002. № 3.
9. Факторинг: чтобы деньги работали (Итоги года 2011 : Екатеринбург. Лидеры бизнеса.) // National Business. 2011.
10. Вестник факторинга : электрон. журн. : 2008–2010 гг. URL : <http://www.factoringpro.ru>.

# Бухгалтерский учет, анализ и аудит

**А. А. Дугарева**

аспирант кафедры бухгалтерского учета и аудита  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Тенденции развития внутреннего аудита

**Аннотация.** В статье анализируются основные тенденции развития внутреннего аудита в России. Автором делается акцент на том, что в экономически развитых государствах внутреннему аудиту уделяется такое же пристальное внимание, как и внешнему. При этом конструктивное взаимодействие внешних и внутренних аудиторов способно принести положительные результаты всем участникам процесса. Рассмотрен вопрос, касающийся проблем стандартизации внутреннего аудита. Автором статьи определено, что для более эффективного управления организацией создается служба внутреннего аудита, позволяющая оперативно выявлять текущие проблемы, риски. Раскрываются преимущественные факторы, обуславливающие создание службы внутреннего аудита на предприятии. Проанализировано основное содержание международных профессиональных документов, регулирующих организацию и функционирование внутреннего аудита. Выявлены факторы, способствующие развитию внутреннего аудита, определены преимущественные характеристики его организации экономическими субъектами.

**Ключевые слова:** внутренний аудит; внешний аудит; внутренний контроль; международные стандарты внутреннего аудита; система внутреннего аудита; институт внутренних аудиторов; стандартизация.

В современных условиях выделяют несколько концепций аудиторской деятельности. Наиболее распространенной является концепция аудита соответствия, при которой аудитор должен предоставить заключение о достоверности отчетности, а вопросы консультирования передаются для реализации другим специалистам. Вторая концепция – аудита-консалтинга – подразумевает, что аудитор не только выявляет ошибки и неточности, но и разрабатывает предложения по устранению этих ошибок, по совершенствованию ведения учета в организации и составления отчетности. Третья концепция – аудита-контроллинга – предполагает, что аудитор своевременно выявляет проблемы при составлении отчетности и предупреждает возникновение ошибок [2].

В связи с этим приобретает значение деление аудита на внешний и внутренний. При этом внешний аудит – это аудит, проводимый специализированными аудиторскими организациями, а внутренний аудит – аудит, проводимый специально созданным подразделением в системе управления организации или внутренним аудитором, который выбирается высшим органом управления организации [4].

Подразделения внутреннего контроля создаются, как правило, в крупных и многозвенных структурах, для которых характерно наличие обособленных подразделений. Их задачей выступает прежде всего контроль за соблюдением учетной политики организации всеми подразделениями, правильностью ведения бухгалтерского учета и составления отчетности, обоснованием стратегии развития финансовой, амортизационной, инвестиционной политики.

Создание подразделений внутреннего аудита тесно связано с усилением функции контроля [1]. При этом внутренний аудит рассматривается как звено внутреннего контроля, в функции которого входит не только контроль за правильностью составления отчетности, но и оценка эффективности использования ресурсов, рациональности расходов и поиска резервов повышения эффективности производства.

В настоящее время внутренний аудит рассматривается как инструмент для успешного развития компаний [6]. Вместе с тем проблема внедрения эффективно

функционирующего внутреннего аудита в российских компаниях, несмотря на свою актуальность и значимость, пока еще остается недостаточно изученной.

Изначально внутренний аудит ограничивался исключительно рамками анализа бухгалтерской отчетности и контроля деятельности предприятия. Современное развитие экономики и рост компаний привели к трансформации основных функций внутреннего аудита, в результате чего он превратился в совершенно новый эффективный финансовый инструмент с широким спектром задач.

«Исследование современного состояния профессии внутреннего аудитора, 2014 год», проведенное международной компанией PricewaterhouseCoopers, показало, что внутренний аудит постепенно отходит от своей традиционной роли «гаранта качества» и все более активно выступает в роли доверенного консультанта [10].

Результаты опроса показывают взаимосвязь между новыми ожиданиями заинтересованных сторон и более высокой дополнительной пользой от работы службы внутреннего аудита («доверенного консультанта»), полученной организацией при достижении внутренним аудитом ожидаемых результатов. Это требует от внутреннего аудита наличия необходимых компетенций и расширения возможностей, а от заинтересованных сторон – оказания поддержки внутреннему аудиту в применении технологий, привлечении и удержании квалифицированных специалистов, а также в разработке и внедрении инноваций.

Качество системы внутреннего аудита, эффективность ее функционирования напрямую связаны с тем, насколько стандартизированы и соответствуют регламентам аудиторская и контрольная деятельность в компании [8]. Обеспечить качество и однозначное понимание результатов проверки как менеджментом компании, так и руководителями объектов призваны стандарты внутреннего аудита, законодательные акты, международные профессиональные стандарты внутреннего аудита и нормативные документы компании.

Стандарты (правила) аудиторской деятельности – это документы, регламентирующие единые требования к осуществлению и оформлению аудита и сопутствующих ему услуг (консалтинг), а также к оценке качества аудита, порядку подготовки аудиторов и к оценке их квалификации.

В России на сегодня не утверждены национальные стандарты, регулирующие деятельность внутренних аудиторов. Документом, имеющим отношение к внутреннему аудиту и в некоторой степени регулирующим его, является Федеральное правило (стандарт) аудиторской деятельности (ФПСАД) № 29 «Рассмотрение работы внутреннего аудита». Он состоит из шести разделов и определяет объем, цели и сроки внутреннего аудита, а также взаимоотношения между внутренним и внешним аудитом, приводит правила предварительной оценки его эффективности.

Рассматриваемый стандарт устанавливает в соответствии с международными стандартами аудита единые требования для внешних аудиторов при выполнении работы. Квалифицированная работа внутреннего аудитора и эффективность взаимодействия с ним внешних аудиторов обуславливают сроки и качество проведения внешней аудиторской проверки.

Кроме того, с 1 января 2013 г. вступил в силу Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете». В соответствии со ст. 19 этого закона все экономические субъекты должны осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни, а экономические субъекты, которые подлежат обязательному аудиту, помимо этого, должны осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности.

В то время как в международном сообществе прослеживается тенденция к переходу от базовых навыков в области внутреннего аудита к продвинутым, в России по-

прежнему крайне необходимы знания и умения в области обеспечения нормативно-правового соответствия и соблюдения требований регулирующих институтов, что обусловлено усложнением законодательной базы, усилением контроля и изменениями в государственной политике [9].

В странах с развитой рыночной экономикой вопросам внутреннего аудита уделяется много внимания. Существует международный Институт внутренних аудиторов (The Institute of Internal Auditors, ИА), в котором имеется подразделение, ответственное за разработку соответствующих стандартов аудита. ИА является международной профессиональной ассоциацией, призванной развивать профессию внутреннего аудитора, разрабатывать и внедрять стандарты внутреннего аудита, а также поддерживать внутренних аудиторов во всем мире.

Международные профессиональные стандарты внутреннего аудита (International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing) определяют основные требования к подготовке внутреннего аудита, проведению и формированию завершающих документов, системе подготовки и повышения квалификации внутренних аудиторов [12].

При этом международные стандарты следует воспринимать как общие указания или как основу для разработки внутренних стандартов деятельности службы внутреннего аудита конкретной компании, которые определяют единые требования к проведению аудиторских проверок, оформлению их результатов и консультационных услуг, к порядку переподготовки и повышению квалификации внутренних аудиторов.

Международные профессиональные стандарты внутреннего аудита целесообразно применять в качестве руководства в соответствующих подразделениях крупных организаций, холдингов, стремящихся выйти на международные рынки, желающих привлечь иностранных инвесторов.

В США Совет по надзору за учетом в публичных компаниях (РСАОВ) настоятельно рекомендует внешним аудиторам сотрудничать с внутренними аудиторами. Опубликованный советом на своем сайте документ от 24 октября 2013 г. «Audit Practice Alert No. 11: Considerations for audits of internal control over financial reporting» был посвящен оценке рисков при работе с готовой внутренней документацией, а также оценке компетенций и объективности внутренних аудиторов, на работу которых полагаются внешние проверяющие [12]. «При использовании работы других, оказывающих прямую поддержку, аудитор обязан внимательно ее контролировать – перепроверить, оценить и протестировать» – прямо указали представители американского регулятора аудиторского рынка.

Инспекторы РСАОВ провели не одну инспекцию и обнаружили очень много проблемных областей, где имело место нарушение профессиональных стандартов, в том числе тех, что оговаривают сотрудничество с внутренними аудиторами и использование результатов их работы.

В России также создан Институт внутренних аудиторов (ИИ «ИВА»), который является профессиональной ассоциацией, объединяющей внутренних аудиторов, специалистов в области внутреннего контроля, сотрудников контрольно-ревизионных подразделений российских компаний.

На сегодня в ИИ «ИВА» обсуждается вопрос о создании профессионального стандарта для внутренних аудиторов.

Отметим, что в планах Министерства труда РФ в 2015 г. получить описание всех существующих профессий в России в формате профессиональных стандартов при участии государства, организаций, профессиональных союзов, сообществ и иных работодателей [7]. Например, уже с 7 февраля 2015 г. вступил в силу приказ Минтруда России от 22 декабря 2014 г. № 1061н «Об утверждении профессионального стандарта

„Бухгалтер“». В данном стандарте обобщена информация о требованиях к профессиональным знаниям и навыкам бухгалтеров, их образованию и опыту работы.

Предполагается, что профессиональный стандарт «Внутренний аудитор» в первую очередь будет описывать деятельность внутренних аудиторов (трудовые функции, которые состоят из требований к образованию и обучению, требований к опыту практической работы, трудовых действий, необходимых умений и знаний внутренних аудиторов). Порядок проведения внутренних аудиторских проверок должна определять методика внутреннего аудита, уникальная для каждого подразделения внутреннего аудита.

В последнее время наблюдается активное создание служб внутреннего аудита во многих компаниях, как в зарубежных странах, так и в России.

Преимущественными факторами, обуславливающими создание службы внутреннего аудита на предприятии, являются:

расширение рынка сбыта для российских компаний (ориентированность на международные стандарты внутреннего аудита с целью привлечения более развитого зарубежного рынка капитала);

контроль собственной деятельности экономических субъектов;  
 снижение рисков допущения преднамеренных или непреднамеренных нарушений при ведении финансово-хозяйственной деятельности экономическим субъектом;  
 экономия денежных средств на инициативный аудит;  
 повышение деловой репутации компании и ее привлекательности для инвесторов и клиентов;

делегирование полномочий собственниками квалифицированным управленцам без риска утраты управленческих полномочий;  
 обеспечение финансовой устойчивости компании путем снижения рисков;  
 сохранность коммерческой информации.

Формирование внутреннего аудита и создание на предприятии внутренней аудиторской службы, а также разработка программы ее деятельности должны осуществляться в соответствии с тенденцией экономического развития страны и ее местом в мировой экономике. Кроме того, следует учитывать масштаб, производственные возможности хозяйствующего субъекта, квалификацию персонала и внутреннюю культуру корпоративного менеджмента.

Таким образом, актуальность и возможность развития внутреннего аудита в России на современном этапе обусловлена, с одной стороны, рассмотрением внутреннего аудита в качестве потенциального инструмента повышения эффективности деятельности предприятия, а с другой стороны – нормативными требованиями российского законодательства.

Стоит признать, что опыт зарождения внутреннего аудита в России показал невозможность простого переноса и применения существующей методологии внутреннего аудита развитых стран в условиях современной российской экономики.

### Библиографический список

1. *Первова К. А.* Актуальность внутреннего аудита в современных условиях // Аудит и финансовый анализ. 2013. № 5.
2. *Щербакова Е. П.* Внутренний аудит в системе управления холдингом : методический подход к идентификации объектов // Менеджмент. 2013. № 4.
3. *Сонин А. М.* Внутренний аудит : правило трех «В» // Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. 2014. № 2.
4. *Нечехина Н. С.* Вопросы методологии и развития бизнес-процессов // Образование. Наука. Инновации : южное измерение. 2012. № 3(23).



5. *Исследование современного состояния профессии внутреннего аудитора*. 2014 г. «PricewaterhouseCoopers». URL : [http:// www.accountingtoday.com](http://www.accountingtoday.com).
6. *Щербакова Е. П.* Комплексный подход к вопросу оптимизации процессов регламентации и стандартизации внутреннего аудита в российских коммерческих организациях // *Менеджмент сегодня*. 2014. № 2.
7. *Зимин В.* Новый профессиональный стандарт: внутренний контроль и аудит // *Консультант*. 2013. № 19.
8. *Ризванова М. В.* Основные подходы к формированию системы внутреннего контроля в организации // *Аудитор*. 2014. № 7.
9. *Выручаева А.* Постановка внутреннего контроля операций по МСФО // *Актуальная бухгалтерия*. 2014. № 9.
10. *Галкина Е. В.* Современная модель внутреннего контроля в корпоративном менеджменте // *Рос. предпринимательство*. 2013. № 1(223).
11. *Институт внутренних аудиторов*. URL : [http://http://www.iaa-ru.ru](http://www.iaa-ru.ru).
12. *Considerations for audits of internal control over financial reporting* : Audit Practice Alert No. 11.

**Н. С. Нечеухина**

*доктор экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

**О. В. Мустафина**

*соискатель кафедры бухгалтерского учета и аудита  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## **Экономико-исторические особенности развития учетно-аналитической системы хозяйствующих субъектов**

**Аннотация.** В статье представлены экономико-исторические особенности начального этапа эволюции учетно-аналитической системы в рамках смены экономических формаций. Рассмотрены вопросы экономико-исторической эволюции учетно-аналитической системы в Древнем мире. Изучены аспекты товарной учетно-аналитической подсистемы, структурированной на учетно-аналитические уровни: учетно-товарный, расчетно-аналитический, доходно-аналитический. Показано автономное ведение расходов и доходов хозяйствующими субъектами, которое было строго специализированно в зависимости от отраслевого разделения. Также рассмотрены ведение расходов для целей налогообложения и документальное отражение всех хозяйственных операций по реквизитам. Применительно к древнему учету рассмотрены вопросы функционирования в рамках рабовладельческой общественно-экономической формации в Греции двух учетно-аналитических систем – государственной учетно-аналитической системы, реализуемой в государственных учреждениях, и учетно-аналитической системы частных торгово-ремесленных хозяйствующих субъектов. Доказано, что в промежутке между концом доисторического времени и зарождением средних веков в ряде стран прослеживаются попытки хозяйствующих субъектов сформировать на натуралистической основе с применением единых в рамках одной страны либо территории носителей информации единицы мер и весов на принципах констатации и коллажи фактов хозяйственной деятельности.

**Ключевые слова:** учетно-аналитическая система; хозяйствующий субъект; экономико-политическая формация; собственность; стоимость.

В современных условиях функционирования хозяйствующих субъектов процесс управления требует комплексных решений с использованием новых подходов к управлению. Для развития предпринимательства необходимо иметь такую учетно-аналитическую систему, которая бы обеспечивала эффективное управление, основанное на достоверном отражении различных сторон финансово-хозяйственной деятельности предприятия, в условиях постоянно изменяющейся экономической среды [7, с. 48]. Несмотря на важность учетно-аналитической системы для деятельности предприятия, не существует официально закрепленной в нормативных документах категории «учетно-аналитическая система». Данная статья посвящена вопросам становления учетно-аналитической системы хозяйствующих субъектов в рамках смены экономических формаций.

Большинство исследователей определяют учетно-аналитическую систему как систему, базирующуюся на бухгалтерской информации, включающей оперативные данные, и использующую для экономического анализа статистическую, техническую, социальную и другие виды информации, т. е. представляющую собой интегрированную систему сбора, обработки и обобщения информации для всех заинтересованных пользователей [2; 4; 8]. Во все времена заинтересованным пользователем был прежде всего хозяйствующий субъект (вождь, правитель, феодал, государство, т. е. субъект получения дани, подати, налогов).

Заинтересованные пользователи – хозяйствующие субъекты – были уже в палеолите и мезолите [3, с. 104], собирали первичную информацию и вели, так сказать, «протоучет» своего урожая, скота, добычи. А позднее, научившись отражать информацию на носителях (зарубки на костях и бивнях мамонта, наскальные рисунки и т. п.), возможно, сравнивали (вели «протоанализ») то, что собрали или добыли, с тем, что было произведено, собрано или добыто в прошлом году или их соплеменниками.

Учетно-аналитическая система хозяйствующего субъекта предназначена для аккумуляции информации в целях бухгалтерского учета, налогообложения и финансового управления на предприятии. Поэтому, основываясь на утверждении Я. В. Соколова (2010) и М. Л. Пятова (2011), что история современной бухгалтерии (а значит, и история учетно-аналитической системы предприятий) начинает отсчет с эпохи палеолита, когда люди начали осознавать себя в обществе, мы считаем, что такие элементы учетно-аналитической системы, как «протоучет», «протоинформация», начиная с периода палеолита, являются исходным, нулевым этапом эволюции современной учетно-аналитической системы предприятия.

Предметом «протоучета» при позднем мезолите были собственность общины, охотничьи припасы и т. п. В периоды позднего неолита с усилением общественно-экономического расслоения, с появлением прибавочного продукта и частной собственности все более заметной становится необходимость сбора, обработки и обобщения хозяйственной информации. Благодаря обмену в обществе начали складываться представления об эквивалентности обмениваемых предметов, возникли мерилы стоимости и средств обмена. В этот период начал использоваться экономический принцип эквивалентности «дачи и отдачи», что повлекло развитие учета с целью учета «дачи» и расчетов будущей «отдачи».

Это стимулировало развитие многообразных ремесел, разделение труда, расслоение общества на классы и развитие ремесленничества. Так, по данным археологов [3, с. 108], в период неолита в городищах «ананьинской» и «ямочной» (VII–VI века до н. э.) культур на современной территории Урала и Приуралья результаты ремесленного (металлургия) «протопредпринимательства» учитывались в примитивных натуральных единицах. Результаты товарообменных операций учитывались в обменных натуральных эквивалентах. Первобытные собственники систематически переучитывали свое имущество в натуральных единицах для обеспечения его сохранности, рационального использования и приумножения. Кроме того, в период ранней бронзы уже проводился подсчет составляющих для производства (древний аналог калькуляции), готовой продукции и обменных товаров с занесением итогов на носители первичной учетной информации, как правило, на деревянные дощечки.

Уже в период ранней бронзы выделились два уровня учетно-аналитической системы – производственный уровень, на котором отдельно проводился сбор и учет информации по произведенной продукции, необходимой для семьи, и произведенной продукции для товарообмена, и товарообменный, на котором проводился учет обменных товаров. В этот период учетными обозначениями были геометрические знаки на деревянных дощечках и на каменных пластинах [3, с. 119].

Итак, нулевой точкой отсчета в экономико-исторической эволюции учетно-аналитической системы можно считать периоды нижнего палеолита – ранней и средней бронзы (VI–IV тысячелетия до н. э.), т. е. период зарождения системы информационно-временного «протоучета» и «протоанализа» в эпоху первобытно-общинного строя.

Учетно-аналитическая система торговых предприятий – товарно-закупочная – была вертикально структурирована на учетно-аналитические уровни: учетно-товарный (информационно-временной учет закупленных товаров и продукции для перепродажи); учетно-ценовой (информационно-временной ценовой учет); аналитико-ценовой (учет изменения цен на товары), товарно-аналитический (учет выгоды от поставок и продажи определенных групп товаров), доходно-аналитический. Отдельно учитывались доходы от эксплуатации рабов. Расходы и доходы учитывались хозяйствующими субъектами раздельно, строго специализированно и в зависимости от отраслевого разделения. Для целей налогообложения расходы хозяйствующих субъектов не учитывались [5, с. 61].

Приходно-расходные записи проверялись сборщиками налогов с целью налогообложения доходов предпринимателей. В эллинский период в Египте учетно-аналитическая деятельность ремесленных и торговых предприятий регулировалась юридическими нормами, самые известные из которых отражены в папирусе Гарриса времен Рамсеса III и папирусе Булак 18 (1790 г. до н. э.). Вавилония стала родиной документационного обеспечения учетно-аналитической системы: учет велся на карточках, которые делали из мягкой глины в виде пластинок до 30×40 см [9, с. 15]. В древней Вавилонии зарождались синтетический и аналитический уровни учетно-аналитической системы хозяйствующих субъектов, нормы ведения которой были закреплены в Законах Хаммурапи.

К VII–XIII векам н. э. в Китае хозяйствующие субъекты сформировали учетно-аналитическую систему, основанную на применении балансового уравнения, которое дошло до наших дней (разница прихода и расхода должна быть равна разнице конечного и начального остатков материальных ценностей); движение и учет материальных ценностей проходили по схеме «первая партия получена – первая отпущена» (современный метод ФИФО); учетный персонал был структурирован по хозяйственным операциям; отчетность отсылалась осведомителями-контролерами в центральный «контрольно-ревизионный» орган [1, с. 23].

В отличие от стран Востока и Азии цивилизации на юге Европы сформировались несколько позже – на Балканском полуострове и на островах Эгейского моря первые государства возникли в конце III тыс. до н. э.

В классической античной Греции (III в. до н. э.) сложился новый тип экономики, отличный от экономической структуры ведущих древневосточных стран: интенсивно-товарный при сохранении натуральной основы. В данный период в рамках рабовладельческой общественно-экономической формации в Греции существовало две учетно-аналитических системы: государственная учетно-аналитическая система, реализуемая в государственных учреждениях, и учетно-аналитическая система частных торгово-ремесленных хозяйствующих субъектов. В Риме получила развитие частно-учетная система хозяйствующих субъектов. Схема частно-учетной системы подразумевала ведение книги домашнего имущества, книги доходов и расходов [11, с. 9].

Таким образом, в странах Древнего мира существовала натуралистическая основа формирования учетно-аналитической системы хозяйствующего субъекта, целью которой была фиксация фактов движения материальных ценностей с использованием обособленных для каждой страны единиц измерения [10, с. 252].

В целом учет в странах Древнего мира был целиком и полностью организован государством с целью контроля формирования базы для податей, которые хозяйствующие субъекты платили правителям.

Итак, в промежутке между концом доисторического времени и зарождением средних веков в ряде стран Востока, Азии и Европы прослеживаются попытки хозяйствующих субъектов сформировать на натуралистической основе с применением единых в рамках одной страны либо территории носителей информации единицы мер и весов на принципах констатации и колляции фактов хозяйственной деятельности.

### Библиографический список

1. *Васильев Л. С.* Социальная структура и динамика древнекитайского общества // Проблемы истории докапиталистических обществ. М., 1968. URL : <http://www.synologia.ru> (дата обращения : 08.10.2014 г.).
2. *Кальницкая И. В.* Бухгалтерская финансовая учетно-аналитическая система для целей управления организацией // Междунар. бухгалтерский учет. 2013. № 39. URL : <http://base.consultant.ru/раздел «Бухгалтерская пресса и книги»> (дата обращения : 20.07.2014 г.).
3. *Корчагин П. А.* Комплексное историческое изучение ранней истории Древней Руси: границы и годородки // Переходные эпохи в археологии : материалы Всерос. археологической конф. с междунар. участием «XIX Уральское археологическое совещание». Сыктывкар, 2013. URL : <http://www.izvestia.komisc.ru> (дата обращения : 17.07.2014 г.).
4. *Кутер М. И.* Введение в бухгалтерский учет. Краснодар : Просвещение-ЮГ, 2013.
5. *Кутер М. И., Кузнецов А. В.* Открытие и закрытие бухгалтерских счетов: исторические аспекты процедуры // Междунар. бухгалтерский учет. 2011. № 16.
6. *Нечехина Н. С.* Экономические исследования : анализ состояния и перспективы развития : [кол. монография] / под общ. ред. О. И. Кирикова. Воронеж : Воронежский госпедуниверситет, 2005. Кн. 7. URL : <http://elibrary.ru/item.asp?id=18479491>.
7. *Попова Л. В., Маслов Б. Г., Маслова И. А.* Основные теоретические принципы построения учетно-аналитической системы // Финансовый менеджмент. 2003. № 5.
8. *Родина Л. Н., Пархоменко Л. В.* Этапы развития бухгалтерского учета : учеб. пособие. Тамбов : Изд-во Тамбовского гос. техн. ун-та, 2007. URL : <http://www.aup.ru/files/m1227/m1227.pdf>.
9. *Федорчук С. В.* Метрология древней и средневековой Руси X–XV вв. // Вестн. Общества исследователей Древней Руси. 2009. № 3(553).
10. *Штаерман Е. М.* Древний Рим : проблемы экономического развития. М. : Наука, 1978.

### А. Ю. Попов

кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Концепции бухгалтерского и налогового учета депозитных вкладов

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы правового регулирования, бухгалтерского и налогового учета депозитных вкладов хозяйствующих субъектов в кредитных организациях. Раскрыты принципы признания, первоначальной и последующей оценки депозитов в финансовой отчетности, сформированной по российским правилам, обозначена проблематика признания доходов в виде процентов по долгосрочным депозитам, предложены рекомендации по усовершенствованию отечественных учетных стандартов. Освещена методика учета депозитных вкладов и процентов по ним в целях налогообложения прибыли, обозначены отличия бухгалтерских и налоговых принципов, и сформулированы направления их интеграции. Затронуты вопросы признания, первоначальной и последующей оценки финансовых инструментов (активов) в соответствии с международными принципами. Обозначены направления развития бухгалтерского учета депозитных вкладов в условиях конвергенции с международными стандартами финансовой отчетности.

**Ключевые слова:** депозитные вклады; проценты к получению; финансовые активы; внереализационные доходы; первоначальная оценка.

В условиях нестабильной финансовой ситуации в целях сохранения и накопления финансовых средств на развитие производственно-технического потенциала хозяй-

ствующие субъекты могут размещать свободные денежные средства на депозитных вкладах в кредитных организациях. Операции по размещению средств на депозитах относятся к инвестиционной деятельности хозяйствующего субъекта [8]. Необходимая информация для принятия тактических и стратегических решений управляющим персоналом формируется в бухгалтерском учете и финансовой отчетности, к которой предъявляется требование прозрачности и репрезентативности. В свете реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности к учету финансовых инвестиций возрастает практический интерес и предъявляются новые требования по повышению достоверности оценки объектов учета. Доходы по депозитным вкладам подлежат включению в налоговую базу по налогу на прибыль организаций, которая формируется по данным налогового учета, имеющего существенные отличия от правил бухгалтерского отражения фактов хозяйственной жизни. Данными обстоятельствами обусловлена актуальность рассматриваемых в настоящей статье вопросов и предопределена ее цель – теоретико-методологическое обоснование методики бухгалтерского и налогового учета депозитных вкладов в кредитных организациях и ее адаптация к международным правилам бухгалтерского учета.

Правовые вопросы взаимоотношения вкладчиков и кредитных организаций по вопросам вложения средств на депозиты регулируются гл. 44 части второй ГК РФ, согласно которой банк, принявший от вкладчика или иного лица денежную сумму (вклад), должен вернуть указанную сумму и выплатить проценты по ней в порядке и на условиях, предусмотренных договором банковского вклада [5].

Статьей 837 Гражданского кодекса предусмотрены следующие виды вкладов: 1) срочные, предусматривающие возврат средств по истечении определенного договором срока; 2) вклады до востребования, предоставляемые на условиях их возврата по первому требованию.

Размещение средств во вклад предполагает начисление и выплату процентов, размер которых определяется договором банковского вклада, а в случае отсутствия в договоре банковского вклада условия о начислении процентов, данные проценты начисляются по ставке рефинансирования, действующей на момент возврата вклада [10].

С позиции отечественного бухгалтерского учета в соответствии с ПБУ 19/02 депозитные вклады относятся к финансовым вложениям организации, так как удовлетворяют критериям, прописанным п. 2 указанного бухгалтерского стандарта: 1) организация имеет в наличии документы, удостоверяющие право хозяйствующего субъекта на получение суммы вклада и процентов по нему; 2) факт принятия финансовых рисков, связанных с платежеспособностью кредитной организации; 3) возможность генерировать доходы в виде процентов по вкладу [7]. Отнесение депозитных вкладов к финансовым вложениям также подтверждено п. 3 названного ПБУ.

Оценка финансовых вложений производится по первоначальной стоимости, под которой понимается сумма фактических затрат на их приобретение [6]. В отношении депозитов первоначальной оценкой является номинальная сумма размещенных во вклад денежных средств.

Планом счетов бухгалтерского учета и инструкцией по его применению для учета финансовых вложений предусмотрен одноименный счет 58, однако депозитные вклады в отличие от всех остальных финансовых инвестиций подлежат отражению на субсчете 3 к счету 55. При перечислении денежных средств на депозитный вклад организация формирует корреспонденцию Дебет 55-3 Кредит 51 [9].

В отношении последующей оценки финансовых вложений в виде депозитных вкладов ПБУ 19/02 предусматривает порядок отражения их в учете также по первоначальной стоимости, поскольку их текущая рыночная стоимость в установленном законодательством порядке не определяется [4].

Подлежащие получению проценты по депозитам с позиции бухгалтерского учета признаются прочими доходами организации (п. 7 ПБУ 9/99). Однако в отношении их признания в учете существует определенная проблема. С одной стороны, для признания в учете прочих доходов в виде процентов к получению необходимо одновременное выполнение условий, предусмотренных п. 12 ПБУ 9/99, в частности: 1) хозяйствующий субъект обладает правом на получение данных процентов, что вытекает из положений договора; 2) сумма подлежащих получению процентов может быть определена; 3) наличие уверенности в увеличении экономических выгод организации в результате операции начисления процентов (организация фактически получила денежные средства либо отсутствует неопределенность в отношении их получения); 4) переход права собственности на товары, работы, услуги к покупателю (заказчику); 5) возможность достоверного определения расходов, связанных с операцией. При этом следует отметить нелогичность подп. 4 п. 12 ПБУ 9/99 применительно к подлежащим получению процентам, поскольку, размещая средства во вклад, организация не передает банку право собственности на них, следовательно, данная норма не является необходимым условием для признания в учете указанного вида прочих доходов. С другой стороны, п. 16 вышеприведенного бухгалтерского стандарта подчеркивает, что для целей бухгалтерского учета проценты начисляются за каждый истекший отчетный период в соответствии с условиями договора. Однако, если депозитный договор заключен на срок, превышающий отчетный период (календарный год), и его условия предусматривают начисление процентов в конце срока договора, то признание доходов таким способом нарушает один из основополагающих принципов бухгалтерского учета – принцип временной определенности фактов хозяйственной жизни, который гласит, что факты хозяйственной деятельности подлежат отражению в том периоде, к которому относятся, независимо от фактического времени поступления или выплаты денежных средств, связанных с этими операциями.

Данная проблема может быть решена путем экстраполяции норм ПБУ 15/08 в отношении начисления процентов к уплате на принципы признания в учете процентов к получению. В частности, указанный бухгалтерский стандарт предполагает следующий порядок признания в учете расходов в виде процентов: последние подлежат начислению равномерно, как правило, независимо от договорных условий, однако данные проценты могут отражаться в учете в соответствии с условиями договора, если такое отражение не имеет существенных отличий от равномерного начисления. Конкретизация и закрепление правил отражения в учете подлежащих получению процентов в ПБУ 9/99 обеспечили бы соответствие вышеназванному принципу временной определенности фактов хозяйственной деятельности и большую достоверность формируемой в учете информации.

План счетов бухгалтерского учета и инструкция по его применению предполагают начисление процентов по депозитным вкладам бухгалтерской записью Дебет 76-3 Кредит 91-1. Соответственно возврат суммы депозита отражается корреспонденцией Дебет 51 Кредит 55-3, а получение причитающихся процентов на расчетный счет: Дебет 51 Кредит 76-3 [9]. Следует отметить, что сумма начисленных процентов не увеличивает стоимость отраженного в отчетности финансового вложения в виде депозитного вклада, а формирует дебиторскую задолженность хозяйствующего субъекта. В случае возврата депозита и процентов по нему одним платежным поручением в любом случае подлежат отражению две вышеуказанные бухгалтерские записи.

В налоговом учете, подлежащем ведению хозяйствующим субъектом в соответствии с гл. 25 НК РФ, сам депозитный вклад не является объектом, формирующим налоговую базу, однако подлежащие получению проценты по депозиту выступают внереализационными доходами согласно подп. 6 ст. 250. Порядок признания указан-

ных доходов прописан в п. 6 ст. 271 кодекса, согласно которому по договорам о предоставлении денежных средств, срок действия которых приходится более чем на один отчетный (налоговый) период, в целях налогообложения доход признается полученным и отражается в налоговом учете в составе соответствующей группы ежемесячно (на последнее число) независимо от предусмотренного договором срока его получения. Первичными документами, являющимися основанием для признания внереализационных доходов в виде подлежащих получению процентов, считаются банковские выписки (п. 4 ст. 328 Налогового кодекса), в то же время основанием для признания процентов в составе доходов являются также ежемесячно составляемые бухгалтерские справки, фиксирующие суммы исчисленных процентов, приходящихся на данный отчетный (налоговый) период, и подлежащие включению в налоговую базу независимо от срока их уплаты.

Таким образом, по долгосрочным депозитам, в случае признания в бухгалтерском учете подлежащих получению процентов по ним исходя из условий договора (если договор предусматривает неравномерное начисление процентов), а в налоговом учете – ежемесячно согласно правилам, закрепленным ст. 271 и 328 НК РФ, в соответствии с ПБУ 18/02 возникают временные разницы, приводящие к возникновению отложенных налоговых активов. Сумма отложенного налогового актива исчисляется произведением разницы процентов, признанных в налоговом и в бухгалтерском учете (в данном случае в налоговом учете проценты отражаются раньше, чем в бухгалтерском), и ставки налога на прибыль. Отражение ОНА в учете осуществляется корреспонденцией Дебет 09 Кредит 68, а по мере признания в бухгалтерском учете процентов по депозитам, уже отраженных в налоговом учете, отложенный налоговый актив погашается: Дебет 68 Кредит 09. Таким образом, в целях оптимизации учетных процедур и интеграции бухгалтерского и налогового учета нами рекомендуется закрепление в ПБУ 9/99 правил равномерного признания подлежащих получению процентов по депозитам.

С точки зрения международных стандартов финансовой отчетности, в соответствии с IAS 32 «Финансовые инструменты: представление информации» депозитные вклады являются именно финансовыми инструментами, поскольку между вкладчиком и кредитной организацией заключается договор, в результате которого у хозяйствующего субъекта, вносящего средства на депозит, возникает финансовый актив, а у принимающего вклад банка – финансовое обязательство [3].

Согласно стандарту (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» при первоначальном признании финансового актива в виде банковского депозита его оценка производится по справедливой стоимости, под которой понимается цена, потенциально предполагаемая к получению в случае продажи актива или планируемая к уплате при передаче обязательства, при проведении операции на добровольной основе между участниками рынка. В основу определения справедливой стоимости финансового актива при первоначальном признании положена так называемая цена операции, увеличенная на затраты по сделке, непосредственно связанные с приобретением указанного объекта [1].

Ключевым признаком классификации финансового актива является его последующая оценка, которая в отношении банковских депозитов согласно МСФО 9 осуществляется по амортизированной стоимости, поскольку одновременно выполняются два условия: 1) цель бизнес-модели по управлению финансовыми активами заключается в получении предусмотренных договором потоков денежных средств; 2) денежные потоки от инструмента, обусловленные договором, формируются исключительно выплатой основной суммы долга и процентов по нему.

Определение амортизированной стоимости финансового актива приводит международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 39 «Финансовые инструменты:

признание и оценка». Под ней понимается сумма, в которой финансовый актив оценен в момент первоначального признания, за минусом выплат в погашение суммы основного долга, скорректированной на величину разницы между первоначальной стоимостью и суммой погашения, рассчитанной с использованием метода эффективной ставки процента, а также за минусом величины обесценения. Метод эффективной ставки процента предполагает расчет дисконтированной суммы планируемых к получению денежных потоков по депозиту в течение срока действия договора [2].

На основе метода эффективной ставки процента в отчетности, сформированной по международным правилам, определяется величина выручки, которая согласно МСФО 18 включает подлежащие получению проценты по депозитам. Данный доход трактуется как результат от использования другими субъектами активов организации, приносящих проценты. Критериями признания данного вида выручки являются: 1) наличие вероятности поступления в организацию связанных с операцией экономических выгод; 2) возможность надежной оценки данного вида выручки.

Оценка доходов в виде подлежащих получению процентов производится по справедливой стоимости полученного или подлежащего получению возмещения, которым в данном случае выступает сумма начисленных процентов исходя из условий договора.

