

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

---

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

## СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XVI Международной научно-практической конференции

### ЧАСТЬ 1

Новосибирск, 18 ноября 2010 г.

Под общей редакцией  
доктора экономических наук Ж.А. Мингалевой,  
кандидата экономических наук С.С. Чернов



НОВОСИБИРСК  
2010

ББК 65я431  
УДК 33(063)  
А 437

**А 437 Актуальные вопросы экономических наук:** Сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Часть 1 / Под общ. ред. Ж.А. Мингалева, С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2010. – 249 с.

ISBN 978-5-7782-1524-5

### **ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ:**

**Мингалева Ж.А.**, заведующая кафедрой Национальной экономики и экономической безопасности Пермского государственного университета (г. Пермь), д.э.н., профессор – *председатель*

**Чернов С.С.**, заведующий кафедрой Систем управления и экономики энергетики Новосибирского государственного технического университета (г. Новосибирск), руководитель ЦРНС, к.э.н., доцент – *зам. председателя*

**Арутюнян О.К.**, ректор Академии государственного управления Республики Армения (г. Ереван), д.э.н., профессор

**Голицева Л.Е.**, заведующая кафедрой Налогов и налогообложения Ставропольского государственного университета (г. Ставрополь), д.э.н., профессор

**Минакова И.В.**, заведующая кафедрой Мировой и национальной экономики Курского государственного технического университета (г. Курск), д.э.н., доцент

**Янов В.В.**, заведующий кафедрой «Финансы и кредит» Поволжского государственного университета сервиса (г. Тольятти), д.э.н., доцент

**Кох Л.В.**, профессор кафедры «Финансы и налоги» Владивостокского государственного университета экономики и сервиса (г. Владивосток), к.э.н., доцент

**Белюсова С.В.**, заведующая лабораторией Экономических методов управления хозяйством отдела региональных экономических и социальных проблем Иркутского научного центра Сибирского отделения РАН (г. Иркутск), к.э.н., доцент

**Вайсман Е.Д.**, профессор кафедры «Экономика и финансы» Южно-Уральского государственного университета (г. Челябинск), к.э.н., доцент

В сборник вошли материалы секций: «Теория управления экономическими системами», «Экономические теории», «Мировая экономика», «Менеджмент», «Маркетинг», «Управление инновациями и инновационной деятельностью», «Региональная экономика».

Все материалы публикуются в авторской редакции.

**ББК 65я431  
УДК 33(063)**

**ISBN 978-5-7782-1524-5**

© Коллектив авторов

# ОГЛАВЛЕНИЕ

|                                                                                                                                                                         |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>СЕКЦИЯ 1. ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ.....</b>                                                                                                        | <b>6</b>  |
| <i>Виноградова Н.А.</i> Системный анализ сильных и слабых сторон методов оценки результативности общественного развития .....                                           | 7         |
| <i>Власенкова Е.А.</i> Управление территорией: системный подход .....                                                                                                   | 12        |
| <i>Горбунова Т.В.</i> Оптимизация модели управления образовательным учреждением и ее стратегии развития с точки зрения теории управления экономическими системами ..... | 18        |
| <i>Ожегов Е.М.</i> Имитационная модель потребительского спроса на основе мультипликативных потребительских эффектов.....                                                | 22        |
| <i>Сибирский Н.А.</i> Неоиндустриализация как основа модернизации экономики страны .....                                                                                | 27        |
| <b>СЕКЦИЯ 2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ .....</b>                                                                                                                             | <b>32</b> |
| <i>Барбанова С.А.</i> Экологическая составляющая экономического развития России.....                                                                                    | 33        |
| <i>Будович Ю.И.</i> Теория рыночного равновесия и потребности практики управления.....                                                                                  | 38        |
| <i>Грибова Е.В.</i> Макроэкономические аспекты коммерциализации и национализации банковских систем в России и мире .....                                                | 42        |
| <i>Калентьева Н.А.</i> К вопросу определения границ монопольных рынков в России .....                                                                                   | 47        |
| <i>Кулагина Н.А.</i> Роль экономической безопасности АПК в обеспечении продовольственной безопасности страны .....                                                      | 53        |
| <i>Лебедев К.Н.</i> Эволюция органицизма в экономической науке .....                                                                                                    | 58        |
| <i>Макушева С.В.</i> Деятельность корпораций в современных условиях: инновационный аспект.....                                                                          | 63        |
| <i>Мирясова Г.Ф.</i> Проблемы создания новой теории фирмы .....                                                                                                         | 73        |
| <i>Ульянич Ю.В.</i> Капитализационная эффективность экономических систем .....                                                                                          | 77        |
| <b>СЕКЦИЯ 3. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА .....</b>                                                                                                                                | <b>82</b> |
| <i>Беспалова О.В.</i> Особенности денежно-кредитной политики Европейского центрального банка.....                                                                       | 83        |