Таким образом, рассмотренные в настоящей статье концепции бухгалтерского (с позиции отечественных правил и международных принципов) и налогового учета банковских депозитов обозначили несовершенство нормативно-правовой базы в отношении признания в учете и отчетности процентов по долгосрочным вкладам. Нами предложены уточнения отечественного стандарта ПБУ 9/99 в части признания указанного вида доходов. Перспективным направлением развития бухгалтерского учета также является ориентация отечественных правил на международные стандарты финансовой отчетности, которая обеспечит формирование полной, достоверной и понятной зарубежным пользователям финансовой информации. Соответственно при разработке федеральных учетных стандартов следует адаптировать международные правила под специфику национального учета и закрепить указанные особенности на нормативном уровне.

### Библиографический список

1. Бахвалова О. Н. Учет финансовых вложений по международным стандартам финансовой отчетности (IFRS) в медицинских учреждениях // Бухучет в здравоохранении. 2014. № 7.
2. Гетьман В. Г. Совершенствование МСФО по финансовым инструментам // Междунар. бухгалтерский учет. 2005. № 6.
3. Кузьмин А. Ю. Оценка и учет финансовых инструментов в соответствии с МСФО. М., 2010.
4. Малицкая В. Б. Финансовые вложения и методические аспекты их учета // Terra Economicus. 2007. Т. 5, № 3–2.
5. Молдованов М. М. Понятие и правовая природа договора банковского вклада в России // Юрист & экономист. 2009. № 3.
6. Никандрова Л. К. Учет финансовых вложений // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. 2010. № 4.
7. Поленова С. Н. Финансовые вложения: понятие, оценка, правила принятия к учету // Все для бухгалтера. 2007. № 16.
8. Попов А. Ю. Особенности нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета инвестиционной деятельности в форме капитальных вложений // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 25(328).
9. Едронова В. Н., Мизиковский Е. А. Учет, оценка доходности и анализ финансовых вложений : учеб. пособие. М. : Магистр ; ИНФРА-М, 2014.
10. Шанаурин Ю. В. Договор банковского вклада (депозита): общая правовая характеристика // Судебная практика в Западной Сибири. 2014. № 4.



# Право как основа формирования образа жизни

О. Г. Бельдина

старший преподаватель кафедры гражданского права  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Гражданско-правовая ответственность

**Аннотация.** В статье автором рассмотрены различные подходы цивилистов к определению гражданско-правовой ответственности и основаниям, которые необходимы для привлечения к ней. Проанализированы специфические черты противоправности, причинно-следственной связи, вреда и вины причинителя вреда. Выявлены особенности обязательств, вытекающих из нарушения договора, такие как: 1) возможность установления ответственности за невиновные действия; 2) возможность освобождения должника от ответственности в зависимости от вины кредитора и некоторых иных обстоятельств; 3) возможность принятия на себя негативных последствий, наступающих от действий других лиц. Автором установлено, что перечисленные отклонения обеспечиваются действием принципа свободы договора и стороны сами определяют в указанных обстоятельствах меру возможного и должного поведения. Разрешен вопрос с виной причинителя вреда при деликте. Так как неосторожность здесь не может быть соотнесена заранее с правилами поведения, то условия соглашений между причинителем вреда и потерпевшим, по мнению автора, должны определенным образом регулироваться законодательно.

**Ключевые слова:** гражданско-правовая ответственность; основания привлечения; противоправность; вред; причинно-следственная связь; вина.

В качестве предмета исследования гражданско-правовую ответственность рассматривали многие авторы [5; 6; 7; 9; 12; 13; 14; 15; 16; 17], но до сих пор нет единого подхода ни к пониманию определения, ни к пониманию оснований юридической ответственности.

Существуют различные подходы к определению гражданско-правовой ответственности: 1) это конкретные меры государственного принуждения [6, с. 255]; 2) обязанность претерпевать лишения личного, организационного или имущественного порядка [2, с. 182]; 3) атрибут, свойство обязанности на той стадии ее реализации, когда она не исполняется добровольно [5, с. 97–98]; 4) реакция на правонарушения [11, с. 130].

Как правило, выделяются три следующих признака юридической ответственности: 1) отрицательная оценка действия лица, на которое возлагается ответственность (осуждение); 2) государственное принуждение или возможность его применения; 3) наличие дополнительных обременений или новых обязанностей для правонарушителя [7, с. 19]. Данные признаки пытаются распространить и на гражданско-правовую ответственность. Однако, как считает В. А. Белов, у гражданско-правовой ответственности есть специфические черты. Так, применение мер ответственности в гражданском праве необязательно сопровождается осуждением лица, а меры гражданско-правовой ответственности могут быть исполнены добровольно; дополнительных обременений гражданское правонарушение может и не повлечь [3, с. 400].

В число оснований юридической ответственности включаются: 1) противоправность действия (бездействие); 2) вред; 3) наличие причинно-следственной связи между вредом и противоправным деянием; 4) вина [14, с. 9].

Попробуем разобраться с каждым из перечисленных оснований. Под *противоправностью* обычно понимают нарушение норм объективного права. Особенностью гражданско-правовой ответственности является нарушение не только объективного, но и субъективного права [18, с. 30]. Следующее основание юридической ответственности

ности – это *вред*, который может пониматься как умаление субъективного гражданского права или блага [12, с. 7]. В гражданском праве достаточно сложно разобраться с этим понятием, так как можно выделить материальный и нематериальный вред. Материальный может быть всегда переведен на деньги, т. е. принять форму убытка [3, с. 410]. Нематериальный же представляет собой переживание и страдание и не может быть определен в стоимостном выражении. Поэтому защита интересов лица достигается путем предоставления иного блага, направленного на улучшение морального состояния потерпевшего [19, с. 7–8].

С таким основанием гражданско-правовой ответственности, как *причинно-следственная связь*, связано много теорий. Рассмотрим некоторые из них.

Согласно первой теории причина производит, а условие делает возможным наступление результата. Н. С. Таганцев говорит, что необходимо различать случаи, когда действие лица вызвало определенные силы, предало им такое направление, при котором они привели к необходимому результату, или устранило препятствие для наступления результата, и когда действие сил никак не зависело от поступка лица [8, с. 127].

Вторая теория: если говорить о теории общей *причинной связи*, то здесь все причины, каким-либо образом связанные с наступившим результатом, признаются «равно способствовавшими» его наступлению. Всякое действие лица, которое является одним из условий последствия, есть в то же время его причина [8, с. 132]. М. Н. Агарков же полагал, что в гражданском процессе стоит «не мнимая задача определить, является ли виновное действие единственным причиной вреда, а установить, является ли действие достаточной причиной вреда» [1, с. 70]. Е. Д. Егоров предлагает также различать *прямую и косвенную* причинную связь: «Для решения вопроса об ответственности не правильно рассматривать самые отдаленные от исследуемого случая события, необходимо ограничиться выявлением непосредственной причины...».

Еще одним из оснований юридической ответственности называют *вину*. Обычно под виной понимают субъективное психическое отношение нарушителя к самому действию и к его последствиям. В зависимости от характера отношения различают формы вины – умысел и неосторожность. В гражданском праве формы умысла обычно не различаются, а неосторожность распадается на грубую и простую (легкую) [3, с. 416]. Вина связывается с волевым (желание) и интеллектуальным (осознание, предвидение) моментом психики нарушителя. В действительности в гражданском правонарушении не устанавливают интеллектуальные и волевые моменты, вполне достаточно определить масштабы поведения лица, соизмерить его поступки с тем, как должно было действовать любое другое лицо, окажись оно на месте правонарушителя [10, с. 327].

Некоторые из авторов говорят о том, что необходимо обозначать границы вины [3, с. 417]. По их мнению, *верхней границей* является умысел – сознательное поведение, сопровождающееся предвидением последствий собственных действий; *нижней границей* становится граница неосторожности, т. е. непредвидение последствий, хотя лицо могло и должно было их предвидеть. То, что находится за рамками вины, обозначается термином «случай».

Выявив содержание оснований привлечения к гражданско-правовой ответственности, мы можем определить влияние каждого из элементов на возникновение гражданского правоотношения.

Сначала мы должны определить, включается ли противоправность в общий юридический состав. В условиях действия принципа генерального деликта, установленного п. 1 ст. 1064 ГК РФ, противоправность лишается всякого самостоятельного значения [16, с. 58]. Что касается вреда и причинно-следственной связи, то и их значение может отвергаться для некоторых обязательств, возникших из нарушений условий

договора. Например, В. В. Витрянский указывает, что при взыскании неустойки «наличие либо отсутствие причинной связи, впрочем, как и самих последствий в виде убытков, носит факультативный характер и приобретает значение только при решении судом вопроса об уменьшении неустойки...» [4, с. 575]. Теперь рассмотрим последнее основание привлечения к гражданско-правовой ответственности – вину. Здесь мы встречаем противоречия между обязательствами, возникающими из нарушения договора, и внедоговорными обязательствами. Особенности обязательств, вытекающих из нарушения договора, являются: 1) возможность установления ответственности за невиновные действия; 2) возможность освобождения должника от ответственности в зависимости от вины кредитора и некоторых иных обстоятельств; 3) возможность принятия на себя негативных последствий, наступающих от действий других лиц. Обычно перечисленные отклонения обеспечиваются действием принципа свободы договора, стороны сами определяют в указанных обстоятельствах *меру возможного и должного поведения*. Иначе решается вопрос с виной причинителя вреда при деликте, поэтому неосторожность здесь не может быть соотнесена заранее с правилами поведения, условия соглашений между причинителем вреда и потерпевшим должны определенным образом регулироваться законодательно.

Таким образом, гражданско-правовая ответственность имеет свою специфику по каждому из выделенных оснований к привлечению, что в свою очередь рождает множество споров у цивилистов. При попытке разобраться в сущности понятия гражданско-правовой ответственности и оснований привлечения к гражданско-правовой ответственности мы однозначно оказались в центре научной полемики, которую попытались понять в нашем исследовании.

### Библиографический список

1. *Агарков М. М.* Обязательства из причинения вреда. М. : Юрид. изд-во НКЮ СССР, 1940.
2. *Алексеев С. С.* Общая теория социалистического права. М. : БЕК, 1995.
3. *Белов В. А.* Актуальные проблемы теории и практики. М. : Юрайт, 2015.
4. *Брагинский М. И., Витрянский В. В.* Договорное право : общие положения. М., 1997.
5. *Братусь С. Н.* Юридическая ответственность и законность (очерк теории). М. : Городец-издат, 2001.
6. *Галаган И. А.* К вопросу о понятии ответственности по советскому праву // Учен. зап. Новгородского гос. пед. ин-та. Новгород, 1958. Т. 4.
7. *Иоффе О. С.* Ответственность по советскому гражданскому праву. Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1955.
8. *Канторович Я. А.* Основные идеи гражданского права. М. : Ин-т «ЮрИнфоР-МГУ», 2009.
9. *Лейст О. Э.* Санкции и ответственность по советскому праву : теоретические проблемы. М. : Изд-во Московского ун-та, 1981.
10. *Луиц Л. А.* Общее учение об обязательстве. М. : Госюриздат, 1950.
11. *Малеин Н. С.* Возмещение вреда, причиненного личности. М. : Изд-во ИГиП АН СССР, 1982.
12. *Малеин Н. С.* Имущественная ответственность в хозяйственных отношениях. М. : Юрид. лит., 1968.
13. *Малеин Н. С.* Правонарушение : понятие, причины, ответственность. М. : Юрид. лит., 1985.
14. *Матвеев Г. Л.* Основания гражданско-правовой ответственности. М., 1970.
15. *Петелин А. И.* Проблемы правовой ответственности в социалистическом обществе : учеб. пособие. Омск, 1976.
16. *Райчер В. К.* Вопросы ответственности за причинение вреда // Правоведение. 1971. № 5.
17. *Самощенко И. С., Фарукишин М. Х.* Ответственность по советскому законодательству. М. : Юрид. лит-ра, 1971.
18. *Флейшиц Е. А.* Обязательства из причинения вреда и неосновательного обогащения. М. : Госюриздат, 1951.
19. *Эрделевский А. М.* Компенсация морального вреда : анализ и комментарии законодательства и судебной практики. М. : Волтерс Клувер, 2004.

**С. Н. Бурлака**старший преподаватель кафедры предпринимательского права  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Корпорации в российском гражданском праве

**Аннотация.** В статье на основе норм гл. 4 ГК РФ (в ред. Федерального закона от 5 мая 2014 г. № 99-ФЗ) обосновывается понимание корпорации как самостоятельного субъекта права, рассматривается новая легальная классификация юридических лиц на унитарные и корпоративные. Применение нового критерия (который можно обозначить как внутреннюю организацию юридического лица) оправданно с точки зрения соответствия мировым тенденциям в правовом регулировании юридических лиц как субъектов гражданского права, а также с позиции законодательной экономии, позволяющей кодифицировать в нормах ГК РФ положения об особенностях осуществления и защиты прав участников юридических лиц отдельных организационно-правовых форм. Но, несмотря на законодательное решение некоторых теоретических вопросов корпоративного права, они продолжают оставаться дискуссионными и требуют дальнейшего исследования.

**Ключевые слова:** корпоративная организация (корпорация); коммерческая корпорация; некоммерческая корпорация; корпоративные отношения; права и обязанности участников корпорации.

Новые изменения в Гражданском кодексе закрепили корпоративные отношения в качестве особой, самостоятельной группы однородных отношений, регулируемых гражданским законодательством и составляющих часть его предмета, а также деление юридических лиц на корпорации и некорпоративные (унитарные) организации.

Доктрина дореволюционного законодательства предполагала деление юридических лиц на объединения лиц (корпорации) и учреждения.

В соответствии со ст. 13 ГК РСФСР 1922 г. юридические лица также подразделялись на объединения лиц (т. е. корпорации) и учреждения (унитарные организации). Однако в условиях планового хозяйства надобность в корпорациях и в корпоративном праве отпала, поскольку в предшествовавшем отечественном правовом порядке господствующее место занимали унитарные юридические лица – предприятия и учреждения, не являвшиеся собственниками «своего» имущества. В рыночном имущественном обороте преобладающим видом юридических лиц считаются корпорации, причем только они постоянно участвуют в предпринимательских отношениях. Поэтому признание корпораций самостоятельным и притом основным видом юридических лиц (вытекающее из признания корпоративных отношений неотъемлемой составной частью предмета гражданского права) представляет собой важный шаг на пути к реальному преобразованию отечественного имущественного оборота в гражданский оборот рыночного типа [5, с. 10].

Универсальность корпоративных норм позволяет создавать юридические лица для практически любых целей и задач на основе общего корпоративного интереса участников организации. Поэтому не случайно термин «корпорация» отождествлялся с термином «юридическое лицо».

ГК РФ определяет корпоративные отношения как «отношения, связанные с участием в корпоративных организациях или с управлением ими», следствием чего является распространение на данные правоотношения действия норм гражданского законодательства.

В связи с этим утрачивают значение многочисленные споры о понятии корпоративных отношений. Более того, указанное определение во многом примиряет авторов различных концепций, поскольку адаптирует идеи сразу нескольких из них. В основе новой парадигмы «корпоративные отношения» лежит принцип признания неразрывной связи данных отношений с корпоративной организацией, или корпорацией [4, с. 40, 80–130].

Таким образом, ГК РФ определил новый критерий для классификации всех юридических лиц вне зависимости от их деления на коммерческие и некоммерческие. Данный критерий можно обозначить как внутреннюю организацию юридического лица на корпоративных либо унитарных началах. Содержанием этого критерия является возможность участия учредителей (участников) юридического лица в его внутренней деятельности, направленной на формирование воли данного субъекта права [2, с. 31–32].

Исходя из названного критерия к числу корпоративных из числа коммерческих юридических лиц относятся хозяйственные товарищества и общества, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйственные партнерства, производственные и потребительские кооперативы, общественные организации, ассоциации (союзы), товарищества собственников недвижимости, казачьи общества, внесенные в государственный реестр казачьих обществ в Российской Федерации, а также общины коренных малочисленных народов РФ.

К унитарным организациям коммерческого характера ГК РФ относит государственные и муниципальные унитарные предприятия, фонды, учреждения, автономные некоммерческие организации, религиозные организации, публично-правовые компании.

Следует отметить, что проект ГК РФ в п. 1. ст. 65.1 не называл в числе корпоративных юридических лиц хозяйственное партнерство и крестьянское (фермерское) хозяйство, хотя из определений данных юридических лиц с очевидностью следует вывод об участии членов данных юридических лиц в управлении данными субъектами, что подтверждает корпоративную природу отношений в рамках организационной структуры хозяйственных партнерств и крестьянских (фермерских) хозяйств.

Заметим, что Концепция развития корпоративного законодательства на период до 2008 г., утвержденная Правительством РФ 18 мая 2006 г., а также Кодекс корпоративного поведения, утвержденный Распоряжением ФКЦБ от 4 апреля 2002 г. № 421/р, в качестве корпораций рассматривали только хозяйственные общества.

В российской правовой доктрине корпорации часто понимались узко, а именно как коммерческие организации, для достижения целей которых необходимо соединение усилий нескольких участников, уставный капитал которых поделен на определенные доли (паи). В качестве корпораций в узком смысле рассматривались в основном хозяйственные общества и производственные кооперативы. Хотя, по мнению, например, Н. В. Козловой, к числу корпораций относятся все хозяйственные товарищества и общества, кооперативы, общественные и религиозные организации, некоммерческие партнерства, объединения юридических лиц и другие юридические лица, основанные на корпоративных началах (принципах членства, участия) [3, с. 177].

Как было отмечено, рассматриваемый подход к определению критерия в целях систематизации юридических лиц России в полной мере соответствует мировой практике.

Если обратиться к освещению опыта корпоративного права в наиболее развитых зарубежных правовых системах, то можно сказать, что самая тщательно разработанная доктрина корпоративного права создана германской правовой наукой [6, с. 129]. Но в области корпоративного права даже между правовыми системами государств-участников Евросоюза сохраняются исторически сложившиеся серьезные различия, причем речь идет не только о различии правовых систем: германская и романская (французская) системы управления акционерным обществом не демонстрируют никаких тенденций к сближению [3, с. 266].

В англо-американском праве корпорациями традиционно признаются только предпринимательские корпорации (business corporations), т. е. аналоги европейских

объединений капиталов (хозяйственных обществ). К ним не относятся товарищества (партнерства), кооперативы (по причине их полного отсутствия) и некоммерческие корпорации (в том числе публично-правовые образования, многие из которых существуют в форме публичных корпораций). Лишь в последнее время корпорациями стали признаваться и такие сравнительно новые виды юридических лиц, как зарегистрированные партнерства с ограниченной ответственностью (Limited Liability Partnership, LLP) в Англии и компании с ограниченной ответственностью (Limited Liability Company, LLC) в США [7, с. 12–17].

Введение данного критерия помимо цели упорядочения системы юридических лиц во многом объясняется с точки зрения законодательной техники, поскольку позволяет создать и объединить в группы нормы ГК РФ, которые будут общими и применимыми к соответствующей категории юридических лиц (корпоративных либо унитарных). Данные нормы определяют содержание прав и обязанностей не только самих корпораций, но и их участников. Это имеет особую актуальность применительно к корпорациям, предполагающим множественность участников и особый характер внутрикорпоративных отношений, субъектами которых они выступают.

Само слово «корпорация» (от позднелат. «corporation») обозначает союз, группу лиц, объединенную общностью профессиональных или сословных интересов. Основная понятийная нагрузка термина «корпорация» во всех языках приходится на его характеристику как обобщающего понятия для всякого рода общностей людей.

В соответствии с ГК РФ корпорации – это юридические лица, учредители (участники) которых обладают правом участия (членства) в них и формируют их высший орган.

Законодатель закрепляет две главные особенности (два признака) корпорации:

- 1) участие (членство) в них их учредителей (участников);
- 2) формирование ими высшего органа юридического лица.

Первый, традиционный и общепризнанный признак корпорации вытекает из существа корпоративных отношений как отношений участия (членства). Членство в корпорации – это юридический статус лица (члена корпорации), характеризующийся наличием у него определенных прав и обязанностей, а также ответственности [9, с. 1].

В этих отношениях общий принцип отделения имущества юридического лица от имущества его учредителей (делающий возможным выступление юридического лица в качестве самостоятельного участника гражданских правоотношений) приобретает необходимое своеобразие: хотя имущество, переданное корпорации ее участниками (учредителями), перестает быть объектом их права собственности (даже долевой), они, однако, остаются ее членами, имеющими возможность участвовать в формировании воли созданного ими юридического лица, в том числе по поводу использования уже не принадлежащего им имущества корпорации.

Второй признак корпорации неизвестен традиционной теории корпоративного права. При этом он вызывает сомнения в своей обоснованности, поскольку, с одной стороны, учредители (участники) корпорации формируют не только ее высший орган, но и иные ее органы, а с другой стороны, учредители унитарных организаций обычно также формируют высшие (или единственные) органы этих юридических лиц [7, с. 12–17].

Но, по мнению В. К. Андреева, право на участие (членство) в юридических лицах не получило какого-либо закрепления в ГК РФ, кроме установления прав и обязанностей участников корпорации. В основных положениях о юридических лицах следовало бы закрепить в качестве общего правила норму о том, что участники коммерческой организации, прежде всего хозяйственные общества, могли бы получать

налоговые льготы и бюджетные преференции при создании производств, связанных с внедрением передовых научных разработок и технологий. В результате расширения предмета регулирования ГК РФ за счет включения в него корпоративных отношений кардинально изменилось существо корпоративных организаций и управление ими. К сожалению, право на участие (членство) в юридических лицах не получило какого-либо закрепления в ГК РФ, кроме установления прав и обязанностей участников корпорации [1, с. 2].

Таким образом, Гражданский кодекс РФ содержит новый критерий, который планируется применять к юридическим лицам всех организационно-правовых форм и который имеет самостоятельное значение наряду с критериями цели создания (осуществление предпринимательской деятельности либо общественно полезной деятельности) и возможности распределения прибыли среди участников юридического лица.

Применение нового критерия оправданно с точки зрения соответствия мировым тенденциям в правовом регулировании юридических лиц как субъектов гражданского права, а также с позиции законодательной экономии, позволяющей кодифицировать в нормах ГК РФ положения об особенностях реализации и защиты прав участников юридических лиц, разрозненно представленных в настоящее время в специальных законах о юридических лицах отдельных организационно-правовых форм.

С нашей точки зрения, следует активно поддержать позицию о выделении из числа юридических лиц организаций корпоративного типа. Особенности правового регулирования корпораций будут способствовать большей определенности не только в научной доктрине, но и в правоприменительной практике. Специальное, а значит, более эффективное правовое регулирование направлено на повышение эффективности предпринимательской деятельности корпораций.

### Библиографический список

1. *Андреев В. К.* Корпорация как самостоятельный субъект права // Гражданское право. 2015. № 1.
2. *Корпоративные* отношения: комплексные проблемы теоретического изучения и нормативно-правового регулирования : [монография] / под ред. Е. Д. Тягай. М. : Норма ; ИНФРА-М, 2014.
3. *Козлова Н. В.* Правосубъектность юридического лица. М. : Статут, 2005.
4. *Ломакин Д. В.* Корпоративные правоотношения : общая теория и практика ее применения в хозяйственных обществах. М. : Статут, 2008.
5. *Суханов Е. А.* Сравнительное корпоративное право. М. : Статут, 2014.
6. *Суханов Е. А.* О предмете корпоративного права : актуальные проблемы частного права : сб. ст. к юбилею П. В. Крашенинникова. М. : Статут, 2014.
7. *Суханов Е. А.* Понятие и виды корпораций в зарубежном и российском праве // Хозяйство и право. 2013. № 11.
8. *Постатейный* комментарий к главе 4 ГК РФ / под ред. П. В. Крашенинникова. М. : Статут, 2014.
9. *Шуткина И. С.* Реформа российского корпоративного законодательства : анализ новелл, внесенных в главу 4 ГК РФ «О юридических лицах» (лекция в рамках учебного курса «Предпринимательское право») // СПС «КонсультантПлюс».
10. *Reimann M.* Einführung in das US-amerikanische Privatrecht. 2. Aufl. München, 2004.

**Г. З. Мансуров**

доктор юридических наук, доцент, заведующий кафедрой гражданского права  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Нормы *lex mercatoria* в системе регуляторов международных расчетных сделок

**Аннотация.** Рассматривается система правовых регуляторов международных (трансграничных) сделок. Обосновывается исключительная роль в этой системе так называемых актов *lex mercatoria*. Спецификой современных международных расчетных отношений является то, что государства фактически устранились от регулирования их частноправовых аспектов. Образовавшийся пробел восполняется актами *lex mercatoria*, создаваемых в большинстве случаев международными организациями на базе обобщения международной коммерческой практики. В работе содержится анализ взаимодействия этих актов с международными и внутригосударственными актами с учетом сложившейся судебной практики.

**Ключевые слова:** правовой регулятор; акты МТП; международная расчетная сделка; обычай; обычновения; акты *lex mercatoria*.

Международные расчетные отношения как объективные экономические явления регулируются нормами как публичных, так и частных отраслей права. С точки зрения частного права они представляют собой комплекс сделок, условно именуемых «международная расчетная сделка». Спецификой современных международных расчетных отношений выступает то, что государства фактически устранились от регулирования *частноправовых* аспектов этих отношений. Образовавшийся пробел восполняется так называемыми актами *lex mercatoria*, важнейшими среди которых являются правила Международной торговой палаты (далее – МТП).

Целью данной статьи является анализ правовой природы этих актов.

Считается общепризнанным, что «в настоящее время термин *lex mercatoria* можно использовать лишь условно для общего обозначения различного рода регламентирующих документов, которые не исходят непосредственно от государств, не предполагают государственного одобрения, а по большей части создаются международными организациями на базе обобщения международной коммерческой практики» [2, с. 24]. В теории применительно к данному положению принято выделять обычаи, обычновения, контрактные положения, базирующиеся на типовых проформах (формулярное право), практике международных арбитражей и т. д.

Объективные трудности анализа указанных понятий – отсутствие исчерпывающего перечня и терминологическая неопределенность. Например, Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров от 11 апреля 1980 г. оперирует терминами «обычай» и «практика» (ст. 9)<sup>1</sup>, Гражданский кодекс РФ – терминами «обычай» (ст. 5) и «примерные условия» (ст. 427), Закон РФ «О международном коммерческом арбитраже» – понятием «торговый обычай» (п. 3 ст. 28) и т. д.

Для зарубежных нормативных актов характерны те же недостатки. Например, в праве ФРГ обычновения именуются «обычаями торгового оборота», а в Единообразном торговом кодексе США – «заведенным порядком»; сам же торговый обычай называется в Единообразном торговом кодексе «торговым обычновением» [9, с. 211]. Кроме того, в германском праве помимо понятия «обычное право» (*Gewohnheitsrecht*) в ряде статей Германского гражданского уложения содержится отсылка к «обычаям гражданского оборота» (*Verkehrssite*). Они имеют большое значение при толковании

<sup>1</sup> При этом, с точки зрения С. Геллетт, согласно ст. 9(2) Венской конвенции о договорах международной купли-продажи товаров обычай становится частью контракта и применяется преимущественно перед положениями конвенции [15, р. 709].



условий договоров и определении того, надлежащим ли образом произведено исполнение должником (§§ 157 и 242) [4, с. 61].

При возникновении вопроса об отнесении какой-либо нормы к обычаям необходимо руководствоваться судебными решениями или заключениями торгово-промышленной палаты. Например, ТПП РФ согласно ст. 15 Закона РФ от 7 июля 1993 г. «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» может свидетельствовать торговые и портовые обычаи, принятые в РФ.

Наряду с обычаями в правоотношениях с иностранным элементом применяются *обыкновения*. Определение данной правовой категории в отличие от обычая в ГК РФ не содержится.

В литературе по международному контрактному праву обращается внимание на отличия обычая от обыкновения. Зарубежные авторы отмечают, что там, где заканчивается обыкновение, начинается обычай. Обыкновение – это правило, не получившее полного юридического признания; обыкновения могут конфликтовать между собой, тогда как обычаи должны быть единообразными [20, p. 69; 21, p. 36].

Согласно ст. 1-205 Единообразного торгового кодекса США под обыкновением понимается «любая практика или порядок деловых отношений, соблюдение которых в тех или иных местах, профессии или сфере деятельности носит настолько постоянный характер, что оправдывает ожидание их соблюдения также и в связи с данной сделкой». Для обыкновений характерно то, что они не являются источниками права. Они используются как способ установления отсутствующих в договоре сведений [6, с. 75].

Эти документы применяются для восполнения правового пробела: «они должны быть приняты во внимание при толковании юридических сделок, ибо в случае сомнения надлежит считать, что смысл данного волеизъявления соответствует тому же смыслу, который считается обычным в гражданском или торговом обороте» [10, с. 87].

К числу *важнейших актов lex mercatoria в сфере международных расчетных отношений* относятся Унифицированные правила и обычаи для документарных аккредитивов 2007 г. (публикация № 600), Унифицированные правила и обычаи для инкассо 1996 г. (публикация № 522), Унифицированные правила и обычаи для гарантий по первому требованию 1992 г. (публикация № 458), Унифицированные правила и обычаи для контрактных гарантий 1978 г. (публикация № 325), Унифицированные правила для межбанковского рамбурсирования по документарным аккредитивам 1996 г. (публикация № 525), Руководство МТП по международному банковскому переводу средств и компенсации 1990 г. и т. д.

Правовая природа актов *lex mercatoria* является в настоящее время предметом дискуссий. В отечественной и иностранной литературе предметом наибольшего внимания традиционно выступают Унифицированные правила и обычаи для документарных аккредитивов (далее – УП и УСП).

В западной литературе по этому поводу существуют следующие точки зрения:

1) *lex mercatoria* является автономным правовым порядком, существующим независимо от национальных правовых порядков [16, p. 114];

2) это совокупность норм, достаточных для разрешения международных коммерческих споров, действующих альтернативно по отношению к национальному праву, применимому в противном случае [18, p. 50];

3) это дополнение к применимому национальному праву, представляющее собой не более чем постепенную консолидацию обычаев и установившейся практики в международной торговле [19, p. 157].

Например, Р. Гуд считает, что «стороны контракта могут договориться, что их права и обязанности по документарному аккредитиву должны регулироваться УСП, даже если УСП не были инкорпорированы в текст самого аккредитива. Со своей сто-

роны, суд также может прийти к выводу, что стороны подразумевали применение УСР, например, исходя из постоянной практики их взаимоотношений (заведенного порядка), относительно ссылок на УСР, или даже исходя из того факта, что УСР являются настолько универсально применимыми, что намерение сторон в применении УСР может предполагаться» [17, р. 25].

Дж. Долан приходит к выводу о том, что УСР не являются законом. Если стороны прямо инкорпорировали данный документ, то соблюдение его положений становится условием договора, и данные правила будут применяться до той степени, которая допускается применимым законом. Если аккредитив не ссылается на Унифицированные правила, они тем не менее будут заполнять все пробелы аккредитива, если сторона докажет, что Унифицированные правила являются регулярно соблюдаемым торговым обычаем. Если аккредитив не ссылается на Унифицированные правила и нет доказательств того, что они являются регулярно соблюдаемым торговым обычаем, данные правила, тем не менее, будут служить убедительным аргументом в пользу существования соответствующей практики [14, р. 263].

В экономической литературе распространена характеристика любого документа, регулирующего трансграничные отношения, как международного договора. Так, по мнению А. В. Круглова и Т. Г. Тумарова, УП-500 являются разновидностью «межгосударственных договоренностей» [11, с. 18].

Подобное ошибочное суждение встречается иногда и в судебных актах. Так, согласно позиции ФАС Московского округа, «Инкотермс-90, изданный Международной торговой палатой, состоит из унифицированных правил международной практики, применяемых при заключении различных видов международных договоров, таким образом, *представляет собой акт, содержащий общепризнанные принципы и нормы международного права* (курсив мой – Г. М.)»<sup>1</sup>.

Такой же позиции ФАС Московского округа придерживается по поводу правовой природы актов МТП в сфере расчетных отношений: «Одному из основных источников общепризнанных норм и принципов международного права, а именно – международному обычаю, каковыми являются Унифицированные правила и обычаи для документарных аккредитивов, в законодательной форме был придан обязательный характер, и суд не мог игнорировать их применение по своему усмотрению. Более того, обязательность применения общепризнанных норм и принципов международного права как *составной части правовой системы Российской Федерации установлена ч. 4 ст. 15 Конституции Российской Федерации* (курсив мой – Г. М.)»<sup>2</sup>.

По мнению одного из арбитражных апелляционных судов, «унифицированные правила являются международными стандартами в силу ст. 7 ГК РФ»<sup>3</sup>, хотя в ГК РФ словосочетание «международный стандарт» отсутствует.

В отечественной юридической литературе принято характеризовать акты МТП как *свод обычаев делового оборота или обыкновений* [4, т. 1, с. 93]. Например, Л. А. Новоселова рассматривает их как «согласованные условия договора» [8, с. 283]. По мнению Н. Ю. Ерпылевой, «данные правила содержат международные нормы диспозитивного характера, что требует для их применения прямой ссылки на них в тексте между-

<sup>1</sup> Постановление ФАС Московского округа от 24 декабря 2002 г. № КА-А41/8345-02 // СПС «КонсультантПлюс». Но юрисдикционные органы в ряде случаев ограничиваются ссылкой на акты МТП без указания их правовой природы. См., например: постановление ФАС Северо-Кавказского округа от 10 июня 2013 г. по делу № А53-29109/2012 // СПС «КонсультантПлюс».

<sup>2</sup> Постановление ФАС Московского округа от 7 октября 1998 г. № КГ-А40/2316-98 // СПС «КонсультантПлюс».

<sup>3</sup> Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 17 декабря 2010 г. № 17АП-12262/2010-ГК по делу № А60-24426/2010 // СПС «КонсультантПлюс».

народного коммерческого контракта» [7, с. 997]. Л. П. Ануфриева отмечает, что «в Унифицированных правилах нашли отражение элементы обыкновений, завоевавшие сегодня прочное место в практике регулирования коммерческих отношений» [1, т. 2, с. 371].

Очевидно, что формальный подход к правовой природе актов *lex mercatoria* и соответственно к месту в системе регуляторов международных расчетных сделок ошибочен. Признание этих актов сводом обычаев и обыкновений обусловит возможность исключения их применения частноправовым соглашением. Однако в сфере расчетных отношений, в том числе международных, это невозможно в силу того, что *межбанковский документооборот базируется именно на этих актах*. Кроме того, российские банки обязаны подчиняться актам МТП, так как это является условием заключения корреспондентского договора с иностранными банками. Клиенты российских банков в свою очередь обязаны подчиняться вышеназванным актам, поскольку договор банковского счета выступает разновидностью договора присоединения.

Таким образом, рассмотрев соотношение актов *lex mercatoria*, в том числе актов МТП, в сфере расчетных отношений с иными правовыми регуляторами и договорными условиями, можно констатировать факт, что данные акты представляют собой *новое явление, не изученное в достаточной степени современной теорией права*. Их специфика заключается в том, что, фактически являясь обычаями международного торгового оборота и/или рекомендациями МТП, они имеют признаки императивных норм при регулировании международных расчетных сделок.

### Библиографический список

1. Ануфриева Л. П. Международное частное право : [в 3 т.]. М., 2000.
2. Бахин С. В. «Lex mercatoria» и унификация международного частного права // Журн. междунар. частного права. 1999. № 4(26).
3. Ефимова Л. Г. Банковские сделки: право и практика : [монография]. М., 2001.
4. Гражданское и торговое право капиталистических государств : [в 2 ч.] / отв. ред. Р. Л. Нарышкина. М., 1983. Ч. 1.
5. Гражданское право : [в 4 т.] / отв. ред. Е. А. Суханов. М., 2007.
6. Гражданское право : [в 3 т.] / под ред. А. П. Сергеева. М., 2009.
7. Ертылева Н. Ю. Международное частное право : учебник. М., 2011.
8. Кредитные организации в России : правовой аспект / отв. ред. Е. А. Павлодский. М., 2006.
9. Кулагин М. И. Предпринимательство и право : опыт Запада // Кулагин М. И. Избранные труды. М., 1997.
10. Луцк Л. А. Курс международного частного права. М., 2002.
11. Основы международных валютно-финансовых и кредитных отношений / науч. ред. В. В. Круглов. М., 1998.
12. Проблемы унификации международного частного права : [монография] / отв. ред. А. Л. Маковский, И. О. Хлестова. М., 2012.
13. Щербина М. В. Аккредитив в международных расчетах : некоторые вопросы теории и практики // Журн. междунар. частного права. 1996. № 1.
14. Dolan J. The Law of Letters of Credit. Warren, Gorham & Lamont, Inc., Rev. ed. 1996.
15. Gillette C. Harmony and Stasis in Trade Usages for International Sales // Virginia Journal of International Law. 1999.
16. Goldman B. The Applicable Law : General Principles of Law – the Lex Mercatoria // Contemporary Problems of International Arbitration // J. Lee (ed) Contemporary Problems of International Arbitration. L. : Center for Commercial Law Studies, 1986.
17. Goode R. Abstract payment undertakings and the rules of the International Chamber of Commerce // Saint Louis University Law Journal. 1995. No. 39.
18. Lowenfeld A. Lex Mercatoria : an Arbitrator's View // Carbonneau (ed.) Lex Mercatoria : an Arbitration. N. Y. : Transnational Juris Publications. 1990.
19. Mustill L. The New Lex Mercatoria // Liber Amicorum Lord Wilberforce, OUP. 1987.
20. Roberts J. International Sale of Goods // International Transactions. Trade and Investment, Law and Practice / ed. by M. Wilde. Melbourne : The Law Book Company Limited, 1993.
21. Starke J. Introduction to International Law. 10<sup>th</sup> ed. 1989.

**О. С. Троценко**

*магистр частного права, кандидат юридических наук,  
доцент кафедры предпринимательского права  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## **Проблемы отраслевой принадлежности норм, регулирующих земельные отношения**

**Аннотация.** В статье анализируется ряд дискуссионных проблем, связанных с особенностями правового положения земельных участков: 1) соотношение объемов понятий «земля» и «земельный участок»; 2) правовой режим искусственных земельных участков и 3) проблема взаимодействия частноправовых и публично-правовых норм при регулировании земельных отношений.

**Ключевые слова:** земля; земельный участок; искусственный земельный участок; земельные правоотношения; отраслевая принадлежность норм, регулирующих земельные отношения.

Правовой режим земель всегда был в центре внимания законодателей развитых стран. Как отмечал еще Ш. Монтескье, раздел земель – вот главная причина, увеличивающая объем гражданского свода законов народов. У народов, не имеющих этого раздела, гражданских законов очень мало [11, с. 398]. Для отечественного законодательства после земельной реформы начала 1990-х годов характерна тенденция к постоянному усложнению правового регулирования земельных отношений.

Анализу правового режима земельного участка должно предшествовать его определение, поскольку в литературе в настоящее время нет общепринятой точки зрения по поводу соотношения понятий «земля» и «земельный участок». Однако следует учитывать, что юридический термин, будучи обобщенным наименованием юридического понятия, должен иметь смысловую однозначность и функциональную устойчивость. Соответственно для единства юридической терминологии необходимо, чтобы при обозначении в нормативном тексте определенного понятия последовательно употреблялся один и тот же термин, а при обозначении разных, не совпадающих между собой понятий, использовались различные термины [13, с. 65].

С учетом изложенного следует обратить внимание на случаи неправомерного использования терминов «земля» и «земельный участок» как синонимов [4]. Так, согласно п. 2 ст. 7 Закона Челябинской области от 28 апреля 2011 г. № 120 «О земельных отношениях» земельные участки предоставляются гражданам впервые в собственность бесплатно однократно из земель, не ограниченных в обороте, при наличии свободных земель (земельных участков). Сходные ошибочные формулировки содержатся также в Законе Тульской области от 12 ноября 2007 г. № 898-ЗТО «О регулировании отдельных земельных отношений в Тульской области» (п. 1–7 ст. 7), Законе Амурской области от 29 декабря 2008 г. № 166-ОЗ «О регулировании отдельных вопросов в сфере земельных отношений на территории Амурской области» (п. 2 ст. 3, п. 6 ст. 6) и ряде других нормативных актов.

Анализ нормативных актов позволяет прийти к выводу о том, что термин «земля» используется, как правило, в тех случаях, когда нормативный акт адресован неопределенному кругу лиц (например, народам, проживающим на соответствующей территории) или как обобщающий термин (например, участки земли, используемые для ведения традиционного природопользования и традиционного образа жизни, в том числе олени пастбища, охотничьи и иные угодья), а термин «земельный участок» соответственно в тех случаях, когда устанавливаются права и обязанности конкретных субъектов (собственников земельных участков, землепользователей, землеуладельцев, арендаторов и др.).

Однако в нормативных актах можно обнаружить и исключения. Например, согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона от 6 февраля 1997 г. № 27-ФЗ «О внутренних войсках Министерства внутренних дел Российской Федерации» земли (во множественном числе!) для размещения и постоянной деятельности органов управления внутренними войсками, соединений, воинских частей, военных образовательных учреждений высшего профессионального образования и учреждений внутренних войск предоставляются им в соответствии с законодательством Российской Федерации. Очевидно, что в данном случае речь идет о предоставлении не абстрактных земель, а конкретных земельных участков. В этом смысле более корректна формулировка ч. 2 ст. 10 Федерального закона от 3 августа 1995 г. № 123-ФЗ «О племенном животноводстве», согласно которой права на земельные участки, порядок предоставления и режим использования земельных участков, установление охранных зон на указанных участках определяются законодательством Российской Федерации.

В настоящее время легитимное определение земельного участка содержится, в частности, в Земельном кодексе РФ. Согласно ст. 11.1 данного нормативного акта земельным участком является часть земной поверхности, границы которой установлены в соответствии с федеральными законами.

В доктрине определение земельного участка более развернуто. Так, по мнению О. В. Бурлаченко, земельный участок – это часть земной поверхности (в том числе покрытой лесом, многолетними насаждениями, иной растительностью), идентифицируемая установлением пространственных границ, вне зависимости от наличия или отсутствия почвенного слоя, на которой могут располагаться обособленные водные объекты [3, с. 16]. Аналогичного мнения придерживаются О. И. Крассов [8, с. 4–12] и О. И. Короткова [9, с. 59–63].

Не утихает дискуссия по поводу правового режима искусственных земельных участков. Важность данной проблемы обусловлена тем, что существует необходимость установления применимости земельно-правовых норм к отношениям, возникающим по поводу этих объектов.

Очевидно, что земля – образование естественное. Желая подчеркнуть данное обстоятельство, А. А. Дегтев предлагает включить в Земельный кодекс РФ следующее определение. Земля – это естественно возникший компонент природной среды, поверхностный (в том числе почвенный) слой суши, расположенный над недрами, характеризующийся особым органоминеральным составом, строением, границами в пространстве и выполняющий необходимые для обеспечения жизнедеятельности человека и окружающей среды функции [5, с. 55]. Архаичность данного предложения обусловлена, по нашему мнению, существованием искусственных земельных участков, которые представляют собой не что иное, как часть земли.

Например, на Черном море вблизи Сочи появился искусственный остров общей площадью 250 га, на котором создана гигантская курортная зона с развитой инфраструктурой отдыха. Для определения правового положения искусственных земельных участков принят Федеральный закон от 19 июля 2011 г. № 246-ФЗ «Об искусственных земельных участках, созданных на водных объектах, находящихся в федеральной собственности, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Этим документом регулируются отношения, связанные с созданием на водных объектах, находящихся в федеральной собственности, искусственных земельных участков для целей строительства на них зданий, сооружений либо их комплексного освоения в целях строительства.

Таким образом, законодатель приравнял искусственные и естественные земельные участки. Необходимо данное обстоятельство учесть в законотворческой деятельности и, в частности, внести дополнения в легитимное определение земельного участка.

Представляется, что предметом наибольших дискуссий в литературе выступает отраслевая принадлежность норм, регулирующих земельные отношения. Отправной точкой для них послужили земельные реформы начала 1990-х годов. В советский период земля находилась в исключительной собственности государства. Например, согласно ст. 95 Гражданского кодекса РСФСР земля, ее недра, воды и леса, являясь исключительной собственностью государства, могли предоставляться только в пользование. Взаимоотношения государства и пользователей земельных участков были только публично-правовыми – административно-правовыми или земельно-правовыми.

В настоящее время по данной проблеме существуют две основные точки зрения: земельные отношения являются объектом гражданского права [1, с. 61; 2, с. 42] либо земельного права [6, с. 555].

По мнению Е. А. Суханова, с возрождением частной собственности на землю и возвращением в российское право категории недвижимости «земельные отношения», утратив единство, распались на две группы, составляющие предмет соответственно публично-правового и частноправового (гражданско-правового) регулирования [15, с. 4–21].

Радикальный противник приведенной точки зрения Н. Н. Осокин полагает, что включение земельных участков в сферу гражданского права, субъекты которого свободны в направлении использования и не ограничены в распоряжении своим имуществом, приведет к деградации окружающей среды. Поэтому, утверждает он, именно земельное законодательство должно определить пределы включения земли в сферу гражданского оборота [7, с. 52–53]. Он также считает, что выделение земельного участка из объекта земельных отношений ненаучно, как и отнесение к гражданским отношениям вопросов, связанных с управлением земельными ресурсами страны [12, с. 375].

Эту позицию разделяет Г. В. Чубуков. По его мнению, земля есть особая разновидность недвижимости, все проживающие на российской земле народы должны (по праву своего рождения) признаваться сособственниками общенародного достояния, а земельный порядок и объем земельных прав определяться не гражданским законодательством, а на референдумах сособственников [16, с. 27].

При оценке указанных и иных суждений об отраслевой принадлежности норм, регламентирующих земельные отношения, представляется необходимым исходить из того, что в зависимости от особенностей формирования норм права есть «правоотношения, которые регулируют фактически существующий вид общественных отношений, и такие правоотношения, которые сами по себе (но опираясь на фактические обстоятельства) образуют особый вид отношений, без них вообще не существующий» [17, с. 224].

Иными словами, земельные отношения, по терминологии Л. С. Явича, представляют собой фактически существующий вид общественных отношений, в отличие, например, от процессуальных отношений, существование которых обусловлено действием норм процессуального законодательства. В этом качестве земельные отношения могут регламентироваться нормами самых разных отраслей.

При этом следует учитывать, что имущественные отношения по поводу земельных участков могут возникнуть на основе не только норм гражданского права, но и норм других отраслей (административного, конституционного, муниципального, международного права и т. д.). Дореволюционный цивилист следующим образом отмечал данное обстоятельство: поземельные участки, принадлежащие по праву собственности частным лицам, в то же время составляют части государственной территории [10, с. 142]. По мнению современного специалиста, обширное специальное зако-

подательство о земле и недрах является комплексным, поскольку объединяет в себе нормы разной отраслевой принадлежности [14, с. 283].

Наиболее часто земельные отношения регламентируются нормами гражданского и административного права. Однако эти отношения могут содержать юридические факты, влекущие действие норм иных отраслей. Так, Правительство Российской Федерации и Правительство Республики Беларусь заключили соглашение о взаимной передаче в собственность земельных участков и об аренде земельных участков. Согласно ст. 1 данного документа российская сторона передаст в собственность Республике Беларусь земельные участки, расположенные на территории РФ в пос. Красная Поляна Адлерского района Краснодарского края, суммарной площадью 16,32 га. Белорусская сторона в свою очередь обязуется передать в собственность России земельные участки, расположенные на территории Республики Беларусь в Минске и Минской области, такой же площади.

Международной практике известны также примеры безвозмездной передачи земельных участков. Так, согласно ст. 1 Протокола между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Черногория о передаче в собственность Российской Федерации здания и прилегающего к нему земельного участка в г. Подгорице Черногория передает на безвозмездной основе в собственность РФ недвижимость, состоящую из трехэтажного здания площадью 669 м<sup>2</sup>, расположенного в г. Подгорице по ул. Вака Джуровича, д. 135, и прилегающего к нему земельного участка площадью 892 м<sup>2</sup>, включая территорию под зданием.

Очевидно, что такие межгосударственные имущественные отношения являются объектом международного публичного права, и нормы гражданского права к ним могут быть применимы только subsidiarily.

Исходя из изложенного, можно заключить следующее.

1. Анализ нормативных актов позволяет прийти к выводу о том, что термин «земля» используется, как правило, в тех случаях, когда нормативный акт адресован неопределенному кругу лиц, или как обобщающий термин), а термин «земельный участок» – в случаях установления прав и обязанностей конкретных субъектов.

2. Земельные отношения, обладая достаточной самостоятельностью в силу того, что могут существовать даже как фактические отношения вне правового регулирования, не являются производной какой-либо нормы или норм права, как это характерно в основном для публично-правовых отношений. В силу данного обстоятельства земельные отношения выступают объектом регулирования разных отраслей права. Соответственно объектом гражданских прав может быть только земельный участок, так как вещное право может возникать лишь на объекты гражданского права, а таковые появляются после обособления части земли. Земля, понимаемая как территория (пространственный операционный базис), считается объектом конституционного права, земля как природный объект – объектом природоохранного (экологического) права.

3. В случае определения правового режима земельных участков межгосударственными соглашениями нормы гражданского права к ним могут быть применимы только subsidiarily.

### Библиографический список

1. Александров А. Д. Новый Земельный кодекс РФ об аренде, купле-продаже и мене земельных участков // Юрид. мир. 2002. № 1.
2. Анисимов А. П., Чаркин С. А., Чикильдина А. Ю. Актуальные вопросы признания прав на земельный участок // Цивилист. 2011. № 1.
3. Бурлаченко О. В. Земельный участок в системе недвижимого имущества : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Екатеринбург, 2006.

4. *Гришаев С. П.* Новые тенденции в правовом регулировании земельных участков как объектов права собственности // ИПП «Гарант».
5. *Дегтев А. А.* Земля – объект земельных и гражданских правоотношений // Право и экономика. 2005. № 8.
6. *Ерофеев Б. В.* Земельное право : учебник. М., 1999.
7. *Карамышева О. В.* Пути развития земельного законодательства Российской Федерации (материалы круглого стола) // Государство и право. 1999. № 1.
8. *Крассов О. И.* Земельный участок – основа понятийного аппарата земельного права // Экологическое право. 2011. № 4.
9. *Короткова О. И.* О распоряжении земельными участками, государственная собственность на которые не разграничена // Современное право. 2011. № 4.
10. *Мейер Д. И.* Русское гражданское право. М. : Статут, 1997. Ч. 1.
11. *Монтескье Ш.* О духе законов. Избранные произведения. М. : Государственное изд-во полит. лит-ры, 1955.
12. *Осокин Н. Н.* К вопросу о природе земельных отношений // Экологическое право России : сб. материалов науч.-практ. конф. 1995–1998 гг. / под ред. А. К. Голиченкова. М., 1999.
13. *Пиголкин А. С.* Язык закона. М., 1990.
14. *Предпринимательское право* / отв. ред. В. С. Белых. М. : Проспект, 2008.
15. *Суханов Е. А.* О концепции развития гражданского законодательства Российской Федерации // Вестн. гражданского права. 2010. № 4.
16. *Чубуков Г. В.* Земельная недвижимость как правовая категория // Нотариус. 2003. № 4.
17. *Явич Л. С.* Общая теория права. Л., 1976.

#### **Т. Ю. Фегорова**

*кандидат педагогических наук, доцент кафедры гражданского права  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

### **Акты судебно-арбитражной практики в системе регуляторов гражданско-правовых отношений**

**Аннотация.** В статье рассматривается вопрос о правовой природе актов судебных органов, проводится анализ различных точек зрения, подтвержденных позициями юрисдикционных учреждений, делается вывод о нормативном характере актов высших судебных органов.

**Ключевые слова:** правовая природа актов судебных органов; судебный прецедент; акты толкования; источник права.

Как известно, правовая природа актов судебных органов выступает предметом постоянных дискуссий. Поэтому в литературе по поводу «прецедентной» роли юрисдикционных актов обнаруживается большое разнообразие мнений [1; 9; 10; 13; 14]. Следует учитывать, что данная проблема является неоднозначной для специалистов большинства стран романо-германской системы права. Некоторые представители западной теории судебную власть именуют «паразаконодательной». При этом они ссылаются, в частности, на ст. 1 Гражданского кодекса Швейцарии, согласно которой «в случае, когда отсутствует подходящее положение в виде закона, судья принимает решение в соответствии с обычным правом, а в случае, когда отсутствует обычай – в соответствии с правилами, которые он утвердил бы, если бы мог действовать на правах законодателя. Судья должен опираться на решения, уже закрепленные в традиции толкования и в судебной практике». Однако Р. Давид, учитывая позицию швейцарских юристов, отмечает, что в целом ст. 1 Гражданского кодекса активно не использовалась [4, с. 132].

В отечественной теории также нет единого мнения. Дореволюционный теоретик Е. Н. Трубецкой отмечал, что «так или иначе, частью путем прецедента, частью путем обычая, судебная практика, несомненно, создает новые нормы в дополнение к закону и потому должна рассматриваться как самостоятельный источник права» [12, с. 132].



Ряд современных отечественных специалистов полагают, что свойством судебного прецедента наделены акты Высшего арбитражного суда РФ и Верховного суда РФ. Так, по мнению В. Демидова, содержащиеся в постановлении Пленума Верховного суда РФ разъяснения по вопросам применения законодательства, основанные на требованиях закона и обобщенных данных судебной практики в масштабах страны, представляют собой своеобразную форму судебного прецедента [5, с. 23].

Приведенное утверждение подкреплено позицией одного из высших юрисдикционных учреждений: согласно п. 5.1 Постановления Пленума Высшего арбитражного суда РФ от 14 февраля 2008 г. № 14 «О внесении дополнений в Постановление Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 12 марта 2007 г. № 17 „О применении Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации при пересмотре вступивших в законную силу судебных актов по вновь открывшимся обстоятельствам“» суд апелляционной или кассационной инстанции должен учитывать правовую позицию ВАС РФ, оценивая, существуют ли основания для изменения или отмены обжалуемого судебного акта. Это касается решений, принятых на основании законодательства, практика применения которого определена ВАС РФ уже после принятия решения по делу.

В современной литературе имеется и противоположное мнение. В частности, В. А. Белов считает, что «акты Пленума Высшего арбитражного суда (как, впрочем, и Пленума Верховного суда) РФ относятся к разряду актов толкования (интерпретации), т. е. актов, опять-таки не создающих новых норм, но уясняющих смысл норм уже существующих (не привносящих в правовое регулирование общественных отношений ничего нового)» [2, с. 179].

Данной позиции придерживаются ряд окружных судов. Например, ФАС Западно-Сибирского округа в одном из своих постановлений указал следующее: «Довод о неприменении судом при разрешении данного спора судебной практики Федерального арбитражного суда Уральского округа по аналогичному спору отклоняется, поскольку при существующей в Российской Федерации континентальной правовой системе судебный прецедент не является источником права». ФАС Северо-Западного округа полагает, что «юридический прецедент не является официальным источником права в Российской Федерации, а представляет собой толкование нормы права и пример ее применения с учетом конкретных обстоятельств дела». Однако следует отметить, что, делая такие выводы, указанные юрисдикционные органы не учитывали содержание актов высших юрисдикционных органов.

Председатель Высшего арбитражного суда РФ А. А. Иванов констатирует, что российское правосудие меняет свою природу. Оно движется от романо-германской правовой системы к прецедентному праву. Эволюция, по словам А. А. Иванова, началась «с того момента, как наши высшие суды получили право принимать постановления пленумов о толковании законов». Таким образом, российский судья должен апеллировать не только к букве закона, но и к вердикту, который был вынесен Конституционным или Высшим арбитражным судом по конкретному делу [15].

На VII Всероссийском съезде судей А. А. Иванов прямо отметил: «Работа судебной системы должна быть предсказуемой... Нужно активнее изучать практику судов всех уровней и уделить особое внимание подготовке обзоров по итогам ее анализа и обобщения. Нужно ввести в практику преюдициальные запросы. И главное – необходимо признать судебными прецедентами решения судов высших инстанций» [16].

Такой же позиции придерживается Г. А. Гаджиев: «По сути дела, при решении вопроса о том, что является нормативным актом как источником права, как объектом судебного нормоконтроля в данном деле, КС РФ исходил не из формально- юриди-

ческих признаков, а из атрибутивных, сущностных признаков: если нормативный акт реально участвует в процессе правового регулирования, то это нормативный акт» [3, с. 22]. Исходя из этого, данный автор выделяет новые источники права: общепризнанные принципы права, правовые позиции Европейского суда по правам человека, правовые позиции Конституционного суда РФ и правовые позиции Верховного суда РФ и Высшего арбитражного суда РФ [3, с. 23; 7, с. 8–9].

М. С. Саликов, придерживаясь той же позиции, именует Конституционный суд РФ «квазизаконодателем» [8, с. 14].

Г. Я. Стоякин предлагает следующую классификацию актов высших судебных органов: первая группа включает нормы-разъяснения, «не изменяющие и не дополняющие действующие нормы законодательных актов»; вторая группа представляет собой нормы-толкования, «причем толкование носит, как правило, распространительный характер»; третья группа состоит из правовых норм. По его мнению, «каким бы новым термином ни называли устанавливаемые в постановлениях Пленума ВС нормы общего характера, регулирующие общественные отношения, они по своей юридической силе и способу воздействия на участников этих отношений являются нормами права. И независимо от того, включены ли они впоследствии в состав другого нормативного акта или закреплены только в постановлении пленума, в случае их нарушения предусмотрена единая санкция процессуального характера – отмена или изменение решения суда» [12, с. 49–57].

Мнение о нормативном характере актов высших судебных органов соответствует содержанию нормативных правовых актов о статусе юрисдикционных органов. Например, согласно ч. 2 ст. 13 ФКЗ от 28 апреля 1995 г. (в ред. от 30 апреля 2010 г.) «Об арбитражных судах в Российской Федерации» по вопросам своего ведения Пленум Высшего арбитражного суда РФ принимает постановления, обязательные для арбитражных судов в Российской Федерации.

Конституционный суд РФ в своем Постановлении от 21 января 2010 г. № 1-П «По делу о проверке конституционности положений ч. 4 ст. 170, п. 1 ст. 311 и ч. 1 ст. 312 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в связи с жалобами закрытого акционерного общества „Производственное объединение «Берег»“, открытых акционерных обществ „Карболит“, „Завод «Микропровод», и Научно-производственного предприятия „Респиратор“» разъяснил: «В российской судебной системе толкование закона высшими судебными органами оказывает существенное воздействие на формирование судебной практики. По общему правилу оно фактически – исходя из правомочий вышестоящих судебных инстанций по отмене и изменению судебных актов – является обязательным для нижестоящих судов на будущее время».

Таким образом, в настоящее время нормативный характер в Российской Федерации имеют только акты высших судебных органов.

### Библиографический список

1. Арановский К. В., Князев С. Д. Судьба судебного прецедента в романо-германском праве // Журн. конституционного правосудия. 2013. № 4.
2. Белов В. А. Гражданское право. Общая часть. М., 2011. Т. 1 : Введение в гражданское право.
3. Гаджиев Г. А. Правовые позиции Конституционного суда РФ как новый источник российского гражданского права // Закон. 2006. № 11.
4. Давид Р. Основные правовые системы современности / пер. с фр. В. А. Туманова. М., 1988.
5. Демидов В. О роли и значении постановлений Пленума Верховного суда Российской Федерации // Бюл. Верховного суда РФ. 1998. № 3.
6. Демченко Г. В. Судебный прецедент. Варшава, 1903.

7. Кажлаев С. А. Генезис и способы универсализации правовых позиций Конституционного суда Российской Федерации : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2006.
8. Конституционное право Российской Федерации : сб. суд. реш. / [сост. М. С. Саликов]. Екатеринбург, 1997.
9. Лазарев В. В. Нормативная природа судебного прецедента // Журн. рос. права. 2012. № 4.
10. Подгаевский А. О. Значение судебного прецедента в России // Арбитражный и гражданский процесс. 2011. № 11.
11. Стоякин Г. Я. Роль судебной практики в формировании гражданского правоотношения // Актуальные проблемы гражданского права : межвуз. сб. науч. тр. Свердловск, 1986.
12. Трубецкой Е. Н. Энциклопедия права. СПб., 1998 (по изд. 1913 г.).
13. Ушаков А. В. Изменения в полномочиях Конституционного суда РФ : нормативное закрепление сложившейся практики или еще один шаг к судебному прецеденту? // Конституционное и муниципальное право. 2013. № 2.
14. Цветков И. В. Проблема обратной силы судебных прецедентов // Закон. 2012. № 10.
15. Мошкин М. Удобный прецедент. URL : <http://www.vremya.ru/2010/46/51/249993.html>.
16. Доклад Председателя Высшего арбитражного суда Российской Федерации А. А. Иванова на VII Всероссийском съезде судей. URL : <http://www.arbitr.ru/news/20242.html>.

# Актуальные вопросы теории и практики менеджмента и маркетинга в глобальном экономическом пространстве

**И. Д. Возмилов**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## Применение инструментов бренд-менеджмента на рынке ювелирных изделий

**Аннотация.** В данной статье рассмотрена маркетинговая политика и характерные особенности брендинга одной из крупнейших ювелирных компаний PANDORA. Выявлены основные тенденции современной успешной брендинговой стратегии на рынке ювелирных изделий: кастомизация, event-маркетинг, концепция повторных покупок, маркетинг совместного творчества. На основе проведенного исследования сделан вывод о необходимости повышения лояльности потребителей, вызванной эмоционально-чувственными характеристиками бренда, и проведения политики бренд-менеджмента, который ориентирован на длительное сотрудничество с клиентом и определяет дальнейшее развитие высококонкурентных рынков.

**Ключевые слова:** бренд-менеджмент; кастомизация; event-маркетинг; концепция повторных покупок; маркетинг совместного творчества.

В Российской Федерации с ростом доходов населения все большее количество потребителей тратят средства на приобретение элементов роскоши, в частности ювелирных изделий, происходит постепенная переориентация спроса на товар класса «люкс». Данная тенденция обусловлена тем, что потребители выражают интерес к ювелирным украшениям как средству, способному серьезно дополнить и подчеркнуть стиль одежды, а также статус их владельца. По данным Гохран России (государственного учреждения по формированию Государственного фонда драгоценных металлов и драгоценных камней Российской Федерации), россияне тратят на покупку ювелирных украшений порядка 120 млрд р. в год, приобретая 80 т этих изделий [8]. Согласно данным маркетингового исследования российского рынка ювелирных изделий, ежегодные темпы роста рынка составляют порядка 10–15% [4].

До начала активного развития рынка ювелирных изделий предложение на рынке состояло из стандартных моделей ювелирных украшений. Сегодня все больше наблюдается тенденция к предпочтению и предложению на рынке продукции высокого качества, когда в цене изделия играет роль не только лигатурная масса (общая масса в граммах) драгоценных металлов и наличие драгоценных или полудрагоценных камней, но и дизайн, а также мода на изделия данной категории за рубежом. В связи с этим рынок активно расширяется, появляются новые магазины с разнообразным ассортиментом ювелирных украшений, что способствует увеличению конкуренции между производителями ювелирных изделий, представленных или готовящихся выйти на рынок РФ. Одним из факторов борьбы с конкуренцией на рынке становится грамотный и профессиональный подход к брендингу. Ф. Котлер отмечает: «Самое важное понятие в маркетинге – понятие бренда. Если вы не бренд – вы не существуете. Кто же вы тогда? Вы – обычный товар». Более того, в условиях изобилия предлагаемых для покупки благ потребителям нужно нечто большее, чем просто качественный продукт. Сегодня компании не только стремятся выстроить классическое функциональное позиционирование своих брендов, но и пытаются эмоционально окрасить их.

Согласно концепции 4D-брендинга Т. Гэда, будущее брендинга за брендами-друзьями. Для поддержания дружбы с потребителем важно не только иметь с ним схожие взгляды и разделять близкие ценности, но и постоянно проявлять интерес к его жизни, а также участвовать в совместной деятельности, в ходе которой крепнут дружеские отношения. Став однажды «другом» для человека, бренд способен занимать эту позицию в его сознании на протяжении долгих лет или даже всей жизни.

Обязательным условием успешного существования и функционирования бренда является соблюдение общего фирменного стиля – визуального и смыслового единства образа организации (название продукта, логотип, фирменные цвета, слоган, стиль, а также иные объекты интеллектуальной собственности, принадлежащие организации). Как отмечает К. Робертс, автор концепции «lovemarks»: «Рекламные агентства часто проявляют себя лишь в самом конце разработки продукта, чтобы „нанести“ на него тонкий слой эмоций. Тонкий слой эмоций – этого слишком мало. Мы должны бороться за любовь». Согласно данным глобального бренд-консалтингового агентства Interbrand, важным фактором успеха бренда выступает аутентичность, т. е. степень соответствия обещаний бренда его реальным возможностям. Аутентичность включает наличие (или отсутствие) у бренда известного наследия, истории и устоявшейся системы ценностей, а также способности полностью соответствовать ожиданиям потребителей.

Эффективное применение концепции бренд-менеджмента может быть продемонстрировано на примере одного из крупнейших мировых ювелирных брендов – PANDORA, который посредством маркетинговых усилий меньше чем за 10 лет превратил небольшой ювелирный магазин в Копенгагене в одну из самых известных ювелирных компаний мира.

История создания компании началась в 1982 г., когда семейная пара Пер и Винни Эневольдсен открыли небольшой ювелирный магазин в Копенгагене, занимающийся продажей уникальных украшений по низким ценам, импортируемых из Таиланда. Однако перепродажа не приносила большой прибыли, и вскоре предприниматели наняли собственных дизайнеров Лона Франдсена и Лизбет Эно Ларсен. В 2000 г. в развитии компании произошел резкий поворот, когда новые дизайнеры предложили покупателям браслет со сменными подвесками (так называемыми шармами), каждая из которых имела уникальный дизайн и продавалась по отдельности. Благодаря бизнес-модели повторных покупок и форме брендинга, акцентирующей внимание на чувствах клиентов, компания PANDORA укрепила свои позиции элитного, но недорогого ювелирного магазина в 65 странах и в 2005 г. открыла шестиэтажный ювелирный завод в Таиланде, а в 2010 г. вышла на IPO [3]. На данный момент изделия PANDORA представлены более чем в 10 000 магазинов мира, и, согласно данным газеты «The New York Times», по объему продаж в 2011 г. PANDORA стала третьей в мире крупнейшей ювелирной компанией после Cartier (Compagnie Financière Richemont) и Tiffany & Co с долей рынка, составляющей примерно 15% [5].

На основании проведенных исследований направлений маркетинговой политики ювелирной фирмы PANDORA мы выявили основные тенденции современной успешной брендинговой стратегии на рынке ювелирных изделий.

**1. Качество товаров.** В первую очередь, для потребителей приоритетом при выборе товаров является их качество, которое PANDORA всегда демонстрирует в своих изделиях. Каждое украшение разрабатывается ювелиром-дизайнером и изготавливается вручную из серебра, золота или муранского стекла. Нередко украшения инкрустируются драгоценными камнями. Как серебряные и золотые, так и кожаные и текстильные изделия подвергаются специальной обработке, которая продлевает жизнь украшений и делает их красивыми и надежными. Стоит отметить, что даже

хороший бренд может потерять силу, если компания снизит планку качества своего продукта, поэтому при создании успешного бренда первоначально необходимо уделять внимание контролю качества продукции.

**2. Концепция повторных покупок.** Небывалый рост рассматриваемого ювелирного бренда основан не только на уровне качества продукции и разнообразии ассортимента, а на новой идее брендинга, уделяющей внимание чувствам покупателя и способствующей установлению длительного контакта с каждым клиентом. Концепция повторных покупок позволяет удлинить жизненный цикл товаров в отличие от стандартных предлагаемых ювелирных украшений. Обычные серьги, браслеты и цепи покупаются именно в том виде, в котором будут оставаться неизменными на протяжении всего периода. В свою очередь украшения PANDORA могут быть изменены ровно столько раз, сколько того пожелает сам покупатель. В результате вместо того, чтобы отказаться от продолжения использования товара в связи с его устареванием или несоответствием модным тенденциям, потребители могут продолжать приобретать новые подвески для браслетов в соизвучии с новыми направлениями моды и собственными предпочтениями.

**3. Ассортимент.** Одним из ключевых моментов при выборе ювелирной компании для потребителя выступает разнообразие ассортимента предлагаемой продукции. Ассортимент ювелирных изделий PANDORA представляет собой кольца, браслеты, серьги, подвески и ожерелья. Однако 80% продаж компании стабильно составляют подвески и шармы для браслетов, ассортимент которых насчитывает более 600 разных наименований и может содержать изображения животных, масти карт, растения, одушевленные и неодушевленные предметы, а также различные слова и словосочетания. Среди этого разнообразия каждому клиенту всегда удастся найти правильную вещь, символизирующую то или иное событие.

**4. Слоган.** Особое внимание следует обратить на значение создаваемого компанией слогана, который становится визитной карточкой фирмы при позиционировании предлагаемой продукции на рынке ювелирных товаров. Удачно подобранный слоган компании: PANDORA – «Незабываемые моменты» – отражает всю ее философию и позиционирование бренда, которое сыграло одну из ключевых ролей в его успехе. Каждое украшение марки PANDORA призвано напоминать своим потребителям о самых приятных и запоминающихся моментах жизни. Собирая, как мозаику, части браслета, обладательницы этих украшений «рассказывают» собственную историю и, глядя на подвески в виде серебряной Эйфелевой башни, миниатюрной короны или яркой бабочки, вспоминают о путешествии в Париж, прогулках по летним улочкам и всех тех самых незабываемых моментах, ценность которых олицетворяет продукция данной ювелирной фирмы. PANDORA своевременно оценила важность тесного психологического контакта между брендом и человеком, а также необходимость создания привязанности потребителя, вызванной не рациональными, а эмоционально-чувственными характеристиками бренда.

**5. Привлечение звезд для рекламы.** Следующей важной тенденцией в развитии бренда компании является привлечение мировых звезд для рекламы товаров. Звезда, выбранная для рекламной кампании, транслирует аудитории определенные эмоции, связывая бренд и целевую аудиторию. Когда фирма использует известную личность в рекламе своей продукции, она добивается положительного влияния на ассоциации потребителей, их отношение к товару или услуге, что в итоге должно повлиять на их решение о покупке. Для этого необходимо иметь четкое понимание, насколько звезда соответствует имиджу бренда. Разрабатывая брендинговую стратегию с привлечением известной личности, компания способствует добавлению товару

новых эмоциональных граней. Например, в 2012 г. PANDORA подписала рекламный контракт с американской гимнасткой, двукратной олимпийской чемпионкой в Лондоне Александрой Райсман. «Когда мы думаем о PANDORA, мы непременно представляем женщину, которая впечатляет и вдохновляет нас», – говорит Angel Pagan, вице-президент ювелирной сети PANDORA в Северной Америке. «Без сомнений, летом 2012 г. Александра была среди тех женщин, которые придают вдохновения всем нам для выражения своей уникальности». Таким образом, привлекая известную личность для рекламы продукции, компания способствует возникновению у потребителя ярких запоминающихся образов для более эффективного формирования эмоциональных характеристик товара.

**6. Event-маркетинг.** Следует также отметить, что идея создания привязанности потребителя, вызванной эмоционально-чувственными характеристиками бренда, заключается в том, что благодаря системе регулярно обновляющихся шармов PANDORA постоянно может создаваться новые тематические шармы, подстраиваясь под любой повод и праздник, каждый раз удовлетворяя различные потребности покупателей. Компания, вдохновляясь вновь наступающими временами года, создает новые коллекции, насыщенные подвесками и шармами, подчеркивающими черты каждого сезона года. Кроме того, PANDORA выпускает специальные коллекции для наиболее популярных праздников. Так, в 2012 г. в преддверии Дня матери компания в дополнении к стандартным наборам подарков выпустила специальную лимитированную коллекцию шармов «Beag My Heart» («Возьми мое сердце»), которая была посвящена любимым мамам. Покупатели, приобретая тематические шармы, смогли удовлетворить потребность в выражении чувств любви и благодарности матерям, оставляя навсегда в памяти незабываемые моменты и даря положительные эмоции своим мамам.

**7. Маркетинг совместного творчества.** Следует обратить особое внимание также развитию новой тенденции маркетинга совместного творчества (co-creative marketing), основанной на концепции К. Прахалада. Ее можно определить как взаимодействие предприятия и клиентов, в ходе которого происходит консолидация ресурсов участников для совместного создания дополнительной ценности. По мнению К. Прахалада и В. Рамасвами, предприятия могут приглашать клиентов принять участие в создании продуктов, удовлетворяющих их потребности. При этом главным будет даже не сам продукт, а связанные с его разработкой уникальные впечатления и опыт, которые в перспективе станут основой для глубокой эмоциональной связи потребителя с компанией. Приводя в пример ювелирную сеть PANDORA, стоит отметить, что браслеты данной сети определяются как своего рода ювелирный конструктор, который позволяет потребителям создавать уникальные изделия и становиться «соавторами» образа. Каждый обладатель изделий PANDORA является дизайнером своего украшения. Таким образом, применение маркетинга совместного творчества способствует улучшению имиджа компании и налаживанию отношений с клиентами.