|                                                                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Гизятов И.И.</i> Зарубежные подходы к ресурсосбережению в промышленности.....                                                                       | 88  |
| <b>СЕКЦИЯ 4. МЕНЕДЖМЕНТ</b> .....                                                                                                                      | 92  |
| <i>Беляев Ю.К.</i> Управление инфраструктурными проектами государственно-частного партнерства в российских условиях.....                               | 93  |
| <i>Грудистова Е.Г.</i> Организационная культура и эффективность предпринимательства .....                                                              | 99  |
| <i>Лбова Н.О.</i> Управление рентабельностью бизнеса .....                                                                                             | 105 |
| <i>Лебедева А.В.</i> Субъективные аспекты восприятия риска .....                                                                                       | 109 |
| <i>Лукашин В.Д.</i> Сделки слияний и поглощений компаний: сущность их оценки .....                                                                     | 114 |
| <i>Макаров Ю.Н.</i> Структура и типовые компоненты информационно-аналитической системы для финансовой структуры предприятия.....                       | 123 |
| <i>Миронова И.В.</i> Методология моделирования и прогнозирования инвестиционной деятельности: параметр бета как основа анализа структуры капитала..... | 126 |
| <i>Шипунов В.Ю.</i> Построение системы продаж розничного бизнеса коммерческого банка.....                                                              | 131 |
| <b>СЕКЦИЯ 5. МАРКЕТИНГ</b> .....                                                                                                                       | 137 |
| <i>Глухова Е.А.</i> Разработка программы продвижения промышленных компаний в интернете .....                                                           | 138 |
| <i>Козел И.В., Масленникова Н.В.</i> Оценка эффективности функционирования маркетинговой службы на предприятии.....                                    | 143 |
| <i>Корепанова Н.С.</i> Особенности и направления развития рынка региональных предприятий молокоперерабатывающей промышленности.....                    | 148 |
| <i>Степанова И.С.</i> Особенности маркетинга на деловом рынке.....                                                                                     | 152 |
| <i>Тарасова Н.Е., Агаджанян Н.Т.</i> Особенности развития российского рынка маркетингового консалтинга.....                                            | 156 |
| <b>СЕКЦИЯ 6. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> .....                                                                            | 161 |
| <i>Александровский С.В.</i> Роль инновационных процессов в развитии национальной инновационной системы .....                                           | 162 |