**8. Кастомизация.** Важно отметить, что в настоящее время потребители не хотят покупать стандартные товары и услуги, а хотят получать персонализированные продукты, учитывающие их пожелания. Одним из трендов современного маркетинга и брендинга является кастомизация, т. е. создание у потребителя ощущения, что работа делается лично для него и удовлетворяет его личные потребности. По словам президента Unity Marketing Пэма Дэнзигера, PANDORA осуществляет очень успешную маркетинговую политику: так как женщины могут персонализировать их украшения, компания преобразовала процесс приобретения их продукции из просто покупки украшений в создание собственной истории, отличной от других.

На основании проведенного исследования деятельности и брендинговой стратегии компании PANDORA на мировом и российском рынках ювелирных изделий можно сделать вывод о том, что в последние годы в брендинге все большую популярность набирает новое направление, сторонники которого считают, что наиболее востребованным товаром в современном обществе выступают не материальные ценности, а эмоции, впечатления и мечты. В современном мире, переполненном множеством различных товаров и услуг, для успешного развития бренда компании все более ценным становится выстраивание дружеских отношений с потребителем, основанных на создании тесного психологического контакта между брендом и человеком. Все чаще возникает необходимость создания привязанности потребителя, вызванной эмоционально-чувственными характеристиками бренда. В настоящее время потребителю нужен не просто товар, ему хочется получить удовольствие от самого процесса его покупки. В создавшихся условиях преуспевать будут те компании, которые смогут предоставить своим клиентам не только товары и услуги, но и положительные эмоции. Именно бренд-менеджмент, ориентированный на длительное сотрудничество с клиентом, определяет дальнейшее развитие высококонкурентных рынков, а умение слушать потребителя и строить диалог с ним становится сегодня все более важной квалификационной характеристикой успешного бренда. Применение указанных инструментов маркетинга и брендинга позволит отечественным компаниям осуществлять эффективную рекламную деятельность.

#### Библиографический список

1. *Brand Channel*. URL : [http://www.brandchannel.com/brand\\_speak.asp?bs\\_id=262](http://www.brandchannel.com/brand_speak.asp?bs_id=262).
2. *Бизнес-сообщество E-xecutive*. URL : <http://www.e-xecutive.ru/marketing/branding/1354518>.
3. *Коммерсант*. URL : <http://www.kommersant.ru/doc/2221583>.
4. *Исследования рынков РБК*. URL : [http://marketing.rbc.ru/news\\_research/18/12/2013/562949990018-225.shtml](http://marketing.rbc.ru/news_research/18/12/2013/562949990018-225.shtml).
5. *Media Post (Marketing Daily)*. URL : <http://www.mediapost.com/publications/article/184510/pandora-jewelry-enlists-olympian.html?edition=52044>.
6. *The New York Times*. URL : [http://www.nytimes.com/2011/12/07/fashion/07iht-ACAJ-PANDORA07.html?\\_r=2&](http://www.nytimes.com/2011/12/07/fashion/07iht-ACAJ-PANDORA07.html?_r=2&).
7. *Pandora Group*. URL : <http://pandoragroup.com>.
8. *Рос. газ*. URL : <http://www.rg.ru/2013/12/19/yuvelir-site.html>
9. *WPP*. URL : <http://www.wpp.com/wpp/marketing/branding/collaboration-and-cocreation-brand-innovation>.



**А. А. Древалев**

ассистент кафедры маркетинга и международного менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),

**М. А. Деева**

магистрант

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## **Внутриорганизационный маркетинг как основа программ адаптации новых сотрудников компании**

**Аннотация.** В связи с растущей динамикой развития экономики и усилением борьбы за рынки сбыта многие компании осознают важность применения современных маркетинговых концепций не только по отношению к внешней, но также и для внутренней среды организации.

В статье рассматривается задача адаптации новых работников организации, от успешного решения которой, как представляется авторам, во многом зависит способность компании сохранять и увеличивать конкурентоспособность наряду с возможностью оперативно реагировать на изменения внешней бизнес-среды.

Проводя аналогии с основными элементами маркетинг-микса для задач формирования лояльности работников в отношении организации на первоначальном этапе, авторы предлагают краткий алгоритм построения программы адаптации новых сотрудников организации.

**Ключевые слова:** управление персоналом; лояльность; внутриорганизационный маркетинг; адаптация персонала; маркетинг-микс.

На современном этапе развития глобальной экономики, национальных экономических систем промышленно развитых и развивающихся стран конкурентоспособность компаний в большой степени зависит от их способности оперативно реагировать на изменения деловой среды. Это качество в особенности актуально для международных фирм. Для обеспечения их устойчивого и динамичного развития требуется внедрение и совершенствование на постоянной основе единых стандартов управления бизнес-процессами во всех структурных подразделениях. Но в то же время организационная структура должна оставаться в определенной степени гибкой, обеспечивая возможность достижения долгосрочных целей деятельности компании независимо от вероятности изменения отдельных задач.

Таким образом, можно отметить две тенденции развития на практике современного менеджмента, которые связаны с возрастающей конкуренцией на большинстве рынков. С одной стороны, это усложнение задач по управлению организацией и увеличение веса принимаемых управленческих решений, с другой – необходимость обеспечения максимально оперативного решения управленческих задач на различных уровнях географической и организационной структуры организации [8].

С точки зрения маркетинга, соотношение указанных тенденций можно представить как усложнение цепочки «управленческое решение – удовлетворение потребности покупателя» наряду с сокращением времени, которое покупатель «готов ждать» для реализации всех звеньев этой цепочки.

**Постановка задачи адаптации персонала.** Учитывая комплексный характер и противоречивость указанных тенденций, в настоящее время особую актуальность приобретает проблема максимально быстрой адаптации новых сотрудников организации. В контексте настоящей статьи под адаптацией новых работников авторы понимают комплекс мероприятий, направленных на решение задачи первичного вовлечения новых работников организации в соответствии с должностными обязанностями бизнес-процессы и достижение в оптимальные сроки реализации персонального потенциала работника в масштабе показателей личной деловой эффективности [1].

Несомненно, персонал является одним из важнейших ресурсов компании. Для сохранения и развития этого ресурса компаниям следует формировать эффективную

систему управления персоналом. После прохождения кандидатом отбора на определенную должность именно на этапе адаптации начинается полноценная работа с конкретным работником как ресурсом для построения конкурентоспособности фирмы [12]. Эффективность организации этого процесса становится определяющим фактором в отношении результативности всей последующей работы и реализации потенциала роста как отдельных работников, так и организации в целом. Представляется, что во многом увольнение, низкий уровень производительности труда, низкий уровень лояльности по отношению к компании могут быть результатом недостаточного внимания службы управления персоналом к вопросам разработки грамотных инструментов адаптации сотрудников. Все это в конечном счете может привести к падению в целом эффективности работы организации и снижению качества обслуживания внутренних и внешних клиентов [7].

Напротив, эффективно построенный и реализуемый механизм адаптации персонала, направленный на максимально быстрое достижение целевой личной эффективности нового работника, позволит достичь значительных результатов, которые условно можно разделить на объективные и субъективные эффекты (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Объективные и субъективные результаты успешной адаптации персонала**

Группа эффектов	Содержание группы эффектов
Объективные результаты	Снижение количества увольнений сотрудников во время или непосредственно после испытательного срока как по инициативе администрации компании так и по желанию самого работника; снижение издержек по поиску нового персонала; уменьшение временных затрат других работников на операции, не входящие в их должностные обязанности и связанные с неполным вовлечением новых сотрудников в бизнес-процессы организации
Субъективные результаты	Сокращение времени, необходимого, чтобы деятельность каждого сотрудника начала влиять на конкурентоспособность организации; улучшение внутреннего делового климата компании; формирование лояльности у сотрудника с первых дней его работы в организации; формирование устойчивой долговременной заинтересованности работника в освоении различных аспектов деловых процессов организации и их совершенствовании

Необходимо отметить, что в современных условиях, как представляется, динамично развивающиеся компании зачастую не имеют возможности подробно документировать все аспекты деловых процессов. По этой причине, а также в связи с наличием субъективных факторов межличностного взаимодействия процесс адаптации не может быть сведен к изучению и выполнению должностных инструкций [3].

**Формирование представлений о внутреннем маркетинге организации.** Труд исторически рассматривался в экономике как один из основных факторов производства. Однако усиление внимания к человеческому фактору производственного процесса в рамках развития теории и практики управления произошло на рубеже XIX–XX веков и в первой половине XX столетия. Такими известными исследователями, как Ф. Герцберг, Ф. Тейлор, Д. Макгрегор, Г. Гантт, А. Маслоу, Ф. Гилберт, Э. Мейо, М. Фоллет, внесен существенный вклад в обоснование высокой степени зависимости результатов труда от социально-психологических и экономических факторов, в формирование и развитие теории управления человеческими ресурсами, а также в целом в развитие науки управления [13; 14]. Именно на данном этапе появились предпосылки к последующему переносу приоритетного внимания в изучении вопросов управления компаний с общеэкономических и технических процессов на человеческий фактор.

Теория *X* и теория *Y* – две широко известные модели Д. Макгрегора – определили полярные подходы к представлению о поведении человека в рамках трудового процесса. Теория *X* предполагает, что человек не имеет желания трудиться, и следует принуждать его к труду, осуществлять контроль, а при невыполнении профессиональных обязанностей наказывать. В соответствии с этой теорией работник сознательно или неосознанно готов к тому, чтобы им управляли, и стремится к этому, так как не желает брать на себя ответственность и не включает задачи компании, например удовлетворение потребностей клиентов, в свои личные задачи. Теория *Y* состоит в том, что все люди обладают большим потенциалом, который, как правило, не используется организацией в полной мере. Кроме того, сотрудники могут демонстрировать самоуправление, самоконтроль и могут принимать на себя ответственность. Лишь те организации имеют возможность получать дополнительные преимущества, которые более полно используют интеллект и талант своих сотрудников.

Согласно Д. Макгрегору, предыдущие исследователи исторически разрабатывали концепции управления людьми, описываемыми теорией *X*. Действительно, представляется, что концепция управления персоналом была исторически в большей степени основана на теории *X* и рассматривала человека только с позиций выполнения его трудовых обязанностей, делая акцент на том, какое материальное стимулирование сотрудников является издержками. Персонал организации рассматривался как дополнительный ресурс, а ориентация в работе с персоналом была направлена на тактический уровень. Напротив, впоследствии А. Маслоу и Ф. Герцберг разрабатывали концепции мотивации человека к труду с учетом теории *Y* Д. Макгрегора.

Зачастую на практике ни одна из полярных теорий не описывает все аспекты действительных проблем, задач и их решений. Однако с учетом указанных особенностей развития конкурентной и деловой среды на современном этапе, рассматривая адаптацию новых сотрудников, можно говорить о том, что программа адаптации в компании правильно разработана, внедрена, управляется и эффективна лишь в том случае, когда в результате адаптации компания в сжатые сроки получает мотивированных работников, трудящихся не только ради своих личных целей, но и в соответствии с задачами организации [5]. Следовательно, в результате адаптации деятельность нового сотрудника начинает позитивно влиять на конкурентные преимущества организации, и он становится полноценным ресурсом компании уже на первоначальном этапе работы.

Таким образом, основная задача адаптации не принуждение работника к труду в соответствии с задачами компании, а формирование у него потребностей, которые будут совпадать или оставаться взаимосвязанными с задачами компаниями [9].

Задачи изучения потребностей экономических субъектов традиционно рассматриваются в рамках маркетинга, как и сформировавшиеся впоследствии представления о механизмах удовлетворения и формирования потребностей. При этом развитие концепции внутриорганизационного маркетинга, в большей степени, стало возможным только тогда, когда взгляды менеджмента компании на рабочий персонал на практике перешли от ситуации, описываемой теорией *X*, в плоскость теории *Y*.

Становление и развитие концепции внутреннего маркетинга обязано современной экономической и управленческой теориям. Экономические корни находятся в теории стратегического управления, в ресурсной концепции, основной тезис которой состоит в том, что все организации, по сути, различны, и эта неоднородность может быть стабильной в случае, если организация обладает уникальными ресурсами и инструментами их управления, что определяет конкурентное преимущество каждой организации [6].

Концепция внутриорганизационного маркетинга зародилась в 1970–1980-е годы и увидела свет в иностранной литературе, посвященной маркетингу взаимоотношений. Понятие «внутриорганизационный маркетинг» («внутрифирменный маркетинг»),

«внутренний маркетинг») обрело популярность в иностранной и отечественной литературе, однако и в настоящий период данный термин является предметом пристального исследования. Внутренний маркетинг можно определить как путь реализации целей организации через применение по отношению к персоналу методов и философии традиционного маркетинга, а также создания системы ценностей и ориентации на клиента среди работников компании.

**Основные подходы к организации адаптации персонала на современном этапе.** С точки зрения внутриорганизационного маркетинга адаптация – двусторонний процесс, результаты которого при эффективной организации дают значительные выгоды как компании, так и сотруднику [17].

Перечень конкретных мероприятий по адаптации в виде комплексной системы определяется прежде всего уровнем подготовленности новых сотрудников и характером должностных задач. Следует учитывать особенности каждого сотрудника и в ходе процесса максимально дифференцировать содержание программы адаптации. Вместе с тем структура и основные этапы адаптации могут быть описаны общим алгоритмом, который представлен поэтапно в табл. 2.

Таблица 2

**Основные этапы адаптации новых работников в организации**

Этап	Описание
Этап 1. Общая ориентация	На данном этапе происходит ознакомление нового сотрудника с компанией, корпоративными правилами, историей, структурой, рабочим распорядком, традициями, политикой в области управления персоналом и т. д. Инструменты, применяемые на первом этапе: проведение вводных тренингов и инструктажей, ознакомление с корпоративной документацией
Этап 2. Вхождение в должность	Второй этап включает ознакомление с функциями и целями подразделения, целями и задачами самого сотрудника, процедурами и правилами, а также установление отношений с коллегами. Инструментами данного этапа являются положение о подразделении, должностная инструкция сотрудника, составленный план работы нового сотрудника на первые три месяца, содержащийся в адаптационном листе, утвержденные регламенты и правила
Этап 3. Действенная ориентация	На данном этапе у нового сотрудника появляется возможность применить имеющиеся или только что приобретенные знания и получить обратную связь от руководителя и/или наставника. Этот этап начинается не ранее, чем через неделю после его выхода на работу
Этап 4. Функционирование	В любой компании полезно иметь статистику по должностям относительно средней продолжительности адаптационного периода, т. е. следует представлять, через какое время после трудоустройства сотрудник начинает работать в полную силу. Такие данные относительно позиций высшего звена собрать довольно сложно, но если речь идет о более распространенных должностях (например, обслуживающий персонал, менеджеры по продажам, технические специалисты), то накапливать подобные сведения нужно обязательно

Таким образом, в результате реализации всех этапов адаптации у работника формируется лояльность к компании, он разделяет ключевые ценности и ассоциирует задачи компании со своими персональными задачами [2]. Если рассматривать систему адаптации новых сотрудников через внутриорганизационный маркетинг, то задача компании – сформировать потребность в эффективной работе на компанию у нового сотрудника на базе персональных задач [4]. Соответственно последующая задача по поддержанию лояльности сотрудника может быть представлена как необходимость удовлетворения потребностей работника, которые прямо или косвенно связаны с профессиональными задачами. При рассмотрении программ адаптации как системы внутреннего маркетинг-микса, расширенного комплекса внутреннего маркетинга (7P) можно провести следующие параллели с общими концепциями маркетинга (табл. 3).

**Представление программы адаптации как объекта внутреннего маркетинг-микса**

Элемент комплекса	Программа адаптации	Работа в компании
Product (продукт) – услуга, которую организация предлагает сотруднику	Отдельные мероприятия по адаптации, предлагаемые работнику	Возможность работы в компании, выполнение организационных задач, так как работник должен ассоциировать эти задачи и личные потребности
Price (стоимость) – те издержки, которые работник готов понести в обмен на удовлетворение потребности в услуге	Затраты времени, более низкий уровень зарплаты в рамках испытательного срока, инвестиции в самообразование, саморазвитие, помощь в подготовке других новых работников	
Promotion (продвижение)	Весь комплекс информационного сопровождения выгод от программ адаптации и работы компании в целом, который подчеркивает значимость и уникальность продукта, задействуя механизмы формирования потребностей внутренних клиентов	
Placement (размещение)	Определение места и времени для проведения мероприятий	Формирование комфортной рабочей среды
People (целевая аудитория)	Новые сотрудники	Все работники организации
Process (процессы)	Обеспечение максимально комфортной среды для новых сотрудников при оптимизации времени подготовки	Обеспечение интеграции программ адаптации с бизнес-процессами организации
Physical evidence (физическое окружение)	Промопродукция и документационная база мероприятий	Фирменная атрибутика, формирующая имидж работодателя в глазах сотрудников

Адаптация персонала – это системный процесс, представляющий собой комплекс неразрывно связанных мероприятий, реализуемых с учетом целей управления персоналом, а также принципов внутреннего маркетинга компании. Представляется, что, только следя за надлежащим исполнением программы по адаптации во всех направлениях 7P, компания может добиться желаемого и эффективного результата.

**Библиографический список**

1. Адаптация новых сотрудников : участники процесса и их функции // Кадровое дело. 2012. № 2.
2. Базилева И. И. Лояльность сотрудников российских организаций // Управление человеческим потенциалом. 2014. № 2.
3. Васильцова Л. И., Александрова Н. А. Управление адаптацией сотрудников в организации : инструментальный аспект // Известия Уральского государственного экономического университета. 2012. № 1.
4. Верномудрова М. Е. Маркетинг отношений в компании DHL EXPRESS : опыт формирования лояльности клиентов и сотрудников // Маркетинг услуг. 2011. № 4(28).
5. Денисова А. В. Влияние внутреннего маркетинга на результативность бизнеса // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2010. № 6.
6. Киселева В. А. Внутренний маркетинг компании и эффективность работы персонала // Рос. предпринимательство. 2013. № 3(225).
7. Корнилова И. Адаптация персонала – пустая трата времени или выгодное вложение? // Фотон-Экспресс. 2011. № 1.
8. Латышова Л. С., Пантелеева Е. К. Взаимосвязь внутреннего маркетинга и управления качеством в инновационных компаниях // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2010. № 5.
9. Минина Т. Б. Love-маркетинг – новая парадигма внутриорганизационного маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. 2012. № 3.
10. Митясова Е. А. Внутренний PR как метод управления культурой организации // Менеджмент сегодня. 2013. № 4.
11. Новаторов В. Е. Интернальный маркетинг как трендовый инструмент управления персоналом сервисной организации // Маркетинг услуг. 2013. № 4.
12. Савин В. Н. Трудовая адаптация работника как необходимый компонент его достойного труда // Достойный труд – основа стабильного общества : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 27–28 окт. 2011 г.) / [отв. за вып. Э. В. Пешина, Н. З. Шаймарданов]. Екатеринбург, 2011. Ч. 2.

13. Чащин В. В. Маркетинговые аспекты определения оптимизационных стратегий при найме и адаптации персонала // Риск. 2011. № 1.
14. Чащин В. В. Разработка системы маркетинга персонала как инструмента повышения эффективности маркетинговой деятельности организации : [монография]. Ставрополь : ТЭСЭРА, 2012.
15. Andersson E., Mårtensson E. Employee retention or company performance // The implied contribution of internal marketing activities. 2013. URL : <http://hh.diva-portal.org/smash/get/diva2:649211/FULLTEXT01.pdf>.
16. Gamhed M., Lönnroth K. An Internal View of a Company's Marketing and Relationships // How to use marketing internally to strengthen relationships. 2011. URL : <http://hh.diva-portal.org/smash/get/diva2:427627/FULLTEXT01.pdf>.
17. Sanchez-Hernandez I., Grayson D. Internal marketing for engaging employees on the corporate responsibility. 2012. URL : <http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/12702/1/sanchez-hernandez.pdf>.

**Е. А. Жадько**

*старший преподаватель кафедры маркетинга и международного менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## **Технологии электронного обучения: проблемы внедрения в России**

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности электронного обучения, а также сложности, с которыми сталкиваются образовательные организации при его внедрении. Изучается вопрос перехода российских вузов к электронному обучению и далее – к SMART-education. Особое внимание уделяется преимуществам, которые получает вуз, получивший статус SMART-университета.

**Ключевые слова:** электронное обучение; SMART-education; SMART-университет; международный рынок образовательных услуг; открытое образование.

Жизнь современных студентов невозможно представить без информационных технологий: они охотно общаются в социальных сетях, ищут информацию на просторах сети Интернет, играют, смотрят фильмы и слушают музыку в режиме on-line. Особенность молодого поколения заключается не только в том, что они активно применяют современные технологии, но и в том, что они воспринимают их более позитивно и охотно. Именно поэтому многие образовательные организации, прежде всего вузы, внедряют образовательные программы с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

Необходимость использования электронного образования понимают и на самом высоком уровне, поэтому ему было уделено особое внимание в Федеральном законе от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании». Под электронным обучением понимается «организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников».

Поскольку о необходимости и значимости электронного обучения стали говорить только в последнее десятилетие, в нашей стране нет серьезных данных о его развитии в вузах. Косвенным свидетельством о возможности применения электронного обучения могут служить сведения об оснащении вузов электронными средствами обучения (см. таблицу).

Данные, представленные в таблице, свидетельствуют о росте оснащения вузов электронными средствами, необходимыми для внедрения электронного обучения. Так, за пять лет на 17% увеличилось общее число персональных компьютеров, используемых в учебных целях. В расчете на 1000 студентов компьютеров стало больше почти на 44%. Особо стоит отметить, что наиболее значительный рост отмечен в осна-

щении компьютеров, имевших доступ к сети Интернет – 61%. Данный показатель наиболее значим, поскольку электронное обучение невозможно без свободного доступа к глобальной сети. В целом, несмотря на положительную динамику, требуется дальнейший рост по основным показателям оснащенности. Сегодня почти у каждого студента есть компьютер со свободным выходом в Интернет, однако не все готовы использовать его в образовательных целях. Для этого необходимы компьютеры в учебных аудиториях.

### Электронные средства обучения в образовательных организациях высшего образования

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013
Число персональных компьютеров, используемых в учебных целях, тыс. шт.	626,2	643,3	689,1	700,2	733,8
Из них:					
в составе локальных вычислительных сетей	520,5	548,0	586,6	613,2	652,6
имевшие доступ к сети Интернет	488,0	504,2	562,0	598,1	645,6
Число персональных компьютеров, используемых в учебных целях, на 1 000 студентов, шт.	162	177	200	216	233
Число персональных компьютеров, используемых в учебных целях, имевших доступ к сети Интернет, на 1 000 студентов, шт.	127	138	163	184	205

*Источник.* Российский статистический ежегодник – 2014 г. URL : [http://www.gks.ru/bgd/regl/b14\\_13/IssWWW.exe/Stg/d01/07-53.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_13/IssWWW.exe/Stg/d01/07-53.htm).

Значительный интерес к электронному обучению обусловлен преимуществами, которые получают как студенты, так и образовательные организации.

Преимущества для студентов:

возможность неограниченному числу студентов получить доступ к образовательным ресурсам в любое время и в любом месте;

каждый студент в комфортных для себя условиях, используя современные технологии, может неоднократно воспроизводить и записывать необходимую информацию;

возможность тратить значительно меньше средств по сравнению с традиционными формами обучения [5, с. 59];

электронное обучение дает возможность получить качественное обучение для людей с ограниченными возможностями, у которых право на образование в нашей стране не всегда соблюдается;

возможность обучаться по индивидуальному графику, что особенно важно для взрослого работающего населения. В условиях действия стереотипа, что обучение в вузе – прерогатива молодежи, именно активное применение электронного обучения позволит обучаться представителям более старшего поколения, реализуя концепцию LLL (обучение в течение всей жизни);

электронное обучение делает акцент на самостоятельной работе студентов, создавая условия для саморазвития личности;

электронное обучение, стирая границы, позволяет студентам получать доступ к образовательным ресурсам любого вуза мира, в том числе вузов, занимающих первые строчки мировых рейтингов.

Образовательные организации, внедряющие электронное образование, имеют следующие преимущества:

освоение глобального образовательного пространства, а следовательно, привлечение студентов со всего мира;

в условиях внедрения новых образовательных стандартов, когда большее внимание уделяется самостоятельной работе студентов, именно электронное обучение позволяет организовать ее наиболее эффективным способом [6, с. 92];

электронное обучение позволяет сгладить цифровой разрыв, который возникает в силу различного подхода к получению знаний студентами (представителями цифрового поколения) и преподавателями (поколения цифровых иммигрантов) [10, с. 73];

открытость и прозрачность образовательного процесса, которая позволяет своевременно проводить его корректировку [1, с. 46].

Несмотря на неоспоримые достоинства, развитие электронного обучения в нашей стране происходит достаточно медленно. Основные причины этого:

электронное обучение требует использования современных информационно-коммуникационных технологий, которыми на данный момент обладают в полной мере лишь некоторые вузы. Приобретение необходимого оборудования выливается в серьезные финансовые затраты, которые, по мнению руководства многих образовательных организаций, нецелесообразны;

особенности российского менталитета накладывают отпечаток на восприятие электронного обучения: преподаватели и руководители вузов, а также родители студентов и абитуриентов сомневаются в его эффективности, считая формальным, неглубоким и некачественным. Кроме того, электронное обучение не предполагает воспитательный момент, который, по мнению многих «взрослых», обязателен (один из первостепенных) в образовательном процессе;

неготовность современных студентов к самостоятельному обучению, которое предполагает самодисциплину, высокую мотивацию и понимание того, что они хотят получить от обучения;

серьезным препятствием к внедрению электронного обучения является низкий уровень знаний информационных технологий преподавателей вузов, а следовательно, их неготовность проводить электронные курсы. Кроме того, немногие преподаватели готовы выкладывать свои ресурсы в открытый доступ в силу проблем авторского права.

Вопреки барьерам и сложностям в России активно используются различные средства и технологии электронного обучения. Помимо электронных учебников и мультимедийных презентаций применяются массовые открытые онлайн курсы (MOOC), геймификация (обучение посредством игровых технологий), привлечение студентов к процессу преподавания и др. Использование инновационных средств и технологий обучения, основанных на применении современных информационных технологий, способствовало появлению нового понятия – SMART-education, которое должно быть представлено в SMART-университете. Что же включают данные понятия?

По мнению Н. В. Тихомировой, SMART-университет – это университет, в котором качество процессов и результатов образовательной, научно-исследовательской, социальной и коммерческой деятельности соответствует потребностям SMART-общества в силу наиболее правильного и эффективного применения технологических инноваций и Интернета [8]. Обучение в «умном» университете должно быть основано на привычных, современных технологиях, носить неформальный характер и органично включаться в жизнь студента. Сам университет должен быть гибким, адаптивным и инновационным [9, с. 55]. Рассматривая SMART-education, В. П. Тихомиров говорит о гибкости обучения, построенном на контенте, собранном со всего мира, в условиях интерактивной образовательной среды и свободного доступа [7, с. 6].

Сегодня SMART – это не просто современное слово, это новое видение, инновационный подход ко всем составляющим жизни SMART-человека: развлечениям, занятиям спортом, питанию, обустройству дома, его окружают SMART-вещи, и жить он может в SMART-городе. Поэтому неудивительно, что современный человек стремится к образованию с применением самых современных средств и технологий. Стремление современных покупателей должно быть удовлетворено вузами в контексте электрон-



ного обучения или более широкого и современного подхода – SMART-education. Кроме того, получение вузом статуса SMART дает ему дополнительные преимущества:

вуз воспринимается абитуриентами и студентами как более современный и продвинутый, понимающий и учитывающий их стремления ко всему новому;

применение технологий SMART-education дает вузу возможность взаимодействовать с вузами международного образовательного пространства, а также привлекать иностранных студентов для обучения. Так, MOOKсы могут стать значимым средством продвижения бренда университета на международном рынке образования, а также его наиболее продвинутых преподавателей и направлений;

технологии SMART-education позволяют вузу повышать качество предоставляемых услуг, что также способствует позитивному восприятию у потребителей.

Несмотря на явные преимущества перехода к электронному обучению, а затем к SMART-обучению, многие вузы не торопятся внедрять его в свой образовательный процесс. Подобный консерватизм может привести к достаточно серьезным проблемам в будущем. Так, директор направления «Молодые профессионалы» АСИ Дмитрий Песков предупреждает, что игнорирование электронного обучения может привести к тому, что иностранные вузы проникнут на наш рынок и завоюют внимание потребителей, а, следовательно, отечественные университеты потеряют возможную прибыль, а наиболее слабые – своих студентов [2, с. 66]. В. Е. Лукашов рассматривает электронное обучение как форму интеллектуальной колонизации, которой уже подвергается российский образовательный рынок со стороны европейских и американских вузов. И, если вузы не будут предпринимать активных действий, отечественный образовательный рынок может быть поработан более сильными конкурентами [4, с. 51].

Применение электронного обучения и переход на новый уровень SMART-education – это сложный и затратный процесс, требующий применения современных технологий, поэтому российским вузам достаточно сложно осуществлять его в одиночку. Понимая это, восемь ведущих вузов России при поддержке Рособрандзора и Министерства образования и науки РФ в конце 2014 г. организовали некоммерческую ассоциацию «Российская национальная платформа открытого образования». Основное направление работы платформы – перевод в систему онлайн-обучения базовых дисциплин для I–III курсов бакалавриата. Кроме того, уже 1 сентября 2015 г. планируется разместить на ней онлайн-курсы для массового изучения. Создатели планируют вывести на международный рынок образования новый российский бренд, который смог бы составить конкуренцию для иностранных платформ и привлечь внимание мировой общественности к российскому онлайн-обучению [3].

Таким образом, осознание вузами необходимости применения различных технологий электронного образования и переход в дальнейшем к SMART-education наряду с активной деятельностью федеральных университетов, а также реализация основных требований Болонского соглашения позволят сформировать бренд российского образования на международном рынке, а также отдельных вузов, его продвигающих.

### Библиографический список

1. *Арабян К. К.* Новая образовательная парадигма // Высшее образование сегодня. 2013. № 12.
2. *Астахова А.* Электронное образование // Прямые инвестиции. 2013. № 11.
3. *Зачет за MOOC.* Что известно о российской национальной платформе открытого образования? URL : <http://www.edutainme.ru/post/russian-national-mooc>.
4. *Лукашов В. Е.* Проблемы электронного образования (E-Learning) // Вестн. междунар. академии наук (русская секция). 2010. № 2.
5. *Медведева Е. И., Крошлин С. В.* Электронное образование и развитие инновационной экономики России // Экономические и социальные перемены : факты, тенденции, прогноз. 2011. № 4.

6. *Можжева Г. В.* Комплексный подход в реализации проектов электронного обучения в вузе // Историческая информатика. 2014. № 4.
7. *Тихомиров В. П.* От электронного обучения к SMART-университету // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2012. № 8.
8. *Тихомирова Н. В.* Глобальная стратегия развития SMART-общества. МЭСИ на пути к SMART-университету. URL : <http://smartmesi.blogspot.ru/2012/03/smart-smart.html>.
9. *Тихомирова Н. В.* Формирование университетов будущего : SMART-университеты и SMART-образование // Ученый совет. 2013. № 12.
10. *Шкапенко Т. М.* Электронное обучение : актуальное состояние проблемы в вузовской системе образования России и зарубежных стран // Вестн. МГИМО. 2013. № 16.

**Н. Б. Изакова**

*старший преподаватель кафедры маркетинга и международного менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

### **Состояние и перспективы рынка поливинилхлорида в России в меняющихся условиях деловой среды**

**Аннотация.** В статье анализируются экономические последствия применения санкций в отношении Российской Федерации для рынка поливинилхлорида. Рассмотрены теоретические подходы к политике импортозамещения. Проведена оценка перспектив импортозамещения на российском рынке полимеров. Определены особенности и тенденции развития российского рынка поливинилхлорида как составляющей нефтегазовой промышленности Российской Федерации. Представлена структура и выявлены тенденции импорта и экспорта поливинилхлорида, структура производства и потребления ПВХ в России, выявлена степень зависимости производителей от импорта сырья. Представлен анализ текущей ситуации и прогноз положительной динамики в российской индустрии полимеров на 2015–2016 гг.

**Ключевые слова:** поливинилхлорид; импортозависимость; импортозамещение; индустрия полимеров; конъюнктура российского рынка поливинилхлорида.

Рассматривая экономические последствия применения санкций в отношении различных отраслей российской экономики, можно утверждать, что хотя они и имеют различный по своей силе эффект, но в целом носят негативный характер. Предприятия в этой ситуации вынуждены рассчитывать сами на себя и пытаются найти пути выхода из сложной ситуации с минимальными потерями. Задачи социально-экономического развития становятся все более актуальными как для отдельных территорий, так и для страны в целом [6, с. 72]. В связи с этим чрезвычайно актуальны задачи мониторинга текущего развития отраслей российской экономики и оценки справедливости сценариев и прогнозов, сформированных в предшествующие годы, и возникающих противоречий [2, с. 12].

Введенные в отношении России санкции напрямую не коснулись индустрии полимеров, но ощущаются общее ухудшение делового климата и снижение деловой активности. Наиболее ощутимы последствия санкций западноевропейских государств, так как существует взаимная импортозависимость в финансировании проектов, оборудования, сырья. В отрасли встает вопрос об актуальности импортозамещения. Производство отечественной наукоемкой высокотехнологичной продукции – это жизненно важная необходимость [9, с. 6].

Жизнеспособность политики импортозамещения подтверждает история. Идеи меркантилистов об обязанности государства способствовать развитию отечественной промышленности и экспорту ее продукции, ограничивать экспорт сырья (позволять экспортировать только его излишки), а импортировать в основном дешевое сырье для нужд собственной промышленности актуальны для современного состояния российской экономики [7, с. 15]. Как известно, под импортозамещением традиционно понимается рассчитанная на перспективу система мер, обеспечивающая достижение наме-

ченных регионом целей по объемам и структуре производства отечественной продукции при одновременном снижении потребления импортных товаров [5, с. 90]. При сложившихся обстоятельствах на мировом рынке импортозамещение только положит начало борьбе с импортозависимостью современной России и позволит в значительной степени минимизировать негативный эффект от возможных санкций, а также стабилизировать ресурсное обеспечение экономики, тем самым обеспечить экономическую безопасность государству [8, с. 383].

Сегодня поливинилхлорид (ПВХ) – одно из самых распространенных химических веществ, применяемых в различных отраслях промышленности. Основными потребителями этого сырья выступают автомобильная, медицинская промышленность и индустрия строительных материалов. Кроме того, поливинилхлорид активно используется в производстве товаров народного потребления и самых разнообразных видов упаковки. Основными видами поливинилхлорида являются суспензионный (ПВХ-С) и эмульсионный (ПВХ-Е). В 2014 г. доля суспензионного ПВХ в общем объеме производства полимеров составила 75–80%. Эмульсионный ПВХ применяется преимущественно для изготовления напольных и настенных покрытий, и его доля значительно ниже.

Производство поливинилхлорида – часть нефтегазовой промышленности. Поливинилхлорид является продуктом нефтепереработки, и сохраняющаяся ситуация неопределенности в сфере цен на углеводороды в мире также влияет на инвестиционные решения компаний. Отечественная промышленность потребительских товаров и упаковки вынуждена активизировать применение инновационных технологий, чтобы преуспеть в условиях санкций, укрепить и установить новые контакты с поставщиками и производителями.

По данным Плана развития газо- и нефтехимии России на период до 2030 г., загрузка мощностей по производству ПВХ в 2011 г. составляла 95%. На основании данных отечественных компаний в 2011 г. было заявлено о строительстве значительного количества мощностей, на практике же к 2013 г. большинство проектов не было реализовано. На инвестиционное планирование и реализацию проектов значительное влияние оказывают сложности производства ПВХ. Для его выпуска необходимы три ключевых вида сырья: этилен, соль и электричество, а также создание 4–5 производственных переделов [3, с. 42]. В то же время, несмотря на наличие проблем, есть предпосылки дальнейшего развития нефтегазохимии в России, в том числе, в отрасли полимеров. В стране имеется избыток относительно дешевого и доступного нефтегазохимического сырья для производства поливинилхлорида, достаточно высокий потенциал внутреннего рынка. Кроме того, в России созданы крупные вертикально интегрированные структуры, которые способны создавать конкурентоспособные производства: ОАО «СИБУР Холдинг», ОАО «НК „ЛУКОЙЛ“», ОАО «Татнефтехиминвестхолдинг», ОАО «ТАИФ», ОАО «Газпром», ОАО «НК „Роснефть“», ОАО «Татнефть», ОАО «НОВАТЭК» и др.

**Конъюнктура российского рынка поливинилхлорида.** В условиях резкого падения курса рубля значительно возрастает роль российского производителя ПВХ. В соответствии с планом развития газо- и нефтехимии России на период до 2030 г. потребление ПВХ должно составить 2056 тыс. т по ПВХ-С и 179 тыс. т по ПВХ-Е. Ожидается, что потребление вырастет в 2 и 1,8 раза соответственно по сравнению с 2013 г. Перспективы такого роста в долгосрочном периоде позволяют российским производителям планировать и реализовывать инвестиционные проекты, связанные как с расширением производства, так и открытием нового. Однако вероятность реализации данных проектов во многом зависит от политических и экономических условий на внутреннем и внешних рынках.

В 2011–2014 гг. конъюнктура российского рынка поливинилхлорида характеризовалась превышением потребления над производством. До 2014 г. отрасль оставалась существенно импортозависимой: 48% потребленного российскими переработчиками ПВХ в 2011 г. было продукцией зарубежного производства. В 2013 г. этот показатель снизился до 40%, преобладали поставки из США (50%) и Китая (26%).

В 2014 г. зависимость российского рынка ПВХ от импорта заметно снизилась (рис. 1).

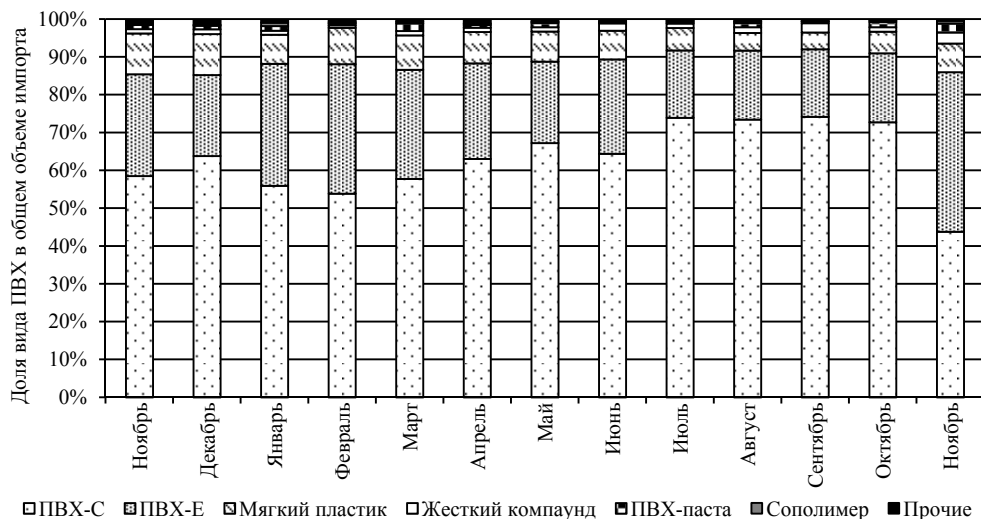


Рис. 1. Динамика импорта ПВХ по видам в 2014 г., т<sup>1</sup>

Наиболее резкое снижение наблюдается в секторе суспензионного ПВХ, в ноябре 2014 г. импорт ПВХ-С упал по отношению к аналогичному месяцу прошлого года на 47% и составил 8,719 тыс. т. В декабре 2014 г. и январе 2015 г. падение импорта ПВХ-С продолжилось и составило 4 тыс. и 2 тыс. т соответственно. Импорт ПВХ-Е также показал отрицательную динамику и, хотя в ноябре 2014 г. наблюдался прирост по отношению к аналогичному месяцу предыдущего года, в целом общее падение импорта ПВХ-Е по итогам года составило 10% по отношению к 2013 г.

Существенно сократились поставки из США и Европы, тогда как из Китая в течение 2014 г. поставки значительно росли. В 2014 г. прирост импорта ПВХ-С из Китая составил 62,4% к аналогичному периоду прошлого года. В ноябре 2014 г. произошло резкое падение объемов импорта. Основными причинами являются: сезонное снижение спроса у переработчиков, а также снижение спроса в связи с кризисными явлениями на готовые профильно-погонажные изделия, девальвация рубля, которая сделала невыгодной дорогую европейскую и североамериканскую смолу для поставок в РФ. Основным двигателем отрасли остается строительная индустрия: 59% потребления смолы приходится на производителей профильно-погонажных изделий и 15% – на производителей пластикатов. Спрос со стороны производителей профильно-погонажных изделий сократился в ноябре 2014 – январе 2015 г. в среднем на 5–10%. Структура импорта ПВХ-С по странам в 2014 г. представлена на рис. 2.

До рекордно низких уровней снизились поставки из Европы, поставки с Украины полностью прекратились. Это объясняется общей геополитической ситуацией в мире

<sup>1</sup> Отчет ПВХ. Россия, декабрь 2014. Маркет Репорт : аналит. портал. URL : <http://www.mrcplast.ru>.

и взаимоотношениями двух стран. При общем резком падении спроса на суспензионный ПВХ в ноябре 2014 г. прирост импорта из Китая по отношению к ноябрю 2013 г. составил 49,7%. Одновременно с ростом китайского импорта поставки из США в ноябре 2014 г. упали на 72% по отношению к аналогичному месяцу прошлого года и в январе 2015 г. практически прекратились, что объясняется высоким уровнем цен на североамериканский продукт, девальвацией рубля и более низкими ценами российских и китайских производителей ПВХ. В январе 2015 г. объем импорта ПВХ-смолы в Россию упал до 2 тыс. т, это самый низкий уровень с 2005 г.

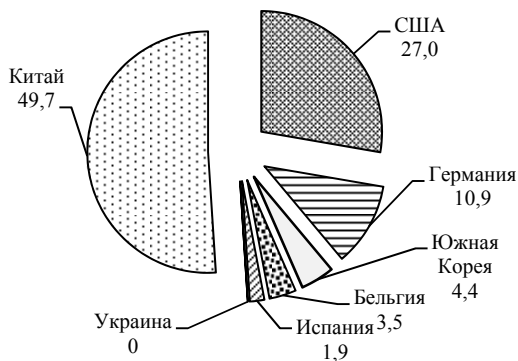


Рис. 2. Структура импорта ПВХ-С по странам в 2014 г., т, %

**Структура производства и потребления ПВХ в России.** В отрасли наблюдается стабильная тенденция к импортозамещению. В январе 2015 г. объемы производства ПВХ-С в Российской Федерации составили 74,1 тыс. т, что на 17% превышает объемы производства 2014 г. и на 31% – объемы 2013 г. С 2010 по 2014 г. наблюдалась серьезная зависимость потребления ПВХ от импорта. В 2014 г. потребление ПВХ в России составило 950 тыс. т, в то время как производство – лишь 612 тыс. т. С ноября 2014 г. импортозависимость в отрасли резко снизилась, и наметилась четкая тенденция к полному импортозамещению.

Данные результаты связаны с пуском завода «РусВинил» и выходом его на полную мощность к концу 2014 г. На данный момент структура российского рынка ПВХ-С представлена четырьмя производителями: Башкирской содовой компанией (БСК), в состав которой входит «Каустик», расположенный в г. Стерлитамак, «Каустик» (Волгоград), «Саянскхимпласт» и «РусВинил». «Карпатнефтехим» компании «Лукойл» с 2014 г. остановил производство ПВХ. Изначально планировалось, что данный производитель с проектной мощностью 300 тыс. т, находящийся на территории Украины, будет также поставлять продукцию на российский рынок. Но в связи с политическими и экономическими проблемами между странами, а также сложностями на Украине завод был остановлен. Сегодня наиболее крупным производителем является «Саянскхимпласт», лидирующий с 2012 г., доля объемов производства которого в январе 2015 г. составила 33,3%. После реконструкции также увеличилась загрузка мощностей Башкирской содовой компании, доля которой в январе 2015 г. составила 30,6%. Активно наращивает производство «РусВинил», также приближаясь к позиции лидера. Объем выпуска ПВХ-С на данном предприятии в январе 2015 г. достиг 18,4 тыс. т, это соответствует 24,8% общего объема российского суспензионного ПВХ.

Динамика объемов производства ПВХ-С в России представлена на основе данных аналитического портала «Маркет Репорт» (рис. 3).

По производству ПВХ-Е в России существует только один производитель – волгоградский «Химпром». В 2013 г. данный завод выпустил 17 тыс. т ПВХ-Е при возможной загрузке в 22 тыс. т, предприятие находится на стадии банкротства, его производственные мощности устарели, и к 2016 г. планируется закрытие предприятия [3, с. 104].

Планом развития нефтегазохимии до 2030 г. предусмотрено привлечение инвестиций в этот сектор отрасли. Но на данный период Россия теряет последнее производство эмульсионного поливинилхлорида.

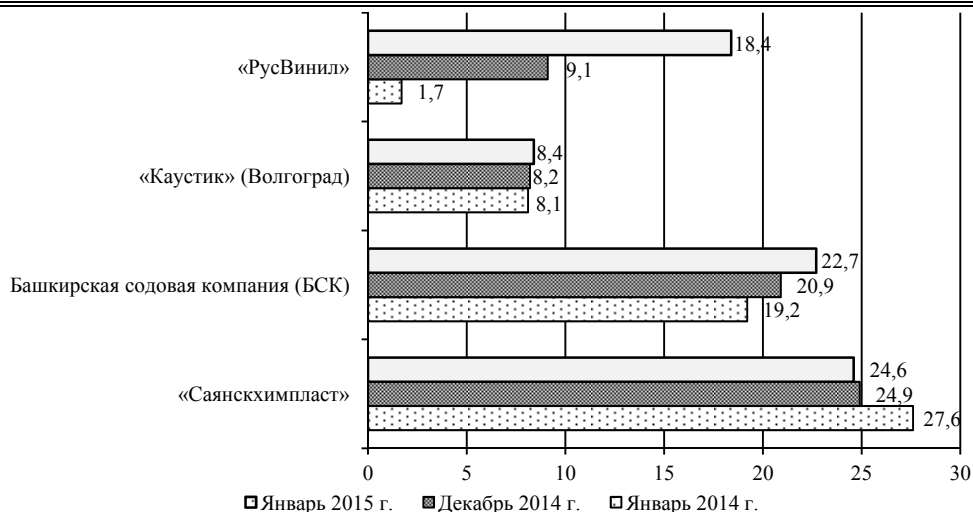


Рис. 3. Динамика объема производства ПВХ-С в России, тыс. т

Объемы потребления ПВХ-С в России в ноябре 2014 г. упали на 14% по сравнению с тем же периодом 2013 г., но в декабре 2014 г. – январе 2015 г. вновь наметилась тенденция к увеличению объемов потребления. В ноябре–декабре 2014 г., по данным аналитического портала «Маркет Репорт», российские производители снижали контрактные цены на ПВХ-С, что было обусловлено снижением спроса и обострением конкуренции между российскими производителями. В целом в 2014 г. цены российских производителей сохраняли стабильность, особой волатильности не наблюдалось (рис. 4).

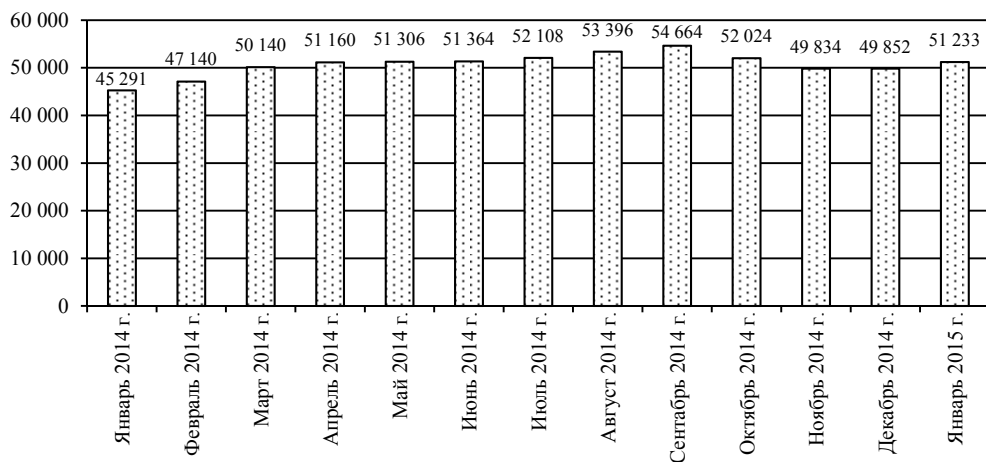


Рис. 4. Динамика российских цен на ПВХ-С в 2014–2015 гг., р./т

**Экспорт российского ПВХ.** Расширение экспорта – один из важнейших факторов достижения устойчивого экономического роста и модернизации технологической структуры экономики страны [1, с. 152]. Согласно традиционному подходу к объяснению товарной специализации национальной экономики сложившаяся структура экспорта определяется особенностями природных, финансовых, трудовых и капитальных

ресурсов, необходимых для конкурентоспособного производства товаров и услуг, а также качеством деятельности национальных институтов [10, с. 21]. Экспорт российского ПВХ составляет незначительную долю в общей структуре экспорта России. В первую очередь это связано с превышением потребления над производством ПВХ в России. Российские производители, работая с высоким уровнем загрузки мощностей, не в полной мере удовлетворяют спрос отечественных переработчиков. Намечившийся в конце 2014 г. рост объемов экспорта связан с пуском и выходом на полную мощность производства «РусВинил», а также с изменением ситуации на валютном рынке.

В ноябре 2014 г. значительно возросло количество экспортных сделок на ПВХ-С, что привело к общему увеличению экспорта на рынке. При этом объемы экспорта на другие виды поливинилхлорида оставались на прежнем низком уровне. Структура российского экспорта ПВХ-С представлена на основе данных аналитического портала «Маркет Репорт» (рис. 5).

Доля ПВХ-С в общем объеме российского экспорта поливинилхлорида в 2014 г. составила 40,8%

и достигла 4 000 т, что на 82% превышает показатели 2013 г. Наибольший объем ПВХ-смолы в 2014 г. экспортировался в Беларусь (1226 т) – 33% и Индию (743 т) – 20%, 15% составляет экспорт на Украину – 554 т в год и 14% в Узбекистан – 500 т в год. Можно говорить об активизации российского экспорта, который практически отсутствовал в предыдущие периоды. Наиболее активно продает на экспорт «РусВинил», его доля в экспорте составляет 94,4%, доли остальных производителей незначительны. В 2015 г. вероятно продолжение роста экспорта. В первую очередь это связано с невысокими ценами на российский ПВХ на мировом рынке.

Несмотря на резкое падение нефтяных цен, девальвацию рубля, сложность политической обстановки, введение санкций, российский рынок поливинилхлорида продолжает развиваться. Перспективное потребление ПВХ в России в соответствии с Планом развития газо- и нефтехимии России на период до 2030 г. должно значительно возрасти, рынок полимеров остается привлекательным для инвестиций вопреки сложности технологического процесса. В России по-прежнему сохраняется интерес к передовому оборудованию, технологиям производства и переработки, высокотехнологичным материалам.

Развитие полимерной индустрии, намечившаяся тенденция к импортозамещению в отрасли требуют активного привлечения инвестиций. К настоящему времени в стране предприняты определенные меры по улучшению инвестиционного климата, базовые принципы российского инвестиционного законодательства приведены в соответствие с международными нормами и требованиями. Перед российской экономикой стоит задача повысить эффективность использования иностранных инвестиций и шире привлекать капитал в те отрасли, которые обеспечивают инновационное развитие страны и рост ее конкурентоспособности на мировом рынке [4, с. 10].

С учетом особенностей текущей ситуации и всех трудностей, связанных с политическими и экономическими событиями в мире, четко прослеживается положитель-

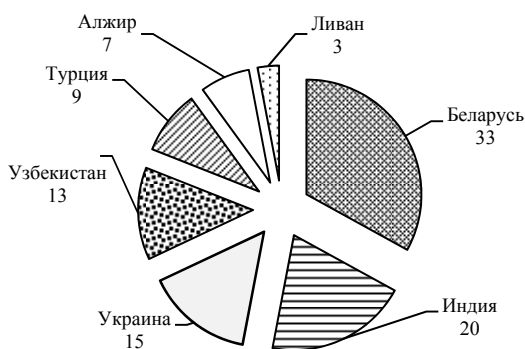


Рис. 5. Экспорт ПВХ-С по странам в 2014 г., %

ная динамика в российской индустрии полимеров. Со стороны государства разработаны меры поддержки, которые будут направлены на развитие всей отрасли в целом в рамках достижения поставленных целей и задач по развитию нефтегазохимии как одной из лидирующих отраслей промышленности в Российской Федерации.

### Библиографический список

1. Капустина Л. М., Новокишанова Н. А. Применение модели «пространства продуктов» для обоснования экспортной диверсификации страны // Известия Уральского государственного экономического университета. 2010. № 6(32).
2. Капустина Л. М., Древалев А. А. Развитие медной промышленности России в условиях членства во Всемирной торговой организации // Экономика региона. 2014. № 2.
3. Киячков А. Производство ПВХ в России: состояние и перспективы // Пластикс. 2014. № 5(134).
4. Кондратенко Ю. Н., Капустина Л. М. Международная промышленная кооперация в машиностроительном комплексе России // Известия Уральского государственного экономического университета. 2008. № 2(21).
5. Макаров А. Н. Импортзамещение как инструмент индустриализации экономики региона : инновационный аспект // Рос. внешнеэкон. вестн. 2011. № 5.
6. Плахин А. Е. Принципы кластеризации при создании индустриальных парков в Российской Федерации // Управленец. 2014. № 4(50).
7. Титов А. В. К вопросу о возникновении и развитии концепции импортзамещения в теории и практике меркантилистов XVII–XVIII вв. // Экономика и управление. 2009. № 2.
8. Тюфанова А. П., Орлова А. В. Экономическое состояние России под воздействием финансово-экономических санкций // Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, 2015.
9. Цветков В. В. Нужна программа импортзамещения // Курс Н : экон. еженедельник 2010. № 22.
10. Samuelson P. A. Prices of Factors and Goods in General Equilibrium // Review of Economic Studies. 1953.

#### Л. М. Капустина

*доктор экономических наук, профессор,*

*заведующая кафедрой маркетинга и международного менеджмента*

*ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),*

#### Н. А. Портнов

*аспирант кафедры маркетинга и международного менеджмента*

*ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

### Территории опережающего развития как инструмент улучшения инвестиционного климата России

**Аннотация.** В статье проводится анализ инвестиционного климата РФ, выявляются сильные и слабые стороны инвестирования зарубежных компаний в экономику России по результатам опроса иностранных инвесторов и данным ведущих международных экономических организаций, рейтинговых агентств. В качестве инструмента улучшения инвестиционной привлекательности России рассматриваются территории опережающего развития. Подробно анализируются налоговые и другие льготы для резидентов территорий опережающего развития, которые могут создаваться в России с весны 2015 г.

**Ключевые слова:** инвестиционный климат; кредитный рейтинг; отток иностранного капитала; правовые условия ведения бизнеса.

За последние несколько лет эксперты отмечают общее улучшение инвестиционного климата России. Так, РФ успешно продвигается в мировых рейтингах, отражающих инвестиционную привлекательность, таких как «Ведение бизнеса» Всемирного банка, кредитные рейтинги мировых рейтинговых агентств. Вместе с тем в свете последних событий на мировой политической и экономической арене Россия во многом



теряет привлекательность для иностранных инвесторов. Это подтверждает отток иностранного капитала из страны, начавшийся в 2013 г. и продолжающийся вплоть до настоящего времени. Чистый отток капитала из России в 2014 г., согласно представленной Центральным банком оценке платежного баланса, составил 151,5 млрд дол., что в 2,5 раза выше, чем в 2013 г. (61 млрд дол.) [1].

По результатам исследования международной аудиторско-консалтинговой компании Ernst and Young, Россия по-прежнему остается самой привлекательной страной для инвесторов на территории СНГ, что также отражает текущий объем иностранных инвестиций в регионе. 44% респондентов исследования назвали РФ наиболее предпочтительным направлением для инвестирования. Страна имеет огромный внутренний рынок (143 млн человек), отмечается рост среднего класса (около 55% от общей численности населения). Инвестиционная привлекательность России также объясняется ее богатыми природными ресурсами, развитой телекоммуникационной инфраструктурой, наличием высококвалифицированных кадров и прочными экономическими связями между регионами страны и с соседними государствами. Несмотря на то, что позиция России в рейтинге стран с благоприятными условиями для бизнеса гораздо ниже, чем у Казахстана, неудобства, связанные со сложностью ведения деятельности, компенсируются масштабами российского внутреннего рынка и существующими инвестиционными возможностями.

По мнению 70% участников исследования, наиболее привлекательной характеристикой России остается ее большой и растущий потребительский рынок [8]. Российский потребительский рынок по объему занимает девятое место в мире [10]. ВВП в расчете на душу населения, составляющий 14 105 дол. США, является крупнейшим в Евразийском экономическом союзе. Численность российского среднего класса значительно возросла в течение 2000-х годов: темпы роста ВВП на душу населения в прошедшее десятилетие превышали 5% в год [9]. Ожидается, что потребительские расходы вырастут почти вдвое – до 3 трлн дол. США к 2025 г., что увеличит конкурентные преимущества России [4].

64% участников исследования считают российскую телекоммуникационную инфраструктуру преимуществом. В стране наибольшее количество пользователей онлайн-услуг в Европе – 73,8 млн человек. Молодежь мегаполисов составляет наибольшую часть интернет-аудитории. Россия занимает 56-е место среди 142 стран, для которых рассчитывается индекс сетевой готовности ВЭФ (NRI), измеряющий способность стран эффективно использовать информационные технологии. По сравнению с 2011 г. в этом рейтинге РФ переместилась вверх на 21 позицию [11]. Операторы связи продолжают модернизировать инфраструктуру для улучшения качества обслуживания. Однако 27% респондентов не считают российский телекоммуникационный сектор привлекательным в основном из-за неравномерности развития регионов. Российское правительство изучает возможность использования государственно-частного партнерства для обеспечения сельских районов оптоволоконной связью и включения их в современную экономику.

Участники исследования сохраняют противоречивые взгляды на российскую транспортно-логистическую инфраструктуру. В то время как 46% опрошенных считают ее привлекательной, значительная доля участников исследования (43%) придерживается противоположного мнения. Развитие инфраструктуры происходит в России медленнее, чем в других странах с быстрорастущей экономикой. Согласно докладу «Глобальная конкурентоспособность, 2012–2013 гг.» (ВЭФ), она занимает 101-е место в списке из 144 стран по качеству инфраструктуры, т. е. имеет значительно более низкий рейтинг, чем Китай (69-е место) и Индия (87-е место). По качеству дорог Россия

опустилась в текущем году на 136-е место со 130-го, на котором она находилась в 2011–2012 гг. По оценкам, российская экономика ежегодно теряет 3% ВВП из-за низкого уровня развития дорожной инфраструктуры и неиспользования транзитного потенциала [7]. Железнодорожная инфраструктура значительно лучше – по этому показателю в докладе «Глобальная конкурентоспособность» стране отведено 30-е место.

56% опрошенных инвесторов привлекает в России наличие квалифицированных специалистов, 61% – конкурентоспособность затрат на оплату их труда. Данное преимущество является результатом хорошей системы образования, что отметили 61% респондентов. По доле грамотного населения, которая составляет 99,4%, страна опережает других членов группы ЕАЭС [6]. Кроме того, по численности рабочей силы (75 млн человек) Российская Федерация находится на 7-м месте в мире и 1-м в Европе. По сравнению с рабочей силой США, европейских и других стран в России больше специалистов с высшим образованием [5]. Однако эта позитивная статистика вселяет энтузиазм только в тех, кто уже инвестировал в российскую экономику. Для руководителей компаний, еще не ведущих деятельность в России, свойственны противоречивые взгляды на потенциал российской рабочей силы. Только 32% респондентов относят качество рабочей силы к конкурентным преимуществам нашего государства. При этом 46% считают стоимость рабочей силы и уровень образования привлекательными. Несмотря на высокий уровень образования, по его качеству Россия уступает большинству стран ОЭСР. Кроме того, недостатки бизнес-образования приводят к растущей проблеме нехватки квалифицированных кадров. Для построения инновационной экономики необходимо вводить в систему российского образования элементы бизнес-образования.

На основании сказанного можно отметить, что инвестиционный климат России нуждается в совершенствовании. Одним из направлений выступает улучшение правовых условий ведения бизнеса, а также предоставление льготных условий иностранным инвесторам. Среди перспективных механизмов предоставления таких льгот – введенный в 2015 г. механизм создания территорий опережающего развития [2].

30 марта 2015 г. вступил в силу новый Федеральный закон от 29 декабря 2014 г. № 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» (далее – Закон № 473-ФЗ). В нем под территорией опережающего социально-экономического развития (далее – ТОР) понимается часть территории субъекта Российской Федерации, включая закрытое административно-территориальное образование, на которой в соответствии с решением Правительства РФ установлен особый правовой режим осуществления предпринимательской и иной деятельности в целях формирования благоприятной среды для привлечения инвестиций, ускоренного развития экономики и создания комфортных условий для обеспечения жизнедеятельности населения.

Согласно Федеральному закону № 473-ФЗ ТОР создается на 70 лет по решению Правительства Российской Федерации на основании предложения уполномоченного федерального органа, при этом срок ее существования может быть продлен по решению Правительства РФ. Решение Правительства РФ о создании ТОР принимается в форме постановления, которым предусматриваются:

перечень видов экономической деятельности, при осуществлении которых действует особый правовой режим предпринимательской деятельности;

минимальный объем капитальных вложений резидентов ТОР в осуществление соответствующих видов экономической деятельности на этой территории;

положение о применении или неприменении на ТОР таможенной процедуры свободной таможенной зоны, установленной таможенным законодательством Таможенного союза;

описание местоположения границ ТОР;  
 при необходимости минимальные требования к уровню применяемых резидентами ТОР технологий и методов производства, оборудования для соответствующих видов экономической деятельности.

Предусматриваются также особенности осуществления трудовой, медицинской, образовательной и иных видов деятельности, особенности регулирования имущественных, земельных, градостроительных, экологических и иных отношений применительно к ТОР.

Согласно закону в течение трех лет со дня его вступления в силу ТОРы могут создаваться на территориях субъектов Российской Федерации, входящих в состав Дальневосточного федерального округа, а также на территориях моногородов с наиболее сложным социально-экономическим положением, включенных в соответствующий перечень, утверждаемый Правительством Российской Федерации, а по истечении трех лет – на территориях остальных субъектов РФ [3].

Законодательством предусмотрен ряд налоговых преференций. Так, на основании п. 1.8 ст. 284 НК РФ (часть 2) для организаций, получивших статус резидента территории опережающего социально-экономического развития, ставка налога на прибыль, подлежащего зачислению в федеральный бюджет, устанавливается в размере 0%. Льгота применяется в течение пяти лет, начиная с года, в котором была получена первая прибыль от деятельности на территории опережающего социально-экономического развития. Законами субъектов РФ может устанавливаться пониженная налоговая ставка налога на прибыль, подлежащего зачислению в бюджеты субъектов РФ. Размер данной налоговой ставки не может превышать 5% в течение первых пяти налоговых периодов и не может быть менее 10% в течение следующих пяти лет.

Резиденты территории опережающего социально-экономического развития также имеют право на ускоренное возмещение НДС (применение заявительного порядка возмещения НДС). Это возможно, если налогоплательщик представит помимо налоговой декларации, в которой заявлено право на возмещение налога, договор поручительства управляющей компании.

Согласно ст. 2 Закона № 473-ФЗ управляющей компанией является акционерное общество, определенное Правительством РФ в целях осуществления функций по управлению территорией опережающего социально-экономического развития и 100% акций которого принадлежит РФ, и/или дочернее хозяйственное общество, которое создано с участием такого акционерного общества.

Алгоритм применения заявительного порядка в рассматриваемой ситуации будет следующим. Налогоплательщик сдает в инспекцию налоговую декларацию по НДС. Не позднее пяти дней с момента представления декларации он подает в инспекцию заявление о применении заявительного порядка. Этот же срок предусмотрен и для представления договора поручительства.

Дополнительно в Налоговом кодексе РФ установлены следующие правила. Договор поручительства должен предусматривать обязательство управляющей компании на основании требования налогового органа уплатить в бюджет за налогоплательщика суммы налога, излишне полученные им (зачтенные ему) в результате возмещения налога в заявительном порядке, если решение о возмещении суммы налога будет отменено полностью или частично. Срок действия договора поручительства должен истекать не ранее чем через восемь месяцев со дня подачи налоговой декларации, в которой заявлена сумма налога к возмещению. Сумма, указанная в договоре поручительства, должна соответствовать сумме налога, заявляемой к возмещению.

При добыче полезных ископаемых на территории опережающего социально-экономического развития резидентом данной территории к установленной налоговой

ставке можно применять понижающий коэффициент от 0 до 1. С начала применения нулевой ставки и в течение первых 24 периодов по НДС он равен нулю, а затем постепенно в течение нескольких лет повышается до единицы.

Концепция ТОР также предусматривает льготный порядок привлечения иностранного персонала на предприятия-резиденты, а именно:

получение работодателем разрешений на привлечение и использование иностранных работников не требуется;

приглашения на въезд в РФ в целях осуществления трудовой деятельности, а также разрешения на работу иностранным гражданам на территории ТОР выдаются без учета квот на их выдачу. Также без учета квот выдаются разрешения на работу членам семей высококвалифицированных специалистов;

оформление приглашений на въезд и разрешений на работу осуществляется через управляющую компанию или ее дочернее общество;

требование к размеру заработной платы (вознаграждения) высококвалифицированного специалиста, предусмотренное законом, не применяется.

Таким образом, создание территорий опережающего развития на Дальнем Востоке предоставляет существенные льготы иностранным инвесторам. Такие льготы несомненно улучшают инвестиционный климат территории РФ. Однако на практике успех реализации концепции ТОР будет зависеть от слаженности действий лиц, ответственных за развитие территорий опережающего развития. Этот факт доказывает опыт создания особых экономических зон в других регионах России. Наиболее успешными из них оказались те регионы, в которых ответственность за реализацию проектов экономического развития брали на себя первые лица регионов.

#### Библиографический список

1. Герасимов И. Чистый отток капитала из России в 2014 г. составил 151,5 млрд дол. // РБК. URL : <http://top.rbc.ru/finances/16/01/2015/54b96c5e9a7947490508d8d2>.
2. Немеба П. Правительство согласилось на беспрецедентные льготы для Дальнего Востока // РБК. Factiva. URL : <http://top.rbc.ru/economics/06/10/2014/54328b17cbb20f98cf48e321>.
3. Подписан закон о территориях опережающего социально-экономического развития в РФ. URL : <http://kremlin.ru/acts/news/47349>.
4. Consumers to power Russian economy, stock market-study // Reuters, Factiva Dow Jones. URL : <https://snapshot.factiva.com/Pages/Index>.
5. Education at a Glance 2012 : OECD Indicators. P. : OECD Publishing, 2012.
6. Invest in Russia. URL : <http://www.invest.gov.ru/en>.
7. Russia loses out on 3% of GDP annually due to underdeveloped roads // Dow Jones Factiva. URL : <https://snapshot.factiva.com/Pages/Index>.
8. Lally K. Russia tries to improve life expectancy with laws curbing drinking, smoking // Washington Post. URL : <http://www.washingtonpost.com>.
9. Scenarios for the Russian Federation // World Economic Forum. Geneva : World Economic Forum, 2013.
10. Schwab K. The Global Competitiveness Report // World Economic Forum. Geneva : World Economic Forum, 2013.
11. The Networked Readiness Index 2012 // World Economic Forum. Geneva : World Economic Forum, 2012.

**Ю. Н. Кондратенко**

кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Управление коммуникацией в глобальных кооперационных проектах

**Аннотация.** В статье автором определены понятия и выделены признаки глобального проекта и глобальной команды, проанализированы преимущества и риски использования глобальных команд в международном кооперационном взаимодействии компаний и дана классификация типов глобальных проектов. В работе рассмотрены основные вопросы и техники глобальной коммуникации, разработаны матрицы по типам взаимодействия в глобальном проекте и рекомендации по используемым техническим средствам с целью повышения эффективности сотрудничества.

**Ключевые слова:** глобальный проект; глобальная команда; международная кооперация; глобальная коммуникация.

В условиях глобализации наблюдается тенденция к переходу от образования двусторонних международных партнерств к созданию международных межфирменных сетей на основе объединения международных стратегических альянсов. Под контролем из штаб-квартиры крупной компании находится работа независимых научно-исследовательских центров, проектных институтов, заводов, торговых фирм, расположенных в различных странах. Организация данной системы межстранового кооперационного взаимодействия предполагает использование принципов не просто проектного управления, а глобального проектного менеджмента и требует создания глобальных проектных команд.

К признакам глобального проекта мы можем отнести:

разные страны – местонахождение членов проектной команды минимум в двух разных странах;

разные организации – для членов команды характерна приверженность к разным организационным и управленческим процедурам и корпоративным культурам;

разные культуры – члены команды являются представителями разных культур со своими обычаями и традициями, образом мыслей и религией;

разные языки – члены команды говорят на разных языках;

разные часовые пояса – члены глобальной проектной команды могут находиться в разных часовых поясах.

Под *глобальным проектом* мы понимаем ограниченную по времени уникальную деятельность, направленную на достижение конкретных целей путем координированного выполнения взаимосвязанных действий участниками из разных стран и требующую организации управления через границы.

*Глобальная команда* – это группа людей из разных компаний и стран, объединенных на ограниченный период для решения конкретных задач, отличающихся высокой сложностью или новаторством.

В табл. 1 представлены основные преимущества и риски реализации кооперации через механизм глобальных проектов.

Для организации эффективной работы в рамках глобальных проектов необходимо решить комплекс задач: выбор членов команды, создание командной идентичности, построение доверия, решение конфликтов, но главное – это организация эффективной системы коммуникаций, без которой работа глобальной команды невозможна. Управление коммуникациями проекта – управленческая функция, направленная на обеспечение своевременного сбора, распределения и сохранения необходимой проектной информации. Чтобы быть полезной для принятия решений, информация должна быть предоставлена своевременно, по назначению и в удобной форме.

**Преимущества и риски глобальных кооперационных проектов**

Преимущества	Риски
Привлечение лучших специалистов независимо от их местонахождения	Необходимость адаптировать корпоративную культуру и организационную структуру компании
Глобальное рабочее время (24 ч, а не 8 ч)	Необходимость адаптировать часы работы к другим часовым поясам
Повышение гибкости в решении вопросов	Необходимость внедрения коммуникационных технологий и средств связи
Повышение инновационности и креативности (за счет уменьшения группового мышления)	Сложности в формировании доверия
Более высокая продуктивность	Языковые различия как препятствие коммуникации
Уменьшение требований к офисному пространству	Сложности в создании командной идентичности
Возможность получения более точной картины потребностей клиентов	Культурные различия
Отсутствие необходимости перемещать существующих работников	Сложности в управлении конфликтами на расстоянии
Близость к потребителям	Сложности в проведении тренингов и обмене знаниями на расстоянии

Глобальные кооперационные проекты могут быть структурированы разными способами в зависимости от размера, сложности, типа, организационной структуры проекта. И каждая структура имеет свои особенности в технике коммуникации. В настоящее время существуют разные типы команд. В Boeing, Airbus члены команд представляют различные функции (производство, инжиниринг, тестирование нового продукта). В командах по продажам в Panasonic или Novartis каждый продавец имеет свою территорию, члены команды взаимодействуют друг с другом, чтобы поделиться идеями и лучшей практикой. В глобальных командах аудита Ernst&Young аудитор из каждой страны разрабатывает бюджеты для дочернего предприятия и представляет его на рассмотрение руководителю-партнеру. Члены этой глобальной команды мало взаимодействуют друг с другом [6, с. 94].

Нами была доработана классификация организационных структур глобальных проектов, предложенная Дж. Биндером, с учетом специфики международного кооперационного взаимодействия, выделено три типа организационной структуры глобального кооперационного проекта, и определены оптимальные техники коммуникации для каждой структуры.

1. Централизованные проекты – все члены команды отчитываются непосредственно руководителю проекта, который выполняет функции контроля и координации, используя инструменты связи. Данная структура эффективна для проектов с небольшими размерами, низким уровнем сложности и в случаях, когда члены команды работают в различных странах, но имеют похожие инструменты связи и предпочитают работать независимо, без тесной координации с другими членами.

2. Проекты с местными координаторами – наиболее распространенная структура для глобальных проектов. Все или большинство местных членов команды отчитываются перед местным координатором, ответственным за планирование и ведение работ по субпроектам и блокам работ в зависимости от сложности проекта. Каждая такая подгруппа работает автономно. При этом местные координаторы могут управлять своими командами без барьеров, создаваемых языком, временем, культурой, дистанцией. Ключевые члены команды могут быть вовлечены в более детальные обсуждения задач между командами. Руководитель же поддерживает постоянные коммуникации с местными координаторами. Это облегчает организацию системы коммуникаций, особенно если члены команды находятся в разных часовых поясах.