|                                                                                                                                                                |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <i>Арбузов В.С.</i> Преимущества инновационного предприятия на глобальном рынке.....                                                                           | 170        |
| <i>Бережной А.Е.</i> Инновации и управление производством в АПК .....                                                                                          | 176        |
| <i>Евстафьева А.Х., Кукушкина А.Н.</i> Налоговое стимулирование инновационной деятельности в Республике Татарстан.....                                         | 186        |
| <i>Капленков Д.В.</i> Развитие основ управления инновационной деятельностью .....                                                                              | 191        |
| <i>Новак С.О.</i> Некоторые виды эффектов от нововведений .....                                                                                                | 196        |
| <i>Олюнина Н.А.</i> Создание инновационно-восприимчивой экономики на примере муниципального образования (моногорода) ....                                      | 201        |
| <i>Соболев А.С.</i> Особенности регулирования интеллектуальной собственности и развития инноваций в ВУЗе .....                                                 | 205        |
| <i>Шпак Г.Б.</i> О проблемах формирования инновационной системы предприятия.....                                                                               | 213        |
| <b>СЕКЦИЯ 7. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА .....</b>                                                                                                                  | <b>217</b> |
| <i>Григорьева И.В.</i> Роль науки в решении проблем проектирования инновационной стратегии управления развитием региона .....                                  | 218        |
| <i>Жуланов Е.Е.</i> Теоретический анализ результатов построения модели экономического роста Солоу с учетом фактора региональной дифференциации экономики ..... | 231        |
| <i>Ислев А.В., Кантор Р.И.</i> Анализ подходов к типологизации регионов по уровню социально-экономического развития.....                                       | 235        |
| <i>Фаизова Ю.Г.</i> Сущность финансовых пропорций и их место в воспроизводственном процессе в регионе .....                                                    | 240        |
| <i>Шебзухова Д.К.</i> Проблемы развития регионального рынка страховых услуг (на примере Кабардино-Балкарской Республики).....                                  | 244        |

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a horizontal bar at the top. The left side features a vertical line with a circular end at the bottom, and the top features a horizontal bar with rounded ends.

**Секция 1**

***ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКИМИ  
СИСТЕМАМИ***

# **СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН МЕТОДОВ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ**

**© Виноградова Н.А.\***

Мценский филиал Орловского государственного технического университета,  
г. Мценск

Статья посвящена исследованию методологических аспектов разработки показателей оценки общественного развития. Выявляются проблемы агрегирования показателей общественного развития, исследуются достоинства и недостатки существующих комплексных показателей и методов, которые используются для их расчета, в частности, рангового метода, факторных, компонентных методов, кластерного анализа, метода главных компонент и других.

При построении показателя, включающего в себя большую часть информации об изменении и развитии изучаемого процесса, требуется решение некоторых методологических проблем.

Основываясь на опыте предшествующих работ по этой теме, особенно последних публикаций отечественных исследователей, необходимо отметить, что наилучшим образом эти проблемы были сформулированы А. Давыдовым, В. Поповым и А. Френкелем [1]:

- разработка системы частных показателей, характеризующих состояние изучаемого явления и определение способа их измерения;
- решение вопроса о соизмерении разноименных частных показателей, то есть установление вида, в котором они будут входить в агрегированный показатель;
- обоснование формы выражения агрегированного показателя через частные;
- обоснование способа нахождения весов для взвешивания частных показателей при построении агрегированного;
- вопрос о выборе базы сравнения.

Проблемы агрегирования разноплановых показателей в единый индекс были рассмотрены в отчете Комиссии ООН по устойчивому развитию (Report on the Aggregation of Indicators for Sustainable Development. CSD, NY, 2001) [2].

Агрегированный показатель по своему смыслу является синтезом относительных показателей, каждый из которых можно сравнивать либо с предшествующим его значением, либо с некоторой нормой, построенной с учетом влияния векового уровня и сезонности. При объединении этих дан-

---

\* Преподаватель кафедры Бухгалтерского учета и налогообложения, кандидат экономических наук.

ных, по существу уже не измеряется какая-либо величина, а просто рассматривается сумма наблюдений над значениями некоторых переменных в объяснениях других значений этих переменных. И в своем первичном виде все эти значения делятся на явно несоизмеримые группы.

На данный момент времени для решения данной проблемы существует ряд методов и приемов. Так, в работе С.В. Перфильева и В.И. Терехина [3] предлагается использование рангов.

В этом случае изучаемые объекты упорядочиваются по каждому из рассматриваемых показателей от 1 до  $n$  ( $n$  – число объектов) для показателей – стимуляторов; для показателей – дестимуляторов порядок упорядочивания обратный. Следует остановиться на определении показателя стимулятора и дестимулятора. Стимулятор – показатель, рост которого приводит к повышению уровня общественного развития, дестимулятор – его рост ухудшает общественное развитие.