Наиболее эффективна данная структура, когда компетенции распределены и каждая подгруппа может разрабатывать отдельный полный компонент финального продукта и когда важна географическая и культурная близость к конечным потребителям.

3. Проекты с функциональными координаторами – данная структура применяется в случаях, когда сложность и объемы поставленных задач требуют знаний группы людей, работу которых координирует специалист или эксперт, независимо от географического расположения членов команды. Ее следует использовать, когда люди включены в проект благодаря своим знаниям, а не стране проживания и когда компании организованы по центрам функциональной компетенции и каждая работа включает большой объем кроссфункциональной деятельности. Для успешной реализации этой структуры компании-участницы проекта должны иметь современные эффективные средства связи, так как количество трансграничных коммуникаций велико.

Для всех указанных типов глобальных проектов при управлении коммуникацией важно:

- создать центральное место для хранения членами команды всей проектной документации;

- использовать электронные формы, в которые можно вводить информацию о проекте в едином структурированном и стандартизированном формате;

- создать базу данных для хранения данной информации и интегрировать ее с другим офисным программным обеспечением, чтобы ускорить ввод данных в процессе работы;

- создать веб-сайт проекта (виртуальную комнату проекта), где размещать необходимую информацию, вводя систему допуска к тому или иному уровню информации и возможность обмена файлами [4, с. 109].

Формирование глобальной матрицы коммуникаций предполагает решение следующих вопросов:

- выбор оптимальных типов встреч и средств коммуникаций. Из-за рассеивания членов команды по разным странам глобальные команды часто называют виртуальными командами. Но даже в виртуальных командах необходимы встречи лицом к лицу для построения доверия и обмена более глубокими, не выраженными словами знаниями. Молчаливые (tacit) знания – тип знаний, которые внедрены в контекст и не могут быть выражены ясно, они вытекают из опыта, и их легче передавать лицом к лицу, в форме диалога, невербальной коммуникации [6, с. 108];

- создание базы знаний о проекте – необходимо использовать существующие в организации стандарты по базе знаний, если их нет, то сформировать;

- создание шаблонов встреч онлайн – все документы должны быть адаптированы к встречам онлайн;

- учет культурного аспекта – преодоление лексико-фразеологических ограничений, присущих разным национальным языкам, решение проблемы разных культурных представлений у членов команды;

- оптимизация глобальных каналов коммуникации – выбрать оптимальные схемы взаимодействия, частоту и типы встреч.

В табл. 2 мы представили наиболее востребованные типы взаимодействия членов команды в процессе реализации глобального проекта. Безусловно, на практике могут возникнуть более сложные структуры, и особенности проекта могут требовать большего числа коммуникаций, но эта матрица отражает наиболее распространенные способы взаимодействия, необходимые для успешного функционирования глобальных проектов. В табл. 3 представлена матрица по техническим средствам, рекомендуемым для каждого типа взаимодействия с указанием балльной оценки по шкале от 1 (неэффективно) до 5 (максимально эффективно).

## Типы взаимодействия в глобальной команде

Тип взаимодействия	Централизованная ГП	ГП с местными координаторами (МК)	ГП с функциональными координаторами (ФК)
Культурная адаптация участников, построение доверия (тренинги)	Продолжительность: 2–3 дня на начальной стадии проекта. Модератор: РП. Аудитория: члены команды	Продолжительность: 2–3 дня на начальной стадии проекта. Модератор: РП. Аудитория: члены команды, МК	Продолжительность: 2–3 дня на начальной стадии проекта. Модератор: РП. Аудитория: члены команды, ФК
Рабочие встречи для решения текущих вопросов	Продолжительность: 1–2 ч, еженедельно. Модератор: РП. Аудитория: члены команды	Продолжительность: 1–2 ч, еженедельно. Модератор: МК. Аудитория: члены команды	Продолжительность: 1–2 ч, еженедельно. Модератор: ФК. Аудитория: члены команды
Текущий мониторинг и контроль	Продолжительность: 1 ч, ежедневно или онлайн контроль. Исполнитель: члены команды. Контроль исполнения: РП	Продолжительность: 1 ч, ежедневно или онлайн контроль. Исполнитель: члены команды. Контроль исполнения: МК	Продолжительность: 1 ч, ежедневно или онлайн контроль. Исполнитель: члены команды. Контроль исполнения: ФК
Встречи с инвесторами проекта	Продолжительность: 3 ч, ежеквартально. Модератор: РП. Аудитория: инвесторы	Продолжительность: 3 ч, ежеквартально. Модератор: РП. Аудитория: инвесторы, МК	Продолжительность: 3 ч, ежеквартально. Модератор: РП. Аудитория: инвесторы, ФК
Встречи с координаторами для обсуждения статуса проекта и дальнейшего развития	–	Продолжительность: 3–5 ч, ежемесячно. Модератор: РП. Аудитория: МК	Продолжительность: 3–5 ч, ежемесячно. Модератор: РП. Аудитория: ФК
Встречи для разрешения конфликтов, обсуждения рисков проекта и спорных вопросов	Продолжительность: 3–5 ч, по мере необходимости. Модератор: РП. Аудитория: члены команды	Продолжительность: 3–5 ч, по мере необходимости. Модератор: РП или МК в зависимости от участников конфликта и важности вопроса. Аудитория: члены команды, МК	Продолжительность: 3–5 ч, по мере необходимости. Модератор: РП или ФК в зависимости от участников конфликта и важности вопроса. Аудитория: члены команды, ФК



Т а б л и ц а 3

## Технические средства коммуникации в зависимости от типа взаимодействия членов глобальной команды

Тип взаимодействия	Местные (личные) встречи	Аудиоконференции	Видеоконференции	Аудио- и веб-конференции	Базы данных, веб-страница проекта
Культурная адаптация участников, построение доверия (тренинги)	Рекомендуется, даже если участники из разных стран. Балл: 5	Лучше не использовать, чтобы избежать недопонимания. Балл: 1	Можно использовать для удаленных участников, которые не смогли прибыть на личную встречу. Балл: 3	Можно использовать для удаленных участников, которые не смогли прибыть на личную встречу. Балл: 4	Не рекомендуется, так как не предполагает обсуждения. Балл: 1
Рабочие встречи для решения текущих вопросов	Только если все участники в одной стране. Балл: 5. В остальных случаях – высокие затраты на организацию. Балл: 1	Можно использовать при сильной географической удаленности участников, но есть риск недопонимания. Балл: 3	Можно использовать, но есть ограничения по количеству стран, участвующих во встрече, и может потребоваться дополнительное время для подготовки. Балл: 4	Рекомендуется. Дает возможность демонстрировать документы на экране и проверять понимание участников. Балл: 5	Не рекомендуется, так как не предполагает обсуждения и оперативного принятия решений. Балл: 1
Встречи по случаю разрешения конфликтов, обсуждению рисков проекта и спорных вопросов	Рекомендуется. Встречи лицом к лицу помогают решать личные конфликты. Балл: 5	Можно использовать, если конфликты не вызваны личными мотивами. Балл: 3	Рекомендуется. Если встречи лицом к лицу невозможны, визуальный контакт будет полезен в решении личных конфликтов. Балл: 4	Рекомендуется, есть дополнительная возможность просмотреть презентации, чтобы улучшить понимание. Балл: 4	Не рекомендуется, так как не предполагает обсуждения. Балл: 1
Текущий мониторинг и контроль	Только если все участники в одной стране, требуется время на проведение. Балл: 2	Лучше не использовать, чтобы избежать недопонимания. Балл: 1	Можно использовать, но есть ограничения по количеству стран, участвующих во встрече, требуется время для подготовки и проведения. Балл: 3	Можно использовать, дает возможность демонстрировать документы на экране, но требуется время на подготовку и проведение. Балл: 4	Рекомендуется. Позволяет оперативно в режиме онлайн отслеживать результаты и работать по отклонениям. Балл: 5
Встречи с инвесторами проекта	Для первой встречи рекомендуется, позволяет РП установить контакт с ключевыми членами из группы инвесторов. Балл: 5	Лучше не использовать, чтобы избежать недопонимания. Балл: 1	Можно использовать для сохранения открытых отношений. Балл: 3	Рекомендуется для последующих встреч. Позволяет обсуждать графики, презентации и прочие документы, экономит время и средства. Балл: 5	Не рекомендуется, так как не предполагает обсуждения и оперативного принятия решений. Балл: 1
Встречи с координаторами для обсуждения статуса проекта и дальнейшего развития	Рекомендуется. Балл: 5	Нежелательно. Через час внимание перестает концентрироваться на встрече. Балл: 2	Нежелательно. Через час внимание перестает концентрироваться на встрече. Балл: 3	Использовать осмотрительно, вводить перерывы и вовлекать всех участников в обсуждение. Балл: 4	Не рекомендуется, не предполагает обсуждения. Балл: 1

По результатам каждой встречи рекомендуется выпускать протокол и рассылать всем участникам, указывая в нем дату, тип встречи, участников, модератора, обсуждаемые вопросы, принятые решения, задачи на исполнение, ответственных, срок исполнения и форму отчета.

Эффективная система коммуникаций в глобальном проекте – основа для его успешной реализации, позволяющая увеличить продуктивность сотрудничества, степень гибкости, креативности и инновационности членов команды и повысить отдачу от глобального кооперационного проекта в целом.

### Библиографический список

1. *Коница Н. Ю.* Менеджмент в международных компаниях : как побеждать в конкурентной борьбе. М. : ТК Велби, 2008.
2. *Организация и управление внешнеэкономической деятельностью : 17-я модульная программа для менеджеров «Управление и развитие организации».* Модуль 10 / [Р. Б. Ноздрева, Б. И. Синецкий, В. В. Кормышев и др.]. М. : ИНФРА-М, 1999.
3. *Управление проектом на основе стандарта ANSI PMI PMBOK GUIDE 2004 (1601-PMBS).* Project Management Institute : PM Expert, 2006.
4. *Binder J.* Global Project Management. Communication, Collaboration and Management Across Borders. Burlington : Gower, 2007.
5. *Khazanchi D., Zigurs I.* Patterns of effective management of virtual projects: an exploratory study. USA : PMI, 2006.
6. *Mendenhall M. E., Osland J. S., Bird A., Oddou G. R., Maznevski M. L.* Global leadership. Research, practice and development. N. Y. : Routledge, 2008.
7. *Savage C. M.* Fifth generation management. Kreatives Kooperieren durch virtuelles Unternehmertum, dynamische Teambildung und Vernetzung von Wissen. Mensch Technik Organisation. Band 12. Zurich : Hochschulverlag AG, 1997.

#### М. П. Логинов

*доктор экономических наук, профессор кафедры финансовых рынков и банковского дела  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

### К вопросу о теории механизмов в экономике

**Аннотация.** В статье рассмотрены теоретические основы управления механизмами в экономике. Определена сущность экономических механизмов, дана их классификация, рассмотрены экономический механизм и механизм управления.

**Ключевые слова:** экономический механизм; механизм управления; механизм; классификация экономических механизмов.

Начиная с середины прошлого века, одной из тенденций в научных исследованиях становится взаимопроникновение гуманитарных и естественных наук. Один из инструментов развития новых теорий – использование технических понятий и методов, относящихся к естественным наукам, в науках гуманитарных.

Рассмотрим употребление понятия «механизм» в экономических теориях. Использование категории «механизм» в словосочетании с соответствующими определениями позволило значительно упростить описание экономических процессов, достаточно стало указать, что в основе процесса лежит какой-либо механизм. Такой прием рационален на микроуровне, применительно к непосредственным действиям субъекта, но в других случаях требует системного подхода при описании действия механизма.

Актуальность исследования механизмов в экономике подтверждается фактом вручения Нобелевской премии американским ученым за вклад в теорию экономических механизмов. Однако, по мнению автора, на сегодня в экономических науках от-

существует универсальная, обобщающая научные подходы и теории классификация механизмов в экономике. Кроме того, нет методологических формализованных рекомендаций по формированию эффективной структуры механизмов различных экономических систем.

**Научные подходы к исследованию экономических механизмов.** Категория «механизм» получила широкое применение в экономической литературе. По данным Российской государственной библиотеки, за последние десять лет в России было защищено более пятисот кандидатских и докторских диссертаций, темы которых включали словосочетания «экономический механизм», «организационно-экономический механизм», «механизм управления» и различные их комбинации. На поисковый запрос по слову «механизм» и тематике «Экономика. Экономические науки» сайт РИНЦ выдает более 12 тыс. ссылок на статьи в научных журналах.

Существуют два основных направления исследований механизмов в экономике:

1) изучение свойств механизмов и их элементов, определение показателей оптимального функционирования механизмов;

2) формирование механизмов с заранее заданными параметрами и свойствами.

В научной экономической литературе можно встретить упоминание различных видов механизмов, и в большинстве случаев отмечается высокая степень терминологической неопределенности, что не позволяет авторам сформировать понятийный аппарат и формализовать предмет исследования. Часто определения механизмов содержат чрезмерно расширенные признаки, что позволяет включить в понятие механизма любой экономический или организационный процесс в хозяйственной системе.

Распространенным подходом является рассмотрение механизмов в экономике по принципу «черного ящика», где на вход подаются управляющие воздействия субъекта, а на выходе получают востребованный результат.

Среди научных подходов к исследованию механизмов в экономике можно выделить четыре: структурный, информационный, функциональный и комбинированный.

Родоначальником всех научных подходов, использующих категорию «механизм» в экономике, выступает *структурный*, или *системно-организационный* подход, разрабатываемый с конца 60-х годов прошлого века, начиная с работ Л. И. Абалкина и его коллег о хозяйственном механизме плановой экономики, который понимался как совокупность элементов хозяйствования на разных уровнях [1; 2].

Итогом развития структурного подхода стало привычное использование категории «механизм» для описания функционирования любой экономической системы. Наиболее часто употребляемые понятия: организационно-экономический механизм, экономический механизм, хозяйственный механизм, механизм управления и т. п. Большинство научных исследований механизмов в экономике, проводимых российскими учеными, осуществляются в рамках структурного подхода.

В качестве недостатков структурного подхода можно назвать: отсутствие иерархии и структурированности механизмов; отсутствие общепризнанной методологии формирования механизмов и управления ими применительно к условиям современной экономики, кризисным явлениям.

Второй подход, *информационный*, является наиболее «именитым» благодаря Нобелевской премии по экономике, врученной в 2007 г. Лео Гурвицу, Эрику Маскину и Роджеру Майерсону за вклад в теорию экономических механизмов [3].

Особенностью подхода выступает использование методов математической теории игр, где механизм обеспечивает передачу информации в экономических процессах в рамках решения разных задач. Акцент делается на субъективных предпочтениях и стратегиях хозяйствующих субъектов, создании встроенных механизмов для обеспечения раскрытия участниками рынка имеющейся у них информации.

Информационный подход не учитывает как объективные интересы субъектов и характер процессов, протекающих в хозяйственной сфере, так и эффективность деятельности рыночного регулятора.

Третий подход, *функциональный*, не менее известен, чем второй. Он разрабатывается представителями французской экономической школы и представлен в работах А. Кульмана [4].

Под механизмом здесь понимается взаимосвязь, естественно возникающая между различными экономическими явлениями в определенных условиях под воздействием первоначального импульса. Вид связи между явлениями не рассматривается. Количество механизмов можно рассчитать как произведение числа импульсов и числа существующих взаимосвязей между экономическими явлениями.

При функциональном подходе механизмы не играют самостоятельной роли в экономической системе, поскольку представлены в ней в огромном количестве и являются комбинацией импульсов и взаимосвязей.

Четвертый подход, *комбинированный*, является развитием или сочетанием нескольких названных выше подходов. В рамках комбинированного подхода выделяются *процессный* подход, представленный в работе А. Чаленко [5], и *интеграционный*, разработанный российскими учеными В. А. Слеповым, В. К. Бурлачковым и К. В. Ордовым [6].

Процессный подход рассматривает механизм как совокупность взаимосвязанных элементов и ресурсов экономического процесса и способов их соединения для обеспечения выполнения функций процесса.

Его особенность заключается в разграничении понятий «механизм» и «управление». При этом управление выступает генератором командных воздействий, а механизм – подчиненным, исполнительным элементом, обеспечивающим ресурсами реализацию команды управления. Соединение механизма с управлением представляет внутреннее содержание процесса.

Механизм в рамках процессного подхода не может существовать отдельно от процесса, будучи его составной частью; не имеет собственного управления и носит субъективный характер, представляя собой гипотетический процесс.

В рамках интеграционного подхода, предназначенного для преодоления ограничений информационного и функционального подходов, механизм не создается, а выделяется управляющим субъектом из взаимосвязей для дальнейшей передачи информационного сигнала или изменения элементов системы. Экономические механизмы носят субъективный характер, зависят только от субъекта управления, роль механизма сводится к информационной составляющей.

Резюмируя, отметим, что, начавшись со структурного научного подхода, выделились три основных направления управления экономическими механизмами:

- 1) системная организация субъектов экономики и их взаимосвязей для решения каких-либо практических задач;
- 2) организация информационных потоков между различными субъектами;
- 3) поиск и дальнейшее управление взаимосвязями между экономическими явлениями.

Основная проблема практического использования существующих научных подходов, по мнению автора, – отсутствие методологической основы для формирования целевых экономических механизмов, которые могли бы стать эффективными инструментами управления различными экономическими системами и процессами.

**Классификация механизмов в экономике.** Использование категории механизма в экономических науках основано на его сущностном содержании, где главной це-

лью является превращение одного вида энергии или ресурсов в другой, включая преобразование характеристик системы и ее элементов [7].

Понимание роли механизмов в экономике необходимо для управления ее функционированием, определения проблемных зон и целей регулирования. Раскрытие понятия «механизм» позволяет определить возможности его применения в различных экономических системах, а также для конкретных процессов и объектов управления.

На основе общепринятых научных определений понятия «механизм» в табл. 1 автором выявлены типы механизмов в зависимости от их внутреннего содержания.

Таблица 1

Типы механизмов [8; 9]

Тип механизма	Внутреннее содержание механизма
Механизм – система	Система звеньев (тел), предназначенная для преобразования движения одного или нескольких звеньев (тел) в требуемые движения других. Внутреннее устройство машины, агрегата, прибора
Механизм – расположение тел	Совокупность тел, ограничивающих свободу движения друг друга взаимным сопротивлением настолько, что все точки такой системы способны описывать только вполне определенные кривые (траектории) и при данной скорости одной из точек скорости и ускорения всех остальных точек системы являются вполне определенными
Механизм – способ передачи воздействия	Способ, которым сила переходит в действие; также – совокупность всех средств, необходимых для приведения в действие того или другого акта деятельности
Механизм – система явлений	Система движений или событий, а также система, устройство или приспособление, в котором и посредством которого совершаются эти движения, определяемые законами природы
Механизм – последовательность изменений (алгоритм)	Последовательность действий, состояний, определяющих процесс или явление
Механизм – внутреннее устройство	Внутреннее устройство, система функционирования чего-либо

На основании проведенных исследований внутреннего содержания категории «механизм» автором выявлены и систематизированы следующие типы механизмов:

- 1) механизм как система, совокупность элементов (звеньев);
- 2) механизм как внутреннее устройство какой-либо системы;
- 3) механизм как способ передачи воздействия;
- 4) механизм как расположение взаимосвязанных ограничивающих друг друга звеньев (тел, элементов системы), имеющих определенную степень свободы;
- 5) механизм как система явлений, состоящих в причинно-следственной связи, определяемых законами природы;
- 6) механизм как последовательность изменения процессов или явлений (алгоритм).

В реальных механизмах могут сочетаться несколько типов одновременно. Рассмотренные научные подходы к исследованию механизмов в экономике можно соотнести с типами механизмов: структурный – совокупность элементов и алгоритм; информационный – расположение элементов системы; функциональный – система явлений; процессный – способ передачи воздействия; интеграционный – совокупность элементов.

Авторская классификация механизмов в экономике в зависимости от критериев (признаков) приведена в табл. 2.

**Развитие структурного подхода управления механизмами в экономике.** Система управления экономикой имеет иерархическую структуру, разделенную на четы-

ре уровня, соответственно на каждом уровне или в подсистеме существуют собственные механизмы с отличающимися характеристиками.

Т а б л и ц а 2

**Классификация механизмов в экономике**

Признак	Виды механизмов
Тип механизма	Система, совокупность элементов (звеньев); внутреннее устройство какой-либо системы; способ передачи воздействия; расположение взаимосвязанных ограничивающих друг друга звеньев (тел, элементов системы), имеющих определенную степень свободы; система явлений, состоящих в причинно-следственной связи, определяемой законами природы; последовательность изменения процессов или явлений (алгоритм)
Виды механизмов	Экономические механизмы; хозяйственные механизмы; механизмы управления
Уровень иерархии	Международные; национальные; региональные, отраслевые; муниципальные; внутрифирменные (внутриорганизационные)
Цель управления	Субъекты управления: отраслями, рынками, институтами экономики и т. д. Объекты управления: финансами, собственностью, межрегиональными проектами и т. д.
Наличие внутренних связей в механизме	Только прямые связи при программном управлении; прямые и обратные при регулировании; отсутствие связей при саморегулировании
Внутренняя структура механизма (наличие или отсутствие элементов, звеньев)	Полная структура механизма; упрощенная структура механизма
Степень абстрактности	Теоретический, формальный механизм; реальный механизм
Тип используемых инструментов	Прямые инструменты; косвенные инструменты; смешанные инструменты

Автором предлагается следующая иерархия механизмов в экономике.

*Первый уровень – международный.* Международные экономические механизмы обеспечивают взаимодействие национальных экономик. Регуляторами выступают международные институты. Экономические механизмы первого уровня оказывают большее или меньшее влияние на национальные экономики в зависимости от их интеграции в мировую экономику.

*Второй уровень – национальный.* Национальный экономический механизм институционально обеспечивает функционирование экономики в соответствии с государственным экономическим режимом.

*Третий уровень – региональный и отраслевой.* Региональный экономический механизм институционально обеспечивает функционирование экономики в регионе совместно с экономическими механизмами первого и второго уровня, служит для развития региональной экономики и реализации экономических целей региональных органов власти.

Отраслевой экономический механизм ориентирован на управление институциональными субъектами экономической системы, такими как рынки, отрасли, кластеры, субъекты хозяйственной деятельности федерального и регионального уровней и т. п.

*Четвертый уровень – локальный.* Здесь действуют механизмы управления на уровне муниципалитетов, субъектов хозяйственной деятельности.

В приведенной иерархии автором выделены только два типа механизмов: экономические механизмы, институционально управляющие экономическими системами, и механизмы управления, реализующие цели субъекта по отношению к объекту управления. Другие типы механизмов относятся к синонимам механизма управления (например, финансовый механизм – механизм управления финансами) либо являются частью экономического механизма или механизма управления (например, организационно-экономический механизм, механизм регулирования).

Вне представленной иерархии можно выделить хозяйственный механизм как процесс самоорганизации или саморегуляции хозяйствующих субъектов для решения соответствующих задач без непосредственного (прямого) участия органов власти.

Дадим определения и охарактеризуем структуру экономического механизма и механизма управления.

*Экономический механизм* – методология или комплекс элементов (звеньев) для достижения целей развития экономической системы. Включает следующие взаимосвязанные элементы:

управленческие – обеспечивают проведение необходимых исследований, предусматривают методологическое и методическое обеспечение функционирования экономического механизма; анализ и выбор доступных ресурсов; постановку целей и задач, выбор инструментария для достижения требуемого результата и регулирование социально-экономических процессов и явлений; включают нормативное и ресурсное обеспечение экономического механизма; анализ, мониторинг и контроль, внесение изменений в деятельность экономического механизма; управление рисками;

организационные – обеспечивают институциональную организацию экономической системы и экономического механизма, управляют их организационными структурами;

ресурсные – управляют ресурсами, необходимыми для экономического механизма и элементов экономической системы;

информационные – обеспечивают прямые и обратные связи между элементами экономического механизма, степень развития связей зависит от используемого вида управления;

инструментарий экономического механизма – методы прямого и косвенного государственного регулирования; организационное, методическое и ресурсное обеспечение инструментария.

Экономический механизм носит системообразующий, воспроизводственный характер, итогом его деятельности является новое состояние экономической системы, новый результат. Экономический механизм воздействует на субъекты экономической системы. Общая структура экономического механизма едина для экономических систем, указанных ранее в иерархии механизмов в экономике [10].

*Механизм управления* – методика или комплекс элементов (звеньев) для достижения целей по созданию или изменению объекта управления. Включает следующие взаимосвязанные элементы:

управленческие – обеспечивают проведение необходимых исследований, предусматривают методическое обеспечение функционирования механизма управления; анализ и выбор доступных ресурсов; постановку целей и задач, выбор инструментария для достижения требуемого результата; нормативное и ресурсное обеспечение механизма управления; анализ, мониторинг и контроль, внесение изменений в деятельность механизма управления; управление рисками;

инструментарий механизма управления – методы, алгоритмы, мероприятия, проекты, программы, портфели проектов, технологии, процессы для достижения поставленных целей и задач; организационное, методическое и ресурсное обеспечение выбранных инструментов;

информационные – обеспечивают прямые и обратные связи в механизме управления между его элементами, степень развития связей зависит от используемого инструментария;

ресурсные – предоставляют необходимые ресурсы как элементам механизма управления, так и его инструментарии;

объект управления – результат изменения существующего объекта или вновь созданный объект.

Наличие конкретного объекта управления и инструментария для управления им – основное отличие механизма управления от экономического механизма.

В завершение статьи выделим характерные свойства механизмов в экономике:

1) экономические механизмы институционально организуют и реализуют стратегию развития экономики на макро- и мезоуровне, механизмы управления изменяют или создают объекты на мезо- и микроуровне;

2) экономические механизмы первичны, механизмы управления вторичны;

3) механизм воздействует на субъект или объект через свой инструментарий;

4) механизм обеспечивает инструментарий ресурсами, без механизма инструментарий не работает или работает неэффективно.

### Библиографический список

1. *Абалкин Л. И.* Хозяйственный механизм развитого социалистического общества. М. : Мысль, 1973.
2. *Абалкин Л. И.* Избранные труды : [в 4 т.]. М. : Экономика. 2000. Т. II : На пути к реформе. Хозяйственный механизм развитого социалистического общества. Новый тип экономического мышления. Перестройка : пути и проблемы.
3. *Измалков С., Сонин К., Юдкевич М.* Теория экономических механизмов // *Вопр. экономики.* 2008. № 1.
4. *Кульман А.* Экономические механизмы : [пер. с фр.] / общ. ред. Н. И. Хрустальной. М. : Изд. группа «Прогресс» ; «Универс», 1993.
5. *Слепов В. А., Бурлачков В. К., Ордов К. В.* О теории экономических механизмов // *Финансы и кредит.* 2011. № 24(456).
6. *Чаленко А. Ю.* О неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях. 2010. URL: <http://www.kapital-rus.ru/articles/article/176697>.
7. *Осипов Ю. М.* Основы теории хозяйственного механизма. М. : Изд-во МГУ, 1994.
8. *Яндекс.* Словари. URL : <http://slovari.yandex.ru>.
9. *Энциклопедия.* Russika.ru. URL : <http://www.russika.ru/ef.php?s=3925>.
10. *Логинов М. П.* Коноидный подход к исследованию систем // *Экономический анализ : теория и практика.* 2011. № 14.



**Т. Б. Минина**

*кандидат экономических наук, доцент,*

*профессор кафедры маркетинга и международного менеджмента*

*ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

## **Политический маркетинг в обеспечении конкурентоспособности депутата**

**Аннотация.** Конкуренция и борьба различных политических партий, блоков, объединений в ходе выборов накладывает особый отпечаток на механизм организации избирательных кампаний, закономерно порождает технологии всего того, что получило название «политического рынка», процессуальной основой которого является политический маркетинг.

**Ключевые слова:** политический маркетинг; электоральный маркетинг; конкурентоспособность депутата; модель 4 «С».

«Политика – это концентрированная экономика», – так говорил еще Владимир Ленин. Действительно, в современном мире существует очень жесткий симбиоз политики и экономики. Две эти важные сферы общества связаны не только взаимодополняющей зависимостью, но и тем, что методы достижения успеха в обоих направлениях достаточно схожи [2; 3].

Политический маркетинг рассматривается как специфический коммуникативный процесс, характеризующийся решением задач утверждения и последующего эффективного функционирования демократических форм правления и методами изучения и реализации конъюнктуры «политического рынка» – настроения избирателей, степени их готовности поддержать программу действий тех или иных партий и общественных объединений в лице их кандидатов. Важно определение качественного состояния коммуникации между кандидатами и избирателями, их равноправия в ходе выборов [5]. Такой подход позволяет выделить три основные задачи:

- 1) сформулировать основные функциональные установки политического маркетинга (информационную, идеологическую, мобилизационную, организационно-технологическую);
- 2) обозначить контуры «рыночной модели» организации избирательных кампаний;
- 3) обосновать возможность значительного удешевления всех избирательных процедур и технологий организации политического маркетинга.

Важной маркетинговой проблемой выступает, на наш взгляд, выделение и изучение факторов, которые определяют поведение избирателей, их интересы и политические предпочтения. Исследование основных детерминант, лежащих в основе поведенческих структур, позволило нам выявить причины реального, постоянного или временного противостояния кандидатов и избирателей; неустойчивость мотивов поведения последних до и во время выборов; непредсказуемость «движения» этих мотивов (и установок), степени интенсивности воздействия различных факторов на политический выбор избирателей [4].

К основным детерминантам политического маркетинга, связанным с политическими ориентациями избирателей, мы относим: отношение к власти, к ее политике; реальные условия жизни; личные идейные мотивы отношения к реформам и новому политическому курсу; гражданский долг.

Главные детерминанты поведения избирателя представляют собой нечто взаимосвязанное, динамичное. Однако основополагающую роль играют потребности и интересы человека, лежащие в основе его мотивационных установок, в том числе установок на модель политической власти.

Очень сложно создать успешный продукт, не исследовав предварительно целевую аудиторию, ее потребности и желания. То же самое касается и предвыборной

кампании депутата законодательного собрания: если кандидат не будет соответствовать ожиданиям избирателей, то его ждет провал.

Исследуя дефиницию «политический маркетинг», в качестве базы мы взяли определение маркетинга, данное П. Друкером: «Это и есть бизнес, увиденный с точки зрения конечного результата, т. е. с точки зрения потребителя» [6]. Слова классика свидетельствуют о том, что маркетинг в его представлении охватывает весь бизнес и не является его характерным видом. В 1960-х годах Ф. Котлер и С. Леви высказали идею о том, что маркетинг применим к некоммерческим сферам деятельности, что целью его является удовлетворение потребностей и пожеланий клиентов общественно-политических и религиозных организаций, государственных учреждений и предприятий [1].

Инструменты политического маркетинга практически не отличаются от инструментов классического маркетинга.

На основании высказываний П. Друкера относительно политического маркетинга можно сделать вывод о том, что политика также как и обычный продукт, оценивается с точки зрения конечного результата. Если хочешь добиться хороших результатов, нужно дать обществу то, чего оно хочет, следовательно, необходимо изучать потребности электората.

Политический маркетинг прежде всего направлен на развитие у депутатов умения слушать и понимать потребности общества, это ключ к установлению взаимопонимания и качественному управлению.

Д. Линдон писал: «Политический маркетинг – это совокупность теорий и методов, которыми могут пользоваться политические организации и публичная власть для определения своих целей и программ и для одновременного воздействия на поведение граждан... Электоральный маркетинг в строгом смысле слова есть лишь часть политического маркетинга, имеющая более узкую цель: помочь политическим партиям и кандидатам разработать концепцию эффективной избирательной кампании и осуществить ее».

Депутат является своеобразным продуктом, платой за который выступают голоса избирателей. Для эффективной «продажи» данного продукта, так же как и любого другого, необходимо проанализировать мнения потребителей (электората), чтобы избежать ошибок в будущем [8].

Мы провели маркетинговое исследование, направленное на выяснение мнений избирателей относительно депутата законодательного собрания по Кировскому району Екатеринбурга.

Территория Кировского района была разделена нами на три участка: Втузгородок, Пионерский поселок, микрорайон ЖБИ. Опрос проводился последовательно на каждом из участков.

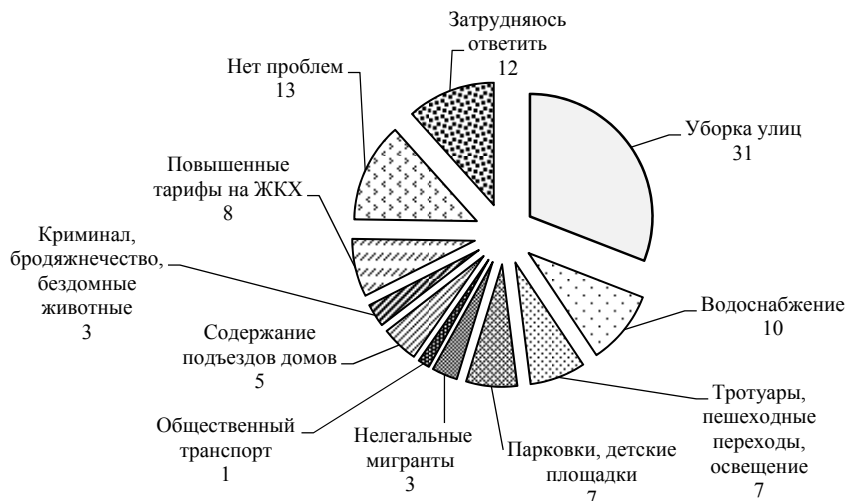
В ходе подготовки к исследованию была составлена случайная выборка из 300 человек. Респонденты поделены по гендерному и возрастному признакам. Выборка на территории каждого микрорайона составляла 100 человек, половина из них – женщины, половина – мужчины. Были выделены три возрастные категории респондентов: от 18 до 30 лет, от 30 до 50 лет и старше 50 лет. Первые две возрастные категории составили по 30% от общей выборочной совокупности, а категория старше 50 лет составила 40% опрошенных респондентов.

Полученные данные позволили нам сделать следующие выводы.

1. Рекламу для различных возрастных аудиторий в ходе предвыборной кампании необходимо дифференцировать по приоритетному источнику получения информации.

2. Главный фактор неудовлетворенности жителей Кировского района – плохая работа городских коммунальных служб по очистке дорог и территорий дворов от снега, льда и грязи.

Основные факторы низкого уровня удовлетворенности жителей Кировского района представлены нами на рисунке.



Основные факторы низкого уровня удовлетворенности жителей Кировского района, %

Проблемы, связанные со сферой ЖКХ, отмечают более 60% жителей Кировского района.

3. На территории Кировского района лишь четверть населения знает имя своего представителя в областном парламенте.

4. Большая часть жителей Кировского района «нейтрально» относится к текущей деятельности депутатов ЗакСО.

Большинство респондентов, дав негативную оценку деятельности областных парламентариев, указывали на то, что не видят результатов их деятельности. Многие отметили тот факт, что депутаты оторваны от жизни населения и не видят их проблем.

Мы предлагаем следующие способы решения проблемы низкого уровня удовлетворенности населения деятельностью депутатов ЗакСО:

1) депутатам следует чаще встречаться с населением (не только во время предвыборной кампании);

2) основной акцент в агитационной кампании, предшествующей выборам, мы предлагаем делать на развитии узнаваемости общественной организации и привязке результатов ее деятельности непосредственно к деятельности самого депутата;

3) наиболее активно необходимо вести информационную работу через каналы телевидения и Интернет. Именно эти источники информации вызывают у респондентов доверие;

4) развитие взаимодействия с молодежью позволит привлечь дополнительную поддержку во время электорального цикла.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что политический маркетинг – это совокупность специальных маркетинговых технологий, знаний и умений, направленных на изучение потребностей общества с целью повышения эффективности избиратель-

ной кампании, в которой для достижения успеха используются инструменты классического маркетинга, так называемые 4 «С»: способность удовлетворения определенных потребностей, ценность, доступность, информированность. Грамотное использование этих инструментов способствует повышению конкурентоспособности депутата на рынке.

### Библиографический список

1. *Кисляков М. М.* Региональный политический маркетинг. Современное состояние, проблемы, перспективы развития. Германия : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011.
2. *Панкрусин А. П.* Маркетинг территорий // Рекламодатель: теория и практика. 2000. № 1.
3. *Арженовский И. В.* Маркетинг регионов. Н. Новгород, 2011.
4. *Ротман Д. Г.* Электоральные исследования : сущность и технология // Социс. 2010.
5. *Холодильни М. С.* Проблемы становления политико-избирательного маркетинга в России : региональный аспект : автореф. дис. ... канд. полит. наук. Уфа, 2007.
6. *Шендера В. К.* Избирательная кампания как составная часть политического маркетинга (опыт политических партий ФРГ). М., 2013.
7. *Щербинина Н. Г.* Эффективные избирательные технологии в ситуации реального выбора : региональный опыт // Политический маркетинг. 2008. № 2.
8. *Шульце Р. О.* Исследование выборов : социология выборов // Технология выборных кампаний. М. : Луч, 2012.
9. *Ядов В. А.* Социологическое исследование : методология, программа, методы. М., 2011.
10. *David D.* Le marketing politique. P., 1978.
11. *Kotler Ph.* A generic concept of marketing // Journal of marketing. 1972.
12. *Mauser G. A.* Political marketing. N. Y., 1983.
13. *Pateman C.* Participation and Democratic. Cambridge A. O., 1983.

#### **Л. Г. Протасова**

*доктор технических наук, профессор, заведующая кафедрой управления качеством ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),*

#### **Е. С. Клусова**

*магистрант*

*ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

### Актуальные вопросы практики менеджмента

**Аннотация.** В статье рассмотрены актуальные вопросы практики менеджмента в аспекте управления качеством. Теоретически обосновано влияние качества продукции на ее конкурентоспособность. Важную роль в решении проблем с качеством помогают решить системы менеджмента качества. В стандарте ИСО 9001-2011 «Системы менеджмента качества. Требования» содержится инструментарий для их решения. До сих пор этот инструментарий используется неэффективно. На предприятиях продолжают заниматься коррекцией – управлением несоответствующей продукцией, т. е. исправлением дефектов. А необходимо переходить к корректирующим и предупреждающим действиям, направленным на устранение причины дефекта. Это возможно, когда будет диагностирована причина несоответствия. Показана практика применения диаграммы Исикавы для диагностики причин несоответствий на примере изделий микроэлектроники. Приведена статистика дефектов, выявлены причины дефекта (отсутствие пайки), и разработаны корректирующие и предупреждающие действия по устранению установленных причин.

**Ключевые слова:** управление качеством продукции; причины несоответствий; корректирующие и предупреждающие действия.

Повышение качества выпускаемой продукции расценивается в настоящее время как решающее условие ее конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

Рост технического уровня и качества выпускаемой продукции является сегодня наиболее характерной чертой работы предприятий. В условиях насыщенного рынка и преобладающей неценовой конкуренции именно высокое качество продукции служит главным фактором успеха [1].

Требования к качеству устанавливаются и фиксируются в нормативных и нормативно-технических документах: государственных, отраслевых, фирменных стандартах, технических условиях на продукцию, в технических заданиях на проектирование или модернизацию изделий, в чертежах, технологических картах и технологических регламентах, в картах контроля качества и т. п. [2].

Качество продукции – совокупность свойств и признаков продукции, товаров, услуг, обуславливающих их способность удовлетворять потребности и запросы людей, соответствовать своему назначению и предъявляемым требованиям. Качество определяется мерой соответствия товаров и услуг условиям и требованиям стандартов, договоров, контрактов, запросов потребителей [3; 4].

Системы менеджмента качества – это инновации в управлении организацией. Они выступают эффективным средством и инструментом управления качеством продукции и обеспечения ее конкурентоспособности.

Стандарты серии ИСО 9000 затрагивают различные аспекты управления качеством и содержат инструментарий для организаций по повышению качества продукции, снижению затрат на производство, выполнению требований заказчика.

Цель работы – совершенствование качества продукции на предприятии ОАО «Научное производственное объединение автоматики».

Конкурентоспособность товара означает его способность быть более привлекательным для потребления по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения благодаря тому, что его качественные и стоимостные характеристики в большей степени соответствуют требованиям данного рынка и потребительским оценкам [1; 9].

Можно выделить основные факторы, обуславливающие актуальность проблемы обеспечения качества в современной производственной деятельности:

1) качество – ключевой аспект для совершения покупки для наиболее значимых потребителей. Лишиться заказа из-за недостаточного уровня качества намного хуже, чем из-за чересчур высокой цены: так можно потерять покупателя навсегда;

2) качество – всеохватывающее. Организация осуществляет множество конкретных действий, чтобы противостоять конкуренции. Качество и системы управления качеством предлагают набор операций, объединяющий все фазы производственного процесса: продуктовую политику, планирование, маркетинг, сбыт, персонал, инновации и технологию, – для того чтобы предприятие удачно функционировало на рынке;

3) качество – главный инструмент снижения издержек. Всегда дешевле производить правильно с первого раза, чем позднее устранять ошибку;

4) качество ведет к укреплению позиций предприятия на рынке. В условиях открытых и либерализованных рынков продукты и услуги становятся все более взаимозаменяемыми, уровень качества продукции является решающим [4;10].

В России проблема качества системно так и не решена. Даже на тех предприятиях, где внедрена система менеджмента качества, до сих пор занимаются коррекцией – управлением несоответствующей продукцией, т. е. исправлением дефектов. А необходимо переходить к корректирующим и предупреждающим действиям, направленным на устранение причины дефекта. Это возможно лишь тогда, когда будет диагностирована причина несоответствия. Для этого используется инструмент управления качеством – диаграмма Исикавы.

Причинно-следственная диаграмма, также называемая диаграммой Исикавы, диаграммой «рыбий скелет» или диаграммой 6М, показывает, что основными причинами могут быть: материалы, методы, оборудование, персонал, окружающая среда и менеджмент.

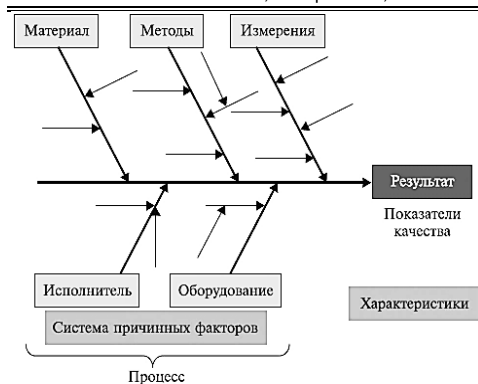


Рис. 1. Диаграмма Исикавы [1, с. 28]

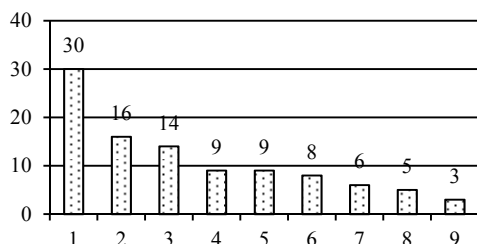


Рис. 2. Структура продукции НПО автоматике, уд. вес, %

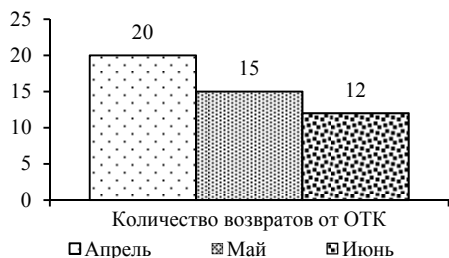


Рис. 3. Количество возвратов ОТК за II квартал 2014 г.

Общий вид диаграммы причинно-следственных связей представлен на рис. 1 [1]. Видно, что не все причины на нем отражены.

После выявления причин дефектов необходимо разработать корректирующие действия по устранению конкретной причины и предупреждающие действия – по устранению возможной причины дефекта (либо в процессе обсуждения в команде специалистов, либо методом «мозгового штурма»).

Структура продукции НПО автоматике в общем объеме (100%) производства представлена на рис. 2.

Как видно из рис. 2, 1-е место (30%) по производству занимают датчики, микросборки и электрорадиокомпоненты, их производством занимается монтажно-сборочное подразделение.

Не малый процент (16%) занимают автоматизированные системы управления технологическими процессами. Разработан и изготавливается широкий спектр АСУ ТП для электростанций мощностью от десятка киловатт до десятков мегаватт: для дизельных электростанций мощностью 60, 100, 200 и 1000 кВт и газотурбинных электростанций мощностью 4, 20 и 30 МВт.

Качество микросборок достигается выполнением определенных требований. Эти требования отражены в таблице.

Несмотря на то, что процесс задокументирован, несоответствия продолжают появляться. На рис. 3 показана динамика возвратов данной продукции.

### Требования, предъявляемые к микросборкам

Требование	Показатели
Технические требования	Соответствие требований настоящего ТУ и комплекта документации
Конструктивные требования	Выводы микросборок должны допускать пайку без нарушения целостности микросборок и их механических повреждений. После пайки электрические параметры микросборок должны оставаться в пределах норм, указанных в ТУ на конкретный тип микросборки
Требования радиозащиты	Прибор должен быть работоспособен в условиях воздействия электрических помех; соответствие требованиям помехозащищенности по ОСТ
Требования стойкости к механическим воздействиям	Микросборки должны сохранять целостность конструкции, внешний вид и электрические параметры в пределах норм ТУ для данного вида испытаний при воздействии широкополосной случайной вибрации в диапазоне частот от 20 до 2500 Гц
Требования надежности	Гарантийный срок хранения микросборок – 23 года. Срок хранения микросборок исчисляется с момента их приемки ВП на предприятии-изготовителе

Видно, что количество возвратов снижается. Попробуем улучшить динамику за счет выявления причин дефектов.

Рассмотрим применение диаграммы Исикава на примере продукции микросборки.

Установлено, что 75% дефектов – это производственное несоответствие, возникшее по причине, связанной с несовершенством или нарушением установленного процесса изготовления продукции.

При анализе этих несоответствий было выявлено, что основную часть брака составляют такие несоответствия, как: 13% – отсутствие пайки, 13% – отсутствие клея, 11% – случайные производственные несоответствия.

Анализ возможных причин возникновения отсутствия пайки представлен на рис. 4.

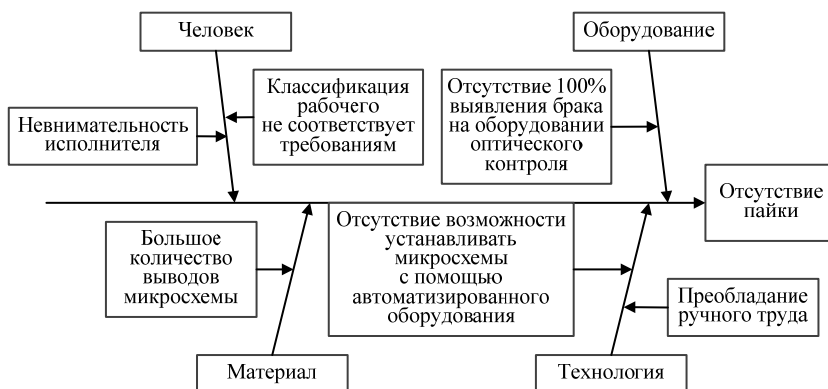


Рис. 4. Анализ возможных причин дефекта – отсутствия пайки

На основании проведенного анализа можно сделать вывод о том, что причины дефектов связаны с несовершенством или нарушением установленного процесса изготовления изделия. Подобные дефекты возникают из-за отсутствия возможности механизировать операции производственного процесса, а также из-за невнимательности и неусидчивости работников.

В качестве корректирующих и предупреждающих действий предлагается внедрить периодический контроль процесса изготовления продукции, ответственность возложить на начальника участка. Также довести до сведения работника (монтажника) важность его деятельности и необходимость самоконтроля: перед предъявлением изделия отделу технического контроля работники обязаны сами внимательно проверить качество пайки и убедиться в отсутствии дефектов.

Внедрение самоконтроля выполненных работ повышает технологическую и производственную дисциплину исполнителей. Рекомендуется разработать бланк самоконтроля работника.

Для предупреждения возникновения дефектов из-за невнимательности (нет пайки, элемент не установлен на клей) необходимо разместить на каждом рабочем месте схему выполнения гимнастики для глаз для снятия усталости.

Таким образом, внедрение данного инструмента позволит точно воздействовать на причину дефекта и со временем исключить ее. Также важно регулярно обновлять сведения причинно-следственной диаграммы по мере появления новых причин.

**Библиографический список**

1. Аристов О. В., Мишин В. М. Качество продукции. М. : Изд-во стандартов, 2005.
2. Аристов О. В. Управление качеством продукции. Нормативные и методические материалы. М. : Юнити-Дана, 2006.
3. Версан В. Г. Интеграция управления качеством продукции: новые возможности. М. : Изд-во стандартов, 2004.
4. Гличев А. В. Качество продукции. Система управления. М. : Прогресс, 2005.
5. Окрепилов В. В. Управление качеством. М. : Экономика, 2004.
6. Пискунова Н. Н., Чунко А. А. Анализ критических факторов от внедрения автоматизированных систем управления качеством // Менеджмент в России и за рубежом. 2005. № 1.
7. Плотнокова О. Р. Отраслевая система управления качеством продукции. М. : Изд-во стандартов, 2005.
8. Попова О. Г. Качество продукции – актуальная экономическая проблема // Экономика сельского хозяйства России. 2002. № 10.
9. Стилкова С. Д. Управление качеством. М. : Юнити-Дана, 2004.
10. Яншин Ф. Э. Управление качеством продукции. М. : Юнити-Дана. 2006.

**Г. В. Савин**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, логистики и экономики торговли  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

**Влияние логистики на деятельность предприятия**

**Аннотация.** Из-за усиливающегося соперничества со стороны внутренних и иностранных конкурентов, насыщенности товарных рынков фирмам становится все труднее поддерживать прежний уровень прибыли, темпы роста бизнеса и в целом конкурентоспособность. В этих условиях для повышения прибыльности бизнеса и его конкурентоспособности все более привлекательной становится стратегия «снижения расходов на ведение бизнеса». Именно на нее сегодня делают ставку многие фирмы. Между тем потенциал снижения расходов в производственной сфере достаточно низок. Данную проблему может решить концепция логистики. Логистика – стержень бизнеса, и ее основная задача – обеспечение продвижения потока товаров, а также других материальных ценностей от производителя к потребителю. Управление этим движением существенно влияет на конечную стоимость продукта, которая является одним из важнейших конкурентных факторов в условиях рынка.

**Ключевые слова:** логистика; конкурентоспособность; логистическая стратегия; эффективная интегрированная система; логистизация; логистический подход.

В условиях современного перехода к рыночной экономике использование логистической концепции в управлении предприятием должно оказаться весьма эффективным вследствие благоприятных экономических, юридических и политических условий.

В силу прикладного характера логистика позволяет предприятиям решить практические задачи, связанные с закупками, производством, дистрибуцией и обслуживанием продукции после продажи. Существующие в настоящее время логистические модели и методы, разработанные и усовершенствованные как зарубежными, так и российскими учеными, имеют широкую область применения при решении поставленных задач.

Снижать расходы в сфере маркетинга в условиях высококонкурентных рынков нерационально. Для многих организаций одним из многообещающих и практически неосвоенных направлений деятельности, где сегодня можно добиться заметной экономии, является логистика.

В общем случае в рамках стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятия можно выделить маркетинговую, производственную, финансовую стратегии, стратегию НИОКР, стратегию управления персоналом и логистическую стратегию.



В отличие от других функциональных стратегий логистическая стратегия охватывает сразу несколько функциональных зон предприятия. В случае рассмотрения в качестве объекта всех экономических потоков предприятия состав функциональных подразделений, связанных с разработкой логистической стратегии, значительно расширяется, включая практически все подразделения предприятия.

Мировая практика показала, что если невозможно сократить издержки при производстве и продаже продукции, то необходимо проанализировать движение материального потока (сырья, полуфабрикатов, материально-технических ценностей), товарооборот между производителем и продавцом, а также конечным потребителем. Эффективным инструментом снижения затрат по всей цепочке движения материального потока выступает логистика.

Логистику определили как науку и практику управления материальными, трудовыми, сервисными, информационными и финансовыми потоками в пространстве и времени, способствующую достижению целей организаций [1, с. 75].

На современном этапе развития экономики нет точного определения термина «логистика», получившего всеобщее признание. Это объясняется, с одной стороны, тем, что логистика имеет множество направлений, и выделение одного из них существенно меняет смысл и содержание самого определения, с другой – логистику можно рассматривать с разных точек зрения, с позиции маркетолога, финансиста, менеджера.

В связи с этим интерес к ней сегодня огромный. Он обусловлен многими причинами, среди которых очень трудно выделить главные. Анализ научной литературы небезосновательно указывает на быстроразвивающуюся инфраструктуру в сфере экономики и организации производства, что, естественно, порождает и новое научное направление – логистику.

В 1980 г. совершенствование системы управления потребовало изучения и внедрения принципов физического распределения. Логистика выделилась из маркетинга как самостоятельная наука и нашла применение в экономике [8, с. 17].

Современная логистика определяется активным внедрением во все сферы IT-технологий. Внедрение многих логистических принципов и систем было невозможно без применения современных компьютеров, локальных сетей, телекоммуникационных сетей и программного обеспечения. Значение информационного сопровождения логистического потока достаточно велико, потому как оно занимает важное место в производстве и управлении движением информационных потоков и ресурсов. Это направление в логистике называют компьютерным [3, с. 24].

Специалисты выделяют три основных определения термина «логистика», не исключаящих, а дополняющих друг друга. Итак, логистика – это:

1) технология совершенствования потоковых процессов производственно-коммерческой деятельности организации (с позиции оптимизации общих затрат), способствующая повышению ее конкурентоспособности и достижению стратегических и тактических целей [5, с. 34];

2) процесс планирования и обеспечения эффективного и непрерывного поступления товаров, услуг и сопутствующей информации к потребителям, направленный на всемерное удовлетворение потребительских запросов (Совет логистического менеджмента, США);

3) процесс позиционирования во времени ресурсов или стратегическое управление всей цепью поставок на основе системного подхода и экономических компромиссов с целью получения синергетического эффекта (Институт логистики и транспорта, Великобритания).

В современном мире ведение успешного бизнеса строится на эффективном и всестороннем планировании.

Сегодня логистика занимает ведущее место в эффективном планировании и развитии предприятия. Логистика – это планирование, управление и контроль поступающего на предприятие, обрабатываемого там и покидающего это предприятие потока материальной продукции и соответствующего ему информационного потока [8, с. 29].

Логистика – система наук управления продвижением материалопотока, т. е. управление материалами и управление распределением [9, с. 45].

В условиях ускорения процессов глобализации мировой экономики предприятия должны использовать разнообразные возможности, которые могут способствовать получению конкурентных преимуществ. Получение этих преимуществ связано с использованием во всех управленческих системах классических инструментов, в частности логистики.

Первая особенность логистики заключается в том, что она является частью общей системы управления, но выделяется своей спецификой: управление потоковыми процессами, которые имеют пространственно-временную структуру. Из этого следует, что нельзя ограничивать логистику рамками физических потоков [4, с. 59].

В современных условиях объектом логистики может быть любая деятельность, где все процессы или события, а также их промежуточные результаты имеют альтернативную последовательность в пространстве и во времени и, следовательно, множественность организационных систем управления такой деятельностью по определенным критериям. Это относится к материальным, транспортным, финансово-кредитным и информационным потокам.

Второй особенностью логистики выступает то, что она способна не только управлять потоковыми процессами, но и обеспечивать их оптимальность с целью выявления и использования скрытых резервов управления для получения предприятием дополнительного дохода.

Таким образом, современные условия усложнения схем взаимодействия между рыночными субъектами, стремления максимизировать продажи обуславливают необходимость снижения общих затрат на организацию бизнес-процессов предприятий, повышения их устойчивости и конкурентоспособности, обеспечения максимально возможного выигрыша во времени за счет применения концептуальных основ логистики, что свидетельствует об актуальности и исключительной важности исследования процессов создания и функционирования логистических систем.

Возникновение и развитие рынка, в рамках которого осуществляется кругооборот ресурсов, доходов и продуктов, происходит при выполнении нескольких обязательных условий [6, с. 211]:

общественное разделение труда, которое неизбежно приводит к обмену продуктами и услугами;

экономическая обособленность производителей как непременное условие эквивалентного обмена;

свобода предпринимательской деятельности.

В логистике широко используются компромиссы. Экономические компромиссы охватывают стратегический, организационный, оперативный уровни решений [2, с. 117].

Стратегический – 3 и более лет. Касается проблем фундаментального характера, составляет часть стратегического плана, в котором деятельность фирмы планируется на относительно длительный срок (выбор поставщика товаров, размещения складов, региона распределения товаров).

Организационный – 1–3 года. Решения касаются организации производства и рынка (выбор транспорта, тары, выбор способа отгрузки, уровня обслуживания потребителей).

Оперативный – до 1 года. Детализация организационных планов (размер партии, скидки с заказа и пр.).

Сложившаяся в связи с этим на многих предприятиях ситуация обуславливает необходимость поиска новых методов по построению системы логистики как одного из важнейших факторов повышения эффективности хозяйственной деятельности.

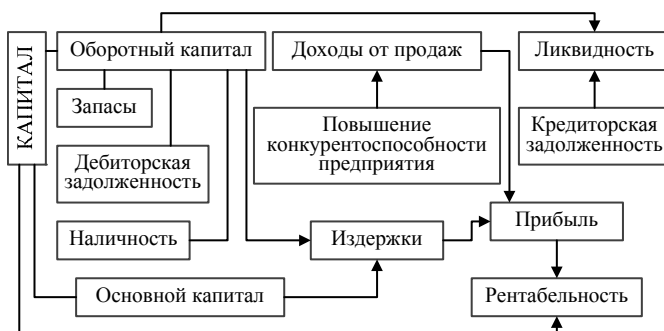
Одной из общих задач логистики является создание эффективной интегрированной системы регулирования материальных и информационных потоков и контроля за ними, который бы обеспечивал высокое качество поставки продукции.

С этой задачей тесно связаны такие проблемы, как обеспечение взаимного соответствия материальных и информационных потоков, контроль материального потока и передача данных в единый центр, определение стратегии и технологии физического перемещения товаров, разработка способов управления операциями перемещений товаров, установка форм стандартизации полуфабрикатов и упаковки, определение объемов производства, транспортирование и складирование.

Принципы и методы логистики направлены на получение оптимальных решений, реализация которых позволяет предприятию сократить общие логистические издержки и логистические риски, повысить качество сервиса и прибыль.

На современном этапе российские предприятия пересматривают существующие системы управления, ориентируясь на требования рынка (см. рисунок).

На данный момент логистика как практическая деятельность устойчиво заняла свою нишу в управлении современными предприятиями. Наличие логистического под-



Влияние логистики на показатели деятельности предприятия [7, с. 150]

разделения в современной компании рассматривается как обязательная составляющая организационной структуры успешного предприятия. Область компетенции специалистов в сфере логистики охватывает управление самыми разными объектами – документооборот, людские потоки, информационные, финансовые и материальные.

В начале XXI века ученые стали говорить о логистизации, под которой понимается тотальная организация логистических цепей (систем) в экономике.

Логистика как комплексное управление материальными информационными потоками в пределах системы основывается на таких принципах:

рассмотрение движения материальных ресурсов от первичного источника к конечному пользователю в качестве единого материального потока предусматривает выполнение таких процессов, как транспортирование, погрузка, разгрузка, перемещение, складирование и хранение материалов;

внедрение организационно-управляющих механизмов координации действий специалистов различных служб, которые принимают участие в управлении материальным потоком. Результат зависит от того, насколько успешно удастся связать си-

стему совершения комплекса мероприятий, связанных с рационализацией тары, унификацией грузовых единиц, совершенствованием складирования, оптимизацией размера заказов и уровня запасов, выбором наилучших маршрутов перемещения материалов и др.

Циркуляция материальных ресурсов охватывает перемещение их на склад предприятия, транспортирование в цеха продукции незавершенного производства в пределах цеха, между цехами и перемещение товаров незавершенного производства за границы предприятия в сферу их потребления. Рассмотрение этих формально различных, а по содержанию единых процессов как целостного комплекса имеет большое значение.

У термина «логистизация» есть противники среди ученых-логистов [10, с. 14]. Он вызывает неприязнь по аналогии с такими государственными программами в недалеком прошлом, как электрификация, газификация, химизация и др. Они предлагают «логистизацию» заменить на «логистический подход», а именно комплексное представление потоковых процессов в экономической деятельности на основе построения логистических систем и цепей с целью ее оптимизации.

Необходимость внедрения логистического подхода в деятельность предприятий сейчас как никогда актуальна, особенно в условиях санкций западных стран.

#### Библиографический список

1. *Бауэрсокс Д. Дж., Клосс Д. Дж.* Логистика: интегрированная цепь поставок : произв.-практ. изд. / пер. с англ. Н. Н. Барышникова, Б. С. Пинскер. 2-е изд. М. : Олимп-Бизнес, 2008.
2. *Долгов А. П., Козлов В. К., Уваров С. А.* Логистический менеджмент фирмы: концепции, методы и модели. СПб. : Изд. д. «Бизнес-пресса», 2005.
3. *Гаджинский, А. М.* Логистика : учебник для бакалавров. 21-е изд. М. : Дашков и К°, 2013.
4. *Коммерческая логистика* : учеб. пособие / под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. М. : ИНФРА-М, 2014.
5. *Корпоративная логистика в вопросах и ответах* / под общ. и науч. ред. В. И. Сергеева. М. : ИНФРА-М, 2015.
6. *Логистика* : учебник / [А. А. Канке, И. П. Кошечкина]. 2-е изд., испр. и доп. М. : ИНФРА-М, 2013.
7. *Логистика* : учеб. пособие / под ред. Н. Г. Каменевой. М. : ИНФРА-М, 2013.
8. *Логистика* : учебник для студентов вузов / [Б. А. Аникин и др.] ; под ред. Б. А. Аникина. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2001.
9. *Неруш Ю. М.* Логистика : учебник. 4-е изд., перераб. и доп. М. : Проспект, 2008.
10. *Савин Г. В., Карх Д. А.* Проектирование логистических систем : [монография]. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015.

**С. Н. Смирных**

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Эволюция подходов к оценке эффективности стратегии организации

**Аннотация.** В статье рассматриваются уровни оценки эффективности стратегии организации. Выделены основные этапы эволюции подходов к измерению результативности (успешности) функционирования организации: анализ финансовых коэффициентов; построение систем финансовых коэффициентов; капитализация фирмы; оценка стоимости организации на основе экономической добавленной стоимости (EVA); расчет модифицированной добавленной стоимости (APV-метод), учитывающий внешние социальные эффекты и ценность управленческой гибкости; разработка концепций измерения достижений.

Обосновывается возможность интеграции систем, основанных на управлении стоимостью, с системами измерения достижений для создания комплексной системы оценки и управления развитием стратегии организации.

**Ключевые слова:** стратегия; оценка эффективности; системы измерения достижений; концепция управления стоимостью.

В современных условиях основным фактором успешного ведения бизнеса является внимание к вопросам устойчивого развития, что предполагает внедрение передовых технологий в области повышения эффективности деятельности организаций. Отсутствие четкой связи между стратегическими целями организации и показателями операционной деятельности в среднесрочной и долгосрочной перспективе может приводить к недостатку достоверной и своевременной информации на всех уровнях управления и, как следствие, принятию решений, не соответствующих стратегии организации.

Оценка эффективности стратегии может проводиться по трем уровням (см. таблицу).

### Оценка эффективности стратегии организации\*

Уровень оценки эффективности	Направления оценки
1. Эффективность реализации отдельных стратегических проектов	Стоимость реализации проекта по сравнению с его бюджетом. Сроки реализации проекта по сравнению с планом. Размер полученного эффекта от проекта по сравнению с ожидавшимся эффектом. Объем дополнительных (внешних, косвенных) эффектов, возникших при реализации проекта
2. Степень достижения поставленных стратегических целей	Уровень достижения показателей деятельности бизнеса (долгосрочных и среднесрочных)
3. Степень соответствия поставленных стратегических целей интересам стейкхолдеров	Успешность стратегии зависит не только от достижения целей фирмы, но и от степени учета интересов стейкхолдеров: государство, поставщики, кредиторы и т. д.

*Примечание.* \* Составлено автором по: [5; 6].

Первые три параметра оценки эффективности реализации отдельных стратегических проектов традиционно учитываются во всех системах бизнес-планирования (инвестиционного проектирования).

Четвертый параметр – определение «побочных (внешних)» эффектов – необходимый, но часто упускаемый при анализе эффективности стратегических программ этап. Вместе с тем адекватное использование инструментария оценки эффективности проектов предполагает учет всех наиболее существенных последствий проекта как непосредственно экономических, так и внеэкономических.

Степень достижения поставленных стратегических целей основана на оценке ответственности запланированных целевых показателей стратегии и фактически достигнутого их уровня.

Целевая модель эффективности проста и сложна одновременно. Структурная дифференциация организаций связана с целевым разнообразием и несовместимостью целей. Это делает целевую модель трудной для использования, но не исключает ее полезности.

В качестве характеристики целевой эффективности используют коэффициент согласования – К [1, с. 43]:

$$K = \left( \frac{\mathcal{E}}{\mathcal{E}_0} - 1 \right) \times 100\%,$$

где  $\mathcal{E}$ ,  $\mathcal{E}_0$  – фактический (наблюдаемый, отчетный) и проектируемый (желаемый, ожидаемый) эффекты (показатель) соответственно.

Попытки упорядочить формирование и сбалансировать структуру стратегических целей организации предпринимаются постоянно [4; 11; 12]. Среди комплексных систем, нацеленных на измерение достижений (Performance Measurement – РМ), можно отметить: комплексный анализ данных, измерение достижений предприятий сервиса, «бортовое табло», систему улучшения и измерения производительности, модель измерения достижений, «пирамиду достижений», квантовое измерение достижений, концепцию внутреннего рынка «Хьюлетт-Паккард», «деловое окно управления» и др. Вместе с тем наиболее удачной и универсальной попыткой систематизации стратегических целей является сбалансированная система показателей Р. С. Каплана и Д. П. Нортонa [7].

Появление теории заинтересованных сторон связано с выходом работы Р. Фримена «Стратегический менеджмент: концепция заинтересованных сторон» [16], в которой выдвинута идея о представлении фирмы и ее внешнего и внутреннего окружения как набора заинтересованных в ее деятельности сторон, интересы и требования которых должны приниматься во внимание и удовлетворяться менеджерами как официальными представителями фирмы.

Одним из важных направлений приложения теории заинтересованных сторон является стратегическое управление, нацеленное на формирование и поддержание устойчивых конкурентных преимуществ организации, которая взаимодействует с многочисленными группами и индивидами, поскольку их поддержка необходима при реализации стратегии. В результате фирма получает устойчивые конкурентные преимущества, обеспечивающие ей долгосрочную конкурентоспособность и уровень прибыли выше среднеотраслевого уровня.

Заинтересованные стороны поставляют организации необходимые для ее деятельности ресурсы потому, что ее деятельность позволяет удовлетворять их запросы и потребности. При этом удовлетворение запросов стейкхолдера есть не что иное, как получение им от организации ресурсов. Таким образом, отношения между организацией и ее стейкхолдерами выстраиваются вокруг ресурсного обмена.

Практическое использование некоторых моделей теории заинтересованных сторон в качестве вспомогательных инструментов стратегического управления описано, например, М. А. Петровых [10].

С точки зрения теории заинтересованных сторон организации существуют для удовлетворения интересов всех своих заинтересованных сторон. Очевидно, что множество заинтересованных сторон любой организации близко к бесконечному. Поэтому на практике необходимо не просто выделение релевантных групп заинтересованных сторон, но и количественная оценка их сравнительной важности с точки зрения стратегии организации. В связи с этим разрабатываются альтернативные модели

оценки уровня значимости групп заинтересованных сторон [13; 14], учета их запросов при разработке стратегии и, следовательно, оценке эффективности стратегии.

Рассмотренные выше уровни оценки эффективности стратегии организации нашли свое воплощение в эволюции концепций оценки результатов фирмы.

Если в 1960-е годы в странах с развитой рыночной экономикой рост бизнеса стал главным мерилом успеха топ-менеджеров [8, с. 436], то затем в течение долгого времени наибольшее распространение получил *метод анализа финансовых коэффициентов*.

В 1970-е годы на первое место вышли показатель прибыли на собственный капитал и другие показатели прибыльности. В 1980-е годы акцент делался на отношении рыночной стоимости активов к их балансовой стоимости (коэффициент Тобина).

Постепенно возникают системы финансовых показателей, представляющие собой структурное дерево (традиционными примерами таких систем можно считать модели рентабельности активов – ROA и рентабельности инвестиций – ROI).

Затем применительно к крупным фирмам в странах с развитым фондовым рынком в качестве главного критерия успешности функционирования начинает рассматриваться *капитализация* [8, с. 437].

Именно идея капитализации обуславливает выделение главного современного критерия успешности фирмы – *ценности фирмы для ее собственников*. Этот подход, получивший широкое распространение в 1990-е годы, позволил создать теории управления, ориентированные на стоимость. Построение *модели EVA* (Economic Value Added – экономической добавленной стоимости) синтезировало финансовые показатели и критерии успешного функционирования организации [8, с. 437–438].

Есть несколько модификаций расчета экономической прибыли, различающихся как по терминологии, так и по вводимым корректировкам учетной информации (рис. 1).

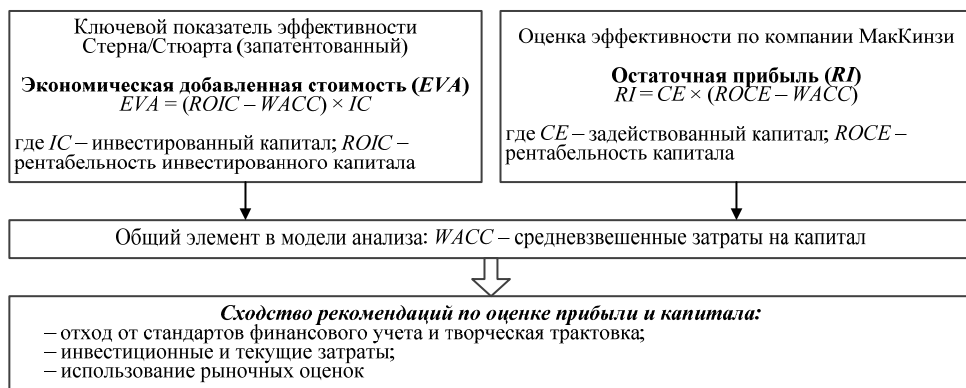


Рис. 1. Сопоставление терминологии модели остаточной или экономической прибыли компании McKinsey и Stern, Stewart&Co

Воздействуя на показатели, фигурирующие в модели, менеджер формирует рычаги управления EVA, что ведет к наращению стоимости организации [15, с. 50]:

увеличение прибыльности бизнеса за счет увеличения дохода от реализации и уменьшения величины затрат (индикатор прибыльности – операционная посленалоговая прибыль (NOPAT) и относительные показатели, построенные на ее базе);

оптимизация затрат на капитал (индикатор затрат на капитал – WACC компании и требуемая доходность по отдельным бизнес-единицам);

активное управление величиной капитала (индикатор – величина задействованного капитала).

Стоимость компании ( $V$ ) на ограниченном отрезке времени ( $t = 1, 2, \dots, n$ ) складывается из инвестированного капитала и стоимости, генерируемой ежегодно за счет превышения зарабатываемой доходности над требуемой:

$$V = CE + \sum_{t=1}^n \frac{EVA_t}{(1+WACC)^t}. \quad (2)$$

Выделяя активы, которые уже генерируют положительный спред эффективности и, предполагая появление новых активов на бесконечном временном промежутке, можно трансформировать формулу оценки компании следующим образом:

$$\text{Стоимость (ценность)} = \text{Инвестированный капитал (имеющиеся активы)} + \\ + PV(EVA \text{ от имеющихся активов}) + PV(EVA \text{ от будущих проектов}),$$

где  $PV$  – дисконтированный денежный поток.

В 1990-е годы набор оценочных параметров эффективности стратегического управления организацией был дополнен инструментарием оценки стоимости *реальных опционов*. Инструментарий реальных опционов основан на их понимании как вообразимых менеджером, но реально учитываемых возможностей гибкости при проведении стратегической политики фирмы [2; 3].

Реальные опционы представляют также подход к оцениванию нематериальных активов (человеческого капитала фирмы, бренда, репутации), важность учета которых при принятии стратегических решений резко возросла. Типология реальных опционов и методы их оценки представлены на рис. 2.

Удобным инструментом анализа стоимости фирмы является формула модифицированной добавленной стоимости, построенная на классическом разложении стоимости С. Майерса (APV-метод):

$$V = V_0 + PVTS - PVFD + /- SE + ROV, \quad (3)$$

где  $V$  – фундаментальная стоимость компании;  $V_0$  – стоимость компании, создаваемая операционной деятельностью;  $PVTS - PVFB$  – стоимость, создаваемая финансовыми решениями, т. е. налоговыми выгодами и потерями из-за роста финансовых рисков;  $SE$  (side effects) – внешние (сторонние) эффекты, связанные с экологической безопасностью, социальными благами и т. п.;  $ROV$  (real option value) – ценность управленческой гибкости, т. е. оценка возможности изменить ранее выбранную траекторию развития.