Присвоив ранги по отдельным объектам, находят средний ранг по всем показателям:

$$R_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m R_{ij} \quad (1)$$

где  $R_{ij}$  – ранг  $i$ -го объекта по  $j$ -му показателю;  
 $m$  – число показателей.

Чем меньше значение  $R_i$ , тем более развито общество с точки зрения совокупности рассматриваемых характеристик.

Следует выделить недостатки, которые присущи данному методу:

- во-первых, механическое соединение исходных показателей;
- во-вторых, полученные средние ранги не отражают фактическое расстояние между объектами исследования.

Еще один вариант решения данной проблемы был предложен польскими учеными М. Чесляком и Е. Октабской [4]. По их алгоритму рассчитываются отклонения:

$$Z_{ij} = X_{ij} - X_{kj}^0 \text{ – для стимулянта} \quad (2)$$

$$Z_{ij} = X_{kj}^0 - X_{ij} \text{ – для дестимулянта} \quad (3)$$

где  $X_{kj}^0$  – значение  $j$ -го показателя для объекта  $k$ , принятого за образец ( $k \neq i$ ).

Затем для каждого  $i$ -го общества по каждому  $j$ -му показателю рассчитывается стандартизированное значение  $Y_{ij}$ :

$$Y_{ij} = \frac{Z_{ij} - \min Z_{ij}}{\max Z_{ij} - \min Z_{ij}} \quad (4)$$

то есть стандартизация отклонений показателя того или иного общества от минимального производится делением на размах вариации значений  $Z_{ij}$ , а не на стандартное отклонение  $S$ , как это делается обычно.

На основе стандартизированных показателей  $Y_{ij}$  вычисляется синтетический индекс развития каждого  $i$ -го региона по формуле, аналогичной формуле (1).

Однако использование данного метода сопряжено с рядом недостатков:

- во-первых, предполагается, что сравнение объектов по всем показателям происходит по отношению к некоторому образцу;
- во-вторых, все показатели выступают как равнозначные.

Проблема соизмерения частных показателей, имеющих различный экономический смысл и единицы измерения, при расчете агрегированного показателя может быть решена с помощью некоторого преобразования каждого показателя.

В процессе агрегирования могут быть использованы факторные, компонентные методы, кластерный анализ.

Факторный анализ основан не на дисперсионном критерии автоинформативности системы признаков, а ориентирован на объяснение имеющихся между признаками корреляций. Поэтому факторный анализ применяется в более сложных случаях совместного проявления на структуре экспериментальных данных тестируемого и иррелевантного свойств объектов, сопоставимых по степени внутренней согласованности, а также для выделения группы диагностических показателей из общего исходного множества признаков.

Первый опыт применения факторного анализа для построения агрегированного показателя выявил почти все основные трудности: возможность появления плохо поддающихся интерпретации отрицательных весов исходных показателей в агрегированном, близких к нулю коэффициентов корреляции исходных показателей с агрегированным и т.д. В то же время это был важный шаг вперед, так как прежде веса определялись большей частью экспертным методом.

Метод главных компонент (МГК) был предложен Пирсоном в 1901 г. и затем вновь открыт и детально разработан Хоттелингом в 1933 г. Данному методу посвящено большое количество исследований, обратившись к которым можно получить сведения о методе главных компонент с различной степенью детализации и математической строгости (например, С.А. Айвазян [5]).

Метод главных компонент для получения агрегированного показателя впервые был использован в 1939 г. М.Г. Кендаллом [6].

Рассматриваемые методы более всего приспособлены для выделения групп корреляционно связанных между собой показателей, поэтому при их применении нередко ограничиваются сжатием исходного набора показателей до нескольких (а не одного) агрегированных показателей. В неко-

торых случаях значения полученных нескольких агрегированных показателей затем сводят в единый, присваивая им те или иные веса.