Между тем, хотя финансовые показатели и остаются самым часто применяемым подходом к измерению результатов деятельности фирм, в последние годы большую популярность завоевали *смешанные подходы (концепции измерения достижений)*, рассматривающие как финансовые, так и нефинансовые показатели.

Кроме всевозможных вариантов и модификаций сбалансированной системы показателей Д. Нортон и Р. Каплана (BSC – Balanced Scorecard) представлено множество вариантов других моделей, которые либо уже нашли применение в бизнесе, либо предлагаются для обсуждения.

Общими чертами *систем измерения достижений (PM-систем)* являются:  
 комплексность оценки деятельности организации как сложной коммуникативной системы;  
 использование финансовых и нефинансовых измерителей;  
 контроль соответствия по трем направлениям: стратегии, тактике и операционному результату;





Рис. 2. Применение инструментария реальных опционов в стратегическом управлении<sup>1</sup>

временная и пространственная сбалансированность измерителей;  
 наличие встроенных инструментов мотивации персонала и менеджеров.

Таким образом, результативность стратегического управления целесообразно рассматривать через призму эффективности реализации разработанной стратегии организации.

Измерение эффективности (результативности) функционирования организации прошло множество этапов развития: от анализа финансовых коэффициентов до расчета модифицированной добавленной стоимости (APV-метод), учитывающей внешние социальные эффекты и ценность управленческой гибкости (реальные опционы), и разработки систем измерения достижений.

Развитие подходов к оценке результативности стратегии организации обуславливает необходимость интеграции концепции управления стоимостью (Value Based Management – VBM) и комплексных систем, нацеленных на измерение достижений (Performance Measurement – PM). Интеграция концепций VBM и PM-систем призвана: во-первых, обеспечить равновесие финансовых и нефинансовых инструментов в управ-

<sup>1</sup> Составлено по [9; 15].

лении, во-вторых, создать комплексную систему, позволяющую одновременно задействовать все элементы цикла управленческой коммуникации.

### Библиографический список

1. Балацкий Е. В. Проблемы оценки масштабов и эффективности государственного сектора в экономике // Вестн. Московского ун-та. Сер. 6. Экономика. 1997. № 6.
2. Бухвалов А. В. Реальные опционы в менеджменте : введение в проблему // Рос. журн. менеджмента. 2004. Т. 2, № 1.
3. Бухвалов А. В. Реальные опционы в менеджменте : классификация и приложения // Рос. журн. менеджмента. 2004. Т. 2, № 2.
4. Бухонова С. М., Дорошенко Ю. А., Трунова Е. В. Применение систем показателей функционирования предприятий в целях управления // Экономический анализ: теория и практика. 2004. № 9.
5. Гурков И. Б. Стратегический менеджмент организации. 2-е изд., испр. и доп. М. : ТЕИС, 2004.
6. Гурков И. Б. Стратегия и структура корпорации. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Дело, 2008.
7. Каплан Р., Нортон Д. Стратегическое единство: создание синергии организации с помощью сбалансированной системы показателей : [пер. с англ.]. М. : Изд. дом Вильямс, 2006.
8. Катькало В. С. Эволюция теории стратегического управления : [монография]. СПб. : Изд. дом СПбГУ, 2006.
9. Лимитовский М. А. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках. 4-е изд., перераб. и доп. М. : Юрайт, 2008.
10. Петров М. А. Теория заинтересованных сторон : пути практического применения // Вестн. СПбГУ. Сер. 8. 2004. Вып. 2, № 16.
11. Попов Д. Эволюция показателей стратегии развития предприятия // Управление компанией. 2003. № 1.
12. Попов Д. Эволюция показателей стратегии развития предприятия // Управление компанией. 2003. № 2.
13. Солодухин К. С. Проблемы применения теории заинтересованных сторон в стратегическом управлении организацией // Проблемы современной экономики. 2007. № 4.
14. Солодухин К. С., Пleshкова Т. Ю. Стратегии взаимодействия организации с заинтересованными сторонами на основе использования ключевых компетенций // Научно-технические ведомости СПбГТУ. 2008. № 1.
15. Теплова Т. В. Инвестиционные рычаги максимизации стоимости компании. Практика российских предприятий. М. : Вершина, 2007.
16. Freeman R. E. Strategic Management : a Stakeholder Approach. Boston, 1984.

**Т. Л. Сысоева**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

### Актуальность ambient media в условиях кризиса

**Аннотация.** В данной статье представлен обзор и специфика такого вида рекламной коммуникации, как ambient media. Даны определения, основные виды, предложена классификация компаний-рекламодателей по отношению к использованию ambient media. В ситуации кризиса, ухудшения общезыкономической конъюнктуры, снижения деловой активности для предприятий становится актуальной тема эффективного продвижения товаров и услуг в ситуации практически отсутствия бюджета на рекламу и медиа. Ambient media способны решать подобные задачи, именно поэтому интерес к ним представляется актуальным.

**Ключевые слова:** ambient media; нетрадиционные виды рекламы; реклама в кризис; особенности и проблемы использования ambient media.

Ambient media – это разновидность средств наружной рекламы, использующих окружающую среду, в которой пребывает целевая аудитория. Данное понятие возникло в Великобритании среди работников средств массовой информации приблизительно в 2002 г. Ambient media дословно переводится как «внешние (окружающие) СМИ». Сегодня этот термин имеет мало общего с традиционными СМИ. Ambient media про-

ще всего охарактеризовать как нестандартную рекламу, в которой основной акцент сделан на размещении. Она призвана удивлять людей, проникать в их повседневную жизнь, где традиционные средства рекламы не могут быть использованы или же аудитория не ожидает контакта с рекламным сообщением [3].

Дефиниция «ambient media» предполагает три следующих аспекта.

1. Альтернативный. Понятие «альтернативный» в данном контексте охватывает специфические области среды, в которых проживает целевая аудитория, и атмосферу этих областей. Внимание таргет-группы все сложнее завоевать, используя стандартные (ATL) каналы: прессу, радио, телевидение, наружную рекламу и рекламу в кино-театрах. Ambient media напрямую ведет к месту обитания ЦА и достигает ее повсеместно: от метро до супермаркета или бара.

2. Внешний. Несмотря на характер, близкий к наружной рекламе, ambient media отграничиваются от традиционных коммуникативных форм и продвигаются ближе к потребителю – в интимную сферу целевой группы, разрабатывая новые носители, отличные от классических средств массовой информации в общественных местах.

3. Поддающийся планированию. Планирование и оценка эффективности ambient media выглядят иначе, нежели в классической области. Такие категории, как стоимость тысячи контактов (СРТ), приспособлены к средствам массовой информации и здесь отказывают. В оценке ambient media важными параметрами являются однородность целевой группы и удачность не столько формата, сколько самого размещения и доступности для целевой аудитории. Ставка делается не на количество контактов, а на качество.

Ambient media может использоваться как одновременно с традиционными СМИ, так и автономно. Ключ к успешной ambient media кампании – выбор наилучшего доступного формата СМИ и удачное его комбинирование с эффективным сообщением [2].

В ситуациях, когда рекламодатель готов прибегнуть к использованию ambient media, он сталкивается с задачами избежания клаттера (загруженности рекламных каналов) и соответствия ambient media стратегии бренда. Решения этих задач вытекают в целый ряд сдерживающих факторов: нестандартность формата носителей, непрозрачная система расчета цены за использование носителя, отсутствие мониторинга за ambient media и т. д. Однако вполне вероятны случаи, когда:

стандартные рекламные каналы не могут быть использованы из-за ограничения бюджета рекламодателя;

невозможно решить поставленную задачу традиционными средствами;

нужно работать с нишевой аудиторией, до которой сложно добраться с помощью традиционных медиа;

есть необходимость передать одно сообщение более эмоционально.

Нестандартное медиасообщение, для которого был удачно выбран ассоциативный носитель, целевая аудитория воспринимает без обдумывания. Оно автоматически сканируется нашими органами чувств без каких-либо усилий. Новые связи, установленные между различными отделами головного мозга, настолько сильны, что сохраняются в течение длительного времени, даже если человеку кажется, что он забыл увиденную торговую марку. Эти связи могут быть восстановлены при определенном стечении обстоятельств. По мнению Марка Вануэля, доктора философских наук, профессора маркетинга HEC School of Management, тот факт, что ассоциативная память человека начинает действовать неосознанно, только способствует повышению эффективности нестандартного медианосителя. Люди не запоминают сообщение, находясь под его воздействием. Согласно исследованию профессора Вануэля ambient media влияет на потребителя тремя способами: делает новый бренд более реальным и физически ощущаемым, повторно вызывает в воображении образы брендов путем уста-

новления ассоциативной связи, положительно влияет на восприятие рекламной информации в целом [7].

В рекламный носитель превратились обычные предметы, на которые может упасть взгляд будущего потенциального потребителя – носовые платки, бритвенные станки, скамейки, пляжные раздевалки, отделочный материал, коробки для пиццы, моты, банкоматы и многие другие предметы, окружающие нас в повседневной жизни.

Бум использования нетрадиционных рекламных носителей сейчас практикуется во всем мире. В России нетрадиционные рекламные носители встречаются уже в советское время: обертки для конфет, почтовые марки, спичечные этикетки, этикетки для катушки ниток, картонные вкладыши в коробки конфет, которые трансформируются в игрушку, пакеты для грамзаписей и т. д., – все эти средства пропагандировали товарный знак или советскую власть.

Сейчас в России насчитывается около 100 видов ambient media. Наиболее распространенные из них представлены в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

**Места контактов потребителей с ambient media**

Место контакта		Рекламные средства
Дом		Реклама на микрофонах в телепрограммах, реклама на бритвенных станках, реклама на упаковке продуктов, реклама на яйцах, реклама на квитанциях ЖКХ, реклама на пакетах, реклама на спичках
Отдых	Кинотеатры, стадионы, бары, клубы и рестораны, фитнес-клубы, концертные площадки, парки, пляж, развлекательные центры, салоны красоты	Стенды для открыток, реклама на стенах туалета, реклама на подставках под пивные кружки, брендированный отделочный материал, реклама на асфальте, реклама на посуде, реклама на спичечных коробках, реклама на креслах, реклама на дне бассейна, реклама на льду, реклама на шоколадках, реклама на зеркалах, брендированные скамейки, мусорные корзины, стены в душе
Транспорт	Метро, железная дорога и автобусы (транспорт и станции), автобусные остановки, АЗС и пункты автосервиса, аэропорты и т. д.	Постеры на грузовиках, автобусах и т. д., «пистолеты» на АЗС, реклама на подступеньках, реклама на перегородках парковки, реклама на билетах, реклама на креслах в самолетах, реклама на мониторах, реклама на поручнях в автобусах, реклама в маршрутном такси
Учеба	Детские сады, школы, университеты и колледжи, библиотеки	Постеры, видеозкраны, объявления, мусорные корзины, брендированный отделочный материал, реклама в учебниках, реклама на упаковках продуктов, реклама на игрушках, реклама на детских площадках
Работа	Офисы	Реклама на одежде, брендированный отделочный материал, реклама на канцелярских принадлежностях
Магазины	Супермаркеты, салоны сотовой связи, продуктовые магазины, торговые центры, магазины одежды	Реклама на тележках, реклама на крышках для еды «на вынос», стенды для открыток, напольная реклама, реклама на яйцах, реклама на пакетах, видеозкраны, реклама на чеках, реклама на разделителях покупок, реклама на вешалках, брендированный отделочный материал, реклама на упаковке продуктов, реклама на перегородках парковки и на разделительных линиях, реклама на банкоматах и автоматах приема платежей
Улица		Реклама на мусорных контейнерах, рекламные памятники, граффити, брендированные скамейки, рекламные клумбы, проецирование логотипов на небо и жилые дома, брендированные новогодние елки

*Примечание.* Составлено автором по: [1; 4; 6].

В табл. 1 представлены принципы деления носителей, предложенные британским outdoor-оператором Condor в 1998 г., с учетом российской специфики. Конечно, перечислить все ambient media невозможно, так как на рынке постоянно появляются все новые и новые примеры размещения рекламы в нетрадиционных местах. Поэтому

в табл. 1 отражены основные виды ambient media, которые получили распространение в России.

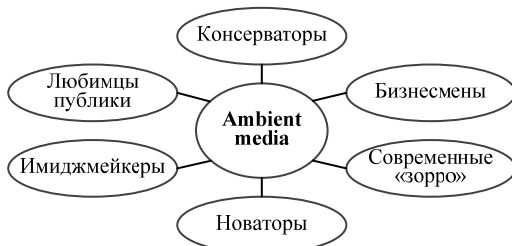
Как правило, заказчики в Москве больше склонны к экспериментам и проявляют интерес к новым формам коммуникаций. Однако, как утверждают специалисты, российские рекламодатели готовы вкладывать в ambient media не более 5–10% своих рекламных бюджетов [6]. Вероятно, данный факт объясняется большим риском инвестиций в нетрадиционные рекламные носители из-за их малоизученности: ambient media не обеспечивают широкого охвата, к которому привык российский рекламодатель, нет стандартов измерения и критериев эффективности.

Тем не менее их популярность возрастает не только в Москве, но и в регионах. Например, в Самаре в качестве нетрадиционного рекламного носителя туристическое агентство Selena Travel использовало асфальт. А супермаркеты заполонила реклама на яйцах, чеках, мониторах и даже упаковке. В частности, сеть магазинов «Магнит» предлагает услуги по размещению рекламы на упаковке своих товаров.

Для некоторых компаний использование ambient media не только позволяет экономить, но и бывает абсолютно бесплатным. Так, для компании под торговой маркой «Диван.ТВ» в городе Ростов-на-Дону представители целевой аудитории – жители микрорайона – безвозмездно нарисовали логотип компании в стиле граффити на стене дома. Таким образом, компания не только привлекла к себе внимание нестандартным способом продвижения, но и вовлекла целевую аудиторию в процесс создания рекламного сообщения.

Ambient media – это один из тех инструментов, который наглядно демонстрирует, как бывает важен грамотный творческий подход в коммуникации с потребителем. Также в последнее время широко распространены необычные рекламные сувениры – живые цветы с логотипом, выпечка фирменного хлеба и пряников, любые сувенирные фрукты. С помощью нестандартной рекламы можно охватить узкую, но целевую аудиторию, например аудиторию с высоким уровнем дохода, которая редко смотрит телевизор и читает прессу. Рынок нестандартных носителей в России пока еще не достаточно развит по сравнению с западными аналогами. Поэтому говорить о конкуренции с традиционными медиа пока не приходится. Однако, несмотря на свою молодость, у ambient media есть ряд преимуществ перед традиционными носителями – это в первую очередь таргетинг аудитории (возможность воздействия на небольшие и локальные целевые группы), малые бюджеты, а также быстрый старт рекламных кампаний.

К сожалению, иногда для многих специалистов полезность и эффективность нетрадиционных рекламных носителей для бизнеса неочевидна. Компании по-разному относятся к использованию ambient media – кто-то категоричен в выборе средств коммуникаций и отрицательно настроен к их новым формам, кто-то, наоборот, демонстрирует лояльность ко всему новому и неизвестному. Поэтому все фирмы можно разделить на следующие типы, как показано на рисунке.



Типы рекламодателей, использующих ambient media [5]

1. Консерваторы: эти компании не воспринимают ничего нового. Привержены традиционным рекламным средствам – в основном это телевидение, радио, наружная реклама. Они не идут на риск. Для этих компаний важны цифры и эффективность.

Они просчитывают каждый свой шаг и вкладывают деньги в рекламу, только когда уверены в ее эффективности на 100%.

2. Бизнесмены: для представителей этой категории компаний важной составляющей является продажа своего продукта. Они много инвестируют в рекламную поддержку как с помощью традиционных медиа, так и, прибегая к VTL-инструментам. Поэтому нетрадиционные рекламные носители для них выступают еще одной возможностью продвинуть свой продукт. Особое внимание уделяют рекламе в местах продаж, так как интерьер магазина, где продается их продукт, является немаловажной составляющей в привлечении новых и оказании воздействия на постоянных покупателей.

3. Современные «зорро»: они всегда готовы помочь в трудную минуту, но при этом везде оставляют свой знак. Таким образом, эти компании ведут социальномаркетинговую деятельность и внедряются в умы своих потенциальных потребителей. Так как нередко в качестве ambient media выступают функциональные вещи, которые не только рекламируют, но и приносят пользу обществу, использование нетрадиционных рекламных носителей позволяет им достигать сразу двух целей. Поэтому интерес к новым формам продвижения среди компаний, которые относятся к этому типу, достаточно высок. Таких примеров очень много – это и строительство детских площадок с логотипом, и установка мусорных контейнеров, и размещение логотипа на отделочном материале, и реклама в лифтах, собранные средства от которой пойдут на их капитальный ремонт, и т. д.

4. Новаторы: эти компании следят за последними тенденциями, для них важно быть первыми, они находятся в постоянном поиске, совершенствуют свою рекламную политику. Для них интересно что-то новое, они – первооткрыватели и законодатели моды на нетрадиционные рекламные носители. Представители компаний этого типа обращают внимание на те места, которые еще никто не использовал, и сами внедряют ambient media.

5. Имиджмейкеры: эти компании уделяют огромное значение корпоративной рекламе и имиджевой составляющей своего бренда. Они досконально соблюдают придуманные ими же стандарты использования своего фирменного стиля. Шаг в сторону просто недопустим. Нетрадиционные рекламные носители рассматривают прежде всего как одну из имиджевых составляющих, которая позволит им выделиться и отстраниться от конкурентов.

6. Любимцы публики: эти компании используют новые рекламные носители, чтобы привлечь к себе внимание. Для них важен больше PR-эффект, чем эффективность средства рекламы, они должны постоянно находиться в центре внимания. Для таких компаний неважно, где и какие нетрадиционные рекламные носители использовать, для них главное, чтобы имя компании было «на слуху» и был общественный резонанс. Важной составляющей являются эмоции, которые вызывают ambient media у потенциальной аудитории, и еще лучше, если они будут отрицательные, так как переживаются острее, чем положительные эмоции.

Предложенная в табл. 2 классификация рекламодателей наглядно демонстрирует отношение компаний к нетрадиционным каналам распространения рекламы и возможные мотивы выбора ambient media, а также вероятность включения их в свой бюджет.

Учитывая данную классификацию, можно проанализировать, как будет восприниматься тот или иной нетрадиционный рекламный носитель в глазах рекламодателя.

Таким образом, можно оценить перспективы нетрадиционных рекламных носителей и целесообразность их применения, а также узнать, готова ли компания исполь-

зовать нетрадиционные рекламные носители, и определить, к какому типу она относится. Однако следует помнить, что ambient media никогда не заменят традиционные виды рекламы. Применение же их в комплексе с другими каналами распространения рекламы способно даже в насыщенной рекламной среде привлечь внимание потребителя к продукту и усилить ожидаемый рекламодателем эффект.

Т а б л и ц а 2

**Классификация рекламодателей [5]**

Тип рекламодателей	Отношение к ambient media	Мотивы выбора	Включение в бюджет
Консерваторы	Отрицательное	Нет	Нет
Бизнесмены	Нейтральное	Увеличение объема продаж	Да/нет
Современные «зорро»	Положительное	Социально-маркетинговая деятельность	Да
Новаторы	Положительное	Первенство	Да
Имиджмейкеры	Нейтральное	Поддержание имиджа	Да/нет
Любимцы публики	Положительное	Известность	Да

Ambient media – непростой рекламный инструмент. Его применение сопряжено со значительными трудностями: агентства не полностью владеют этим инструментом, а клиенты не умеют оценивать эффективность этого носителя (для измерения доли эффективности ambient media в общей эффективности кампании необходимо специальное исследование, которое стоит больше, чем сама коммуникация).

Ценообразование на использование инструмента основывается на внутреннем субъективном ощущении продавца. Игроки рынка признают, что при обращении к нестандартному носителю основную роль играет человеческий фактор: сможет ли продавец убедить клиента в эффективности своего рекламного канала. Отсутствует качественный и регулярный мониторинг рынка ambient media. Результаты ambient-акций в смежной отрасли нельзя экстраполировать на свой бизнес.

Ambient media не может длительное время эксплуатировать один носитель информации. Когда потребители привыкают к появлению рекламы в каком-то конкретном месте (будь то потолок курительной комнаты или надпись на здании), сообщение теряет свою необычность, а внимание и реакция аудитории ослабевают. Это значит, что тонкая грань, которая отделяет ambient media от стандартного медианосителя, может стереться с течением времени. И время это определяется периодом привыкания аудитории к конкретному решению.

**Библиографический список**

1. Голубкова Е. Н. Управление удержанием потребителей // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 1.
2. Макашева З. М., Макашев М. О. Брендинг : учеб. пособие. СПб. : Питер, 2011.
3. Маркетинг : большой толковый словарь / [А. П. Панкрухин и др.] ; под ред. А. П. Панкрухина. М. : Омега-Л, 2008.
4. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / пер. с англ. О. И. Медведь. М. : Изд. дом Вильямс, 2009.
5. Перция В., Мамлеева Л. Анатомия бренда 2 : [пер. с англ.]. М. : Изд. дом Вильямс, 2011.
6. Толкачев А. Н. Special events : секреты эффективности // Личные продажи. 2010. № 03(11).
7. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг. СПб. : Питер, 2008.

**Е. Н. Шарафутдинова**

кандидат химических наук, доцент кафедры управления качеством  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

## Система менеджмента качества: аспекты универсальности

**Аннотация.** В работе рассмотрены аспекты универсальности построения систем менеджмента качества. Система менеджмента качества – это один из решающих факторов успеха организации в условиях высококонкурентного рынка. Это условие зачастую не позволяет предприятиям в должной мере оценить пользу организации упорядоченной деятельности в сфере обеспечения и управления качеством. Мировая практика показала конструктивность SMK для повышения эффективности деятельности предприятия и формирования его устойчивого положения на рынке. Развитие сферы управления качеством позволило разработать и стандартизировать принципы, которые стали универсальными для предприятий независимо от отрасли, размера и формы собственности. Более того, принципы построения SMK оказались универсальными и продуктивными для создания систем менеджмента других социально значимых областей деятельности предприятия. Сюда относятся система экологического менеджмента, система менеджмента безопасности труда и охраны здоровья, система менеджмента безопасности продукции, система энергетического менеджмента.

**Ключевые слова:** менеджмент качества; SMK; обеспечение качества; управление качеством; международные стандарты систем менеджмента; гармонизация систем менеджмента.

Менеджмент качества в деятельности предприятия стал выделяться в самостоятельную сферу управления с появлением и развитием промышленного производства. Широко известна система контроля качества, которую создал Ф. У. Тейлор на машиностроительных предприятиях Генри Форда [6]. Однако даже сам автор в тот период не выделяет управление качеством в отдельную область управления предприятием, хотя и вводит ряд подходов и принципов:

параметры изделия записаны в специальной инструкции (спецификации, стандарте);

без контроля параметров изделия его нельзя использовать на последующих этапах процесса производства;

отклонение параметров произведенного изделия от параметров, установленных в спецификации, служит основанием для его изъятия из производственного процесса;

контроль качества – полноценный производственный процесс, требующий специальной организации;

контроль качества – производственный процесс, требующий кадрового обеспечения;

контроль качества – производственный процесс, требующий инструментального обеспечения.

Данные принципы были в полной мере использованы Ф. У. Тейлором в форме системы, получившей название «система отбраковки».

Область управления качеством совершенствовалась и эволюционировала вместе с усложнением промышленных производственных процессов. Цель повышения эффективности производства диктовала необходимость развития деятельности, связанной с соблюдением параметров продукции. Это привело к формированию области, которая впоследствии получит название «обеспечение качества».

Обеспечение качества – это более широкая сфера производственной деятельности, в которую контроль качества готовой продукции входит как часть. В 1920-е годы формируется понимание необходимости инспектирования не только конечного продукта, но и процесса его производства [1]. В это же время в практике производственного контроля начинают использоваться закономерности теории вероятностей и методы математической статистики. Обеспечение качества кроме процессов контроля качества предусматривает планирование определенных параметров деятельности, свя-



занных со многими этапами жизненного цикла продукции, в частности, с процессами проектирования продукции, подбора источников сырья и комплектующих материалов. Ключевым элементом в сфере обеспечения качества к середине XX века становится степень совпадения ожиданий потребителя и свойств приобретенной им продукции или услуги.

Дальнейший прогресс в сфере менеджмента качества на предприятии – это переход от обеспечения качества к управлению качеством. Управление качеством представляет собой комплекс мероприятий, направленных на поиск и устранение причин несоответствий производимых продукции и услуги. Вместе с тем во второй половине XX века по мере формирования насыщенных товарами рынков продукции и услуг и роста конкуренции среди производителей достигнуть успеха для организации становится возможным, только проектируя свойства производимой продукции или услуги на основе учета запросов их потребителей.

Накопление знаний и опыта в сфере менеджмента качества на рубеже 1980-х годов привело к тому, что Международной организацией по стандартизации (International Organization for Standardization, ISO) были разработаны и приняты стандарты менеджмента качества для организаций с разными циклами производства. Функциональный подход, который был положен в основу первых стандартов, ограничивал их применение. Ограничения были связаны с тем, что требования данных документов были ориентированы на конкретные виды производства [3]. Таким образом, первая редакция стандартов ИСО 9000 не предлагала универсальных организационных принципов, которые можно было бы применить в любой компании независимо от сферы ее деятельности. Вторая редакция стандартов систем менеджмента качества (СМК) была выпущена в 1994 г. и представляла собой уточнение версии 1987 г. В этой редакции группа стандартов СМК была существенно расширена. Во второй редакции было предложено три группы стандартов. Первая – базовые стандарты ИСО 9001, 9002, 9003, 9004. Вторая группа – стандарты поддержки, предназначенные для оказания помощи в выполнении деятельности, связанной с аудитом системы качества. Третья – методические руководства, разработанные для помощи в практическом применении стандартов ИСО 9001, 9002, 9003 и 9004 [4]. В данной редакции впервые появилось утверждение о возможности их применения к любым организациям, производящим любые виды продукции. Основу такой возможности составляет различие между требованиями к продукции и требованиями к системе качества. Именно на базе этого различия стандарты ИСО 9000 применяются к любым организациям и любым видам продукции. Согласно второй редакции требования к системам качества рассматриваются как дополнительные по отношению к требованиям к продукции.

В следующей редакции был осуществлен радикальный пересмотр подхода к построению и управлению системой качества, который состоял в отказе от функционального принципа. Предложенные ранее модели СМК были объединены в одну универсальную модель, возможность применения которой не зависела от производственного профиля организации. Начиная с этой версии, работа организации, в том числе работа системы качества, рассматривается с точки зрения процессов этой организации. Версия стандартов 2000 г. предусматривала четыре группы процессов, связанных с системой менеджмента качества:

- процессы управленческой деятельности (руководства организацией);
- процессы управления ресурсами;
- процессы жизненного цикла продукции;
- процессы измерения, анализа и улучшения (ГОСТ Р ИСО 9001:2001 «Системы менеджмента качества. Требования»).

Со вступлением в силу этой версии стандартов ИСО 9000 организация могла выстраивать систему качества по единой модели вне зависимости от вида выпускаемой продукции и услуг, а также этапов производственного цикла [2]. В том случае, если какие-либо этапы производства продукции на предприятии не применялись, разрешено было делать исключения из требований стандарта. За счет этого модель системы качества стала более гибкой и универсальной.

В настоящий момент принята и применяется на практике четвертая редакция стандартов ИСО 9000, которая не содержит принципиальных изменений подходов или требований к архитектуре системы менеджмента качества на предприятии. В основном четвертая версия содержит уточнения стандартизованного категорийного аппарата менеджмента качества, уточнения требований и пояснения, позволяющие устранили двусмысленность в трактовке требований.

Универсальность современной версии стандартов менеджмента качества состоит в том, что она может применяться на предприятиях независимо от их отраслевой принадлежности, размера предприятия и формы собственности. В общедоступных источниках информации можно найти массу примеров разработанной, успешно применяемой и постоянно актуализируемой системы менеджмента качества в сфере производства, сфере образования, в сфере услуг, в том числе государственных [2].

Принципы построения систем управления, предложенные в стандартах ИСО 9000, были успешно применены в системах управления другими социально значимыми областями деятельности предприятия, в частности в системах управления воздействием на окружающую среду (системах экологического менеджмента), управления профессиональными рисками для здоровья (системы менеджмента безопасности труда), управления энергетическими ресурсами, управления безопасностью продукции и др.

Универсальность процессного подхода к построению систем управления реализуется через гармонизацию требований стандартов. Если для регулирования определенной области деятельности предприятия может применяться международный стандарт, то одним из первых документов системы менеджмента будет заявление о намерениях организации в данной области. Такое заявление в соответствии с категорийным аппаратом стандартов систем менеджмента принято называть политикой предприятия. Следующий аспект гармонизации состоит в том, что независимо от сферы регулирования любая система менеджмента (СМ) основана на центральной роли руководства, которому принадлежит исключительное право инициации разработки таких систем. В стандартизованных СМ применяются также определенные принципы построения систем мониторинга данных о состоянии сферы деятельности предприятия, регулируемой международным стандартом.

В основе успешного и продуктивного применения СМ лежит документирование основных аспектов деятельности предприятия. Построенная в соответствии с нормами, разработанными для систем менеджмента качества, система документации позволяет достичь ряда целей. А именно: точно установить обязанности подразделений в данной области, создать основу для аудитов системы, по результатам которых будут приниматься решения о дальнейшем развитии системы управления данной областью деятельности предприятия.

Результаты внутренних и внешних аудитов СМ согласно нормам, разработанным в стандартах ИСО 9000, подлежат анализу со стороны руководства, по итогам которого система менеджмента будет модифицирована и приведена в соответствие с новыми потребностями предприятия.

**Библиографический список**

1. *Окрепилов В. В.* Менеджмент качества. СПб. : Наука, 2007.
2. *Спицнадель В. Н.* Системы качества (в соответствии с международными стандартами ISO семейства 9000) : учеб. пособие. СПб. : Бизнес-пресса, 2000.
3. *Решения для госсектора.* URL : <http://bigc.ru/government>.
4. *Назначение стандартов ИСО серии 9000.* URL : <http://www.kpms.ru/standart.htm>.
5. *Национальные и международные стандарты.* URL : <http://quality.eup.ru/gost.html>.
6. *Taylor F. W.* The Principles of Scientific Management. 1910. URL : <http://www.wissensnavigator.com>.

# Содержание

---

<b>Обращение к читателю .....</b>	<b>3</b>
-----------------------------------	----------

<b>Человек – природа – общество как основа конвергенции наук, образования и производства (Вместо предисловия) .....</b>	<b>5</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

## **Конкурентоспособность территорий и международные экономические отношения**

<b>Борисенко А. В., Шайбакова Л. Ф.</b> Проблемы реализации антикризисного плана Правительства Российской Федерации в сфере гражданской авиации .....	7
<b>Вязовская В. В.</b> Опыт Китая по развитию конкурентоспособного туристского сектора .....	11
<b>Ивлиев И. В.</b> Национальный счет распределения первичных доходов как основной критерий конкурентоспособности территорий .....	16
<b>Килин В. В.</b> Перспективы развития внешнеторговой деятельности России в условиях формирования ЕАЭС .....	21
<b>Плахин А. Е., Миронов Д. С.</b> Концептуальная модель создания индустриального парка .....	26
<b>Розова О. А., Оласеинде О. Д.</b> Туристическая стратегия территориального брендинга Нигерии ...	31
<b>Фальченко О. Д.</b> Влияние прямых иностранных инвестиций на экономику России .....	35

## **Управление человеческими ресурсами как императивом экономики**

<b>Кочухова Е. С.</b> Чтение и письмо на семинарах философии: методы обеспечения развития человеческого капитала студентов .....	41
<b>Орехова С. В.</b> Оценка применения механизма индексации оплаты труда на российских предприятиях: институциональный подход .....	45
<b>Судакова Н. П.</b> Воспитательная работа со студентами в контексте управления человеческими ресурсами .....	53

## **Финансы и кредит: новая финансовая архитектура**

<b>Анкудинова А. П.</b> Методологические аспекты финансового регулирования денежных доходов и расходов населения на региональном уровне .....	58
<b>Долганова Ю. С.</b> Обеспечение общей сбалансированности бюджета Свердловской области .....	63
<b>Заборовская А. Е.</b> Роль и значение финансового анализа деятельности коммерческого банка .....	71
<b>Марамыгин М. С., Бобов А. А.</b> Система управления стратегией повышения инвестиционной привлекательности территории .....	74
<b>Микроков А. В.</b> Качество услуг коммерческого банка в формировании клиентской базы .....	83
<b>Одинокова Т. Д.</b> Особенности развития страхового рынка России .....	87
<b>Пешина Э. В.</b> Камерализм как прообраз современной науки финансов .....	91
<b>Пионткевич Н. С.</b> Планирование в системе инвестиционного контроллинга .....	95

<b>Поспелова О. А., Закирова Э. Р., Ростовцев К. В.</b> Методы снижения рисков при проектном финансировании .....	101
<b>Смородина Е. А.</b> Оценка налоговых последствий создания малого бизнеса в России на современном этапе .....	105
<b>Стрекалова А. А.</b> Зарубежные методические подходы к анализу фискальных дисбалансов .....	113
<b>Фролова А. С.</b> Система взаимоотношений участников факторинговых сделок .....	120

## **Бухгалтерский учет, анализ и аудит**

<b>Дударева А. А.</b> Тенденции развития внутреннего аудита .....	125
<b>Нечеухина Н. С., Мустафина О. В.</b> Экономико-исторические особенности развития учетно-аналитической системы хозяйствующих субъектов .....	129
<b>Попов А. Ю.</b> Концепции бухгалтерского и налогового учета депозитных вкладов .....	132

## **Право как основа формирования образа жизни**

<b>Бельдина О. Г.</b> Гражданско-правовая ответственность .....	137
<b>Бурлака С. Н.</b> Корпорации в российском гражданском праве .....	140
<b>Мансуров Г. З.</b> Нормы <i>lex mercatoria</i> в системе регуляторов международных расчетных сделок .....	144
<b>Троценко О. С.</b> Проблемы отраслевой принадлежности норм, регулирующих земельные отношения .....	148
<b>Федорова Т. Ю.</b> Акты судебно-арбитражной практики в системе регуляторов гражданско-правовых отношений .....	152

## **Актуальные вопросы теории и практики менеджмента и маркетинга в глобальном экономическом пространстве**

<b>Возмилов И. Д.</b> Применение инструментов бренд-менеджмента на рынке ювелирных изделий .....	156
<b>Древалев А. А., Деева М. А.</b> Внутриорганизационный маркетинг как основа программ адаптации новых сотрудников компании .....	161
<b>Жадько Е. А.</b> Технологии электронного обучения: проблемы внедрения в России .....	166
<b>Изакова Н. Б.</b> Состояние и перспективы рынка поливинилхлорида в России в меняющихся условиях деловой среды .....	170
<b>Капустина Л. М., Портнов Н. А.</b> Территории опережающего развития как инструмент улучшения инвестиционного климата России .....	176
<b>Кондратенко Ю. Н.</b> Управление коммуникацией в глобальных кооперационных проектах .....	181
<b>Логинов М. П.</b> К вопросу о теории механизмов в экономике .....	186
<b>Минина Т. Б.</b> Политический маркетинг в обеспечении конкурентоспособности депутата .....	193
<b>Протасова Л. Г., Клусова Е. С.</b> Актуальные вопросы практики менеджмента .....	196
<b>Савин Г. В.</b> Влияние логистики на деятельность предприятия .....	200
<b>Смирных С. Н.</b> Эволюция подходов к оценке эффективности стратегии организации .....	205
<b>Сысоева Т. Л.</b> Актуальность <i>ambient media</i> в условиях кризиса .....	210
<b>Шарафутдинова Е. Н.</b> Система менеджмента качества: аспекты универсальности .....	216

*Научное издание*

**ЭКОНОМИКА, ОБЩЕСТВО, ЧЕЛОВЕК:  
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, РЕАЛЬНОСТЬ**

Сборник научных публикаций

Часть 1

Редактор и корректор *И. П. Зорина*

Компьютерная верстка *Н. И. Якимовой*

Поз. 117. Подписано в печать 28.09.2015.

Формат 70 × 100<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.

Уч.-изд. л. 16,8. Усл. печ. л. 17,74. Тираж 500 экз. Заказ 117.

Издательство Уральского государственного экономического университета  
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии  
Уральского государственного экономического университета