В 1961 году Л. Шнором была предпринята попытка оценить общий уровень экономического развития с помощью агрегированного показателя, построенного центроидным методом [7]. Исходные данные были представлены одиннадцатью показателями (потребление энергии на душу населения, число автомобилей на душу населения, дневной тираж газет на 1000 жителей, оборот внешней торговли на душу населения и т.д.) по 75 странам на конец 40-х – начало 50-х годов. Связь между показателями измерялась коэффициентом ранговой корреляции Спирмена. Показатель среднегодового темпа прироста населения имел отрицательные корреляции с остальными исходными показателями. При использовании центроидного метода выделялось два фактора, однако, по мнению Л. Шнора, можно было ограничиться значениями первого общего фактора, рассматривая его как агрегированный показатель экономического развития.

Межгосударственное сравнение уровня жизни было проведено в 1965 г. американским экономистом Д. Невяровским [7]. Исходные данные для 88 стран относились к 1959 г. и были представлены девятью показателями экономического благосостояния (доля самодельного населения, занятого в несельскохозяйственных секторах экономики, валовое потребление энергии на душу населения, число телефонов на душу населения и др.) и пятью показателями социального благосостояния (число врачей, в том числе стоматологов, на душу населения, дневной тираж газет на душу населения и др.).

В работе В. Дребенцева, В. Попова, А. Френкеля [1] предложен индекс «ДЛ» («Деловые люди») для измерения хозяйственной конъюнктуры. В него вошли 16 показателей, взятых в процентном отношении к декабрю 1991 г. (кроме показателя произведенного национального дохода). В своих исследованиях они использовали кластерный анализ.

Кластерный анализ применяют, когда по статистическим данным необходимо разделить элементы выборки на группы. Причем два элемента группы из одной и той же группы должны быть «близкими» по совокупности значений измеренных у них признаков, а два элемента из разных групп должны быть «далекими» в том же смысле.

Нами был проведен ретроспективный анализ методик получения агрегированного показателя в различных сферах жизнедеятельности общества. В табл. 1 основные методы представлены поэтапно.

В рассмотренных выше работах обращает на себя внимание то обстоятельство, что наилучшие результаты при применении факторного и компонентного анализа для объединения частных показателей получаются тогда, когда исходные показатели достаточно близки по значению коэффициента корреляции. Этого следует ожидать при изучении менее проти-

воречивых явлений, чем динамика экономической активности или уровень экономического развития. Действительно, более успешные результаты были получены при использовании факторного и компонентного анализа для построения агрегированных показателей уровня жизни.

Таблица 1

### Методы расчета агрегированного показателя

| Период                    | Метод расчета агрегированного показателя |
|---------------------------|------------------------------------------|
| Конец 19 – начало 20 века | Средняя арифметическая простая           |
| 1922 год                  | Средняя геометрическая простая           |
| 1930 год                  | Средняя арифметическая взвешенная        |
| 1935 год                  | Факторный анализ                         |
| 1939 год                  | Метод главных компонентов                |
| 1961 год                  | Центроидерный метод                      |
| 1991 год                  | Кластерный анализ                        |

В настоящее время методы получения агрегированных экономических показателей можно разделить на четыре группы, которые представлены в табл. 2.

Таблица 2

### Группы методов расчета агрегированных показателей

| Группы методов                            | Состав группы                                                       | Недостаток                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Экспертные методы                         | – прямые экспертные оценки;<br>– косвенные экспертные оценки.       | Результаты использования экспертных методов нельзя считать надежными и устойчивыми. Так как они сильно зависят от состава экспертов, уровня их компетентности, могут меняться |
| Априорные методы                          | Доопытные методы                                                    | Низкая точность результатов                                                                                                                                                   |
| Методы «распознавания образов»            | – метод сравнения с образцом;<br>– нейронные сети;<br>– перцептрон. | Не обладают способностью к чистому обобщению                                                                                                                                  |
| Методы факторного и компонентного анализа | – интегральный;<br>– индексный.                                     | Часто проявляются плохо интерпретируемые отрицательные веса, слабая корреляционная связь агрегированного показателя с некоторыми из частных показателей                       |

Подводя итоги, можно сказать, что наиболее часто используемыми методами получения агрегированного показателя являются методы факторного и компонентного анализа. Однако их широкому применению препятствуют некоторые трудности содержательной интерпретации получаемых результатов и отсутствие сложившихся критериев оценки. Рассмотренные выше работы позволили выделить наиболее часто проявляющиеся недостатки, присущие вышеназванным методам агрегирования экономических показателей:

- исходные показатели включаются в агрегированный с отрицательными весами, что часто оказывается неоправданным с точки зрения содержания изучаемого экономического явления;

- появляются отрицательные коэффициенты корреляции исходных показателей и агрегированного, что не всегда соответствует характеру связи исходного показателя и агрегированного;
- наличие положительных, но близких к нулю коэффициентов корреляции исходных показателей и агрегированного, что означает, что агрегированный показатель не связан (или связан очень слабо) с некоторым исходным показателем.

Построением агрегированного индикатора устойчивости активно занимается ряд международных организаций. В качестве наиболее успешных проектов можно отметить разработки ООН и Всемирного банка. Наличие агрегированного индикатора, прежде всего, позволило бы лицам, принимающим решения, судить о степени устойчивости страны, экологичности траектории развития. Таким образом, этот показатель может быть своеобразным аналогом ВВП, ВВП, национального дохода, по которым сейчас часто измеряют успешность экономического развития, экономическое благосостояние. Однако в силу методологических и статистических проблем, сложностей расчета интегрального индикатора, общепризнанного в мире, еще нет.

#### **Список литературы:**

1. «ДЛ»-эконометр – инструмент измерения хозяйственной конъюнктуры в России / А. Давыдов, В. Попов, А. Френкель. – М., 1994.
2. Report on the Aggregation of Indicators for Sustainable Development [Электронный ресурс]. – CSD, NY, 2001. – Режим доступа: [www.uno.com](http://www.uno.com).
3. Перфильева С.В., Терехина В.И. Анализ территориального неравенства и бюджетное регулирование территорий. – М.: Экономика, 2000.
4. Социальная статистика / Под ред. И.И. Елисевой. – М., 1997.
5. Айвазян С.А., Мхитарян В.С. Прикладная статистика и основы эконометрики. – М.: ЮНИТИ, 1998.
6. Kendall M.G. The geographical distribution of crop productivity in England // Journal of the Royal Statistical Society. – 1993. – Vol. 102, № 1.
7. Niewiaroski D.N. The level of living of nation: Meaning and measurement // Estadistica. – 1965. – Vol. 23, № 86.

## **УПРАВЛЕНИЕ ТЕРРИТОРИЕЙ: СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД**

**© Власенкова Е.А.\***

Филиал Российского государственного гуманитарного университета,  
г. Домодедово

Статья посвящена исследованию проблем регионального и государственного управления с позиции системного подхода. Государство и

---

\* Доцент кафедры Экономико-управленческих и правовых дисциплин, кандидат экономических наук.

регион определяются как многофункциональные и многоаспектные системы. Рассматриваются принципы государственного управления, обеспечивающие устойчивое развитие системы. Исследуются вопросы оценки качественных параметров эффективности управленческой деятельности.

Совершенствование общественных отношений и развитие экономики предполагает создание новых организационных отношений и структур управления. Кроме того, со временем существующая структура управления морально устаревает, следствием чего становится неизбежная замена систем, не способных мобилизовать организационные резервы. Формируются перспективные организационные структуры, изменяются полномочия. Среди последних важнейшими являются те, которые адекватны социально-рыночной среде экономического развития России, создают условия для качественных преобразований в системе общественных отношений. Структуры управления позволяют стимулировать факторы интенсивного роста социальной и экономической эффективности.

Государство в целом, как и отдельные его регионы, представляют собой многоуровневые системы, включающие в себя несколько уровней и множество элементов. Общность категорий «регион» и «государство» и «система» несомненна. При этом анализ результатов методологических исследований данной категории (чаще всего междисциплинарных) позволяет представить государственную и региональную системы как целостное образование, комплекс взаимосвязанных элементов, обладающих качественно новыми характеристиками, относительно индифферентных к внешней среде. Здесь каждая система выступает элементом системы более высокого порядка, а любой элемент системы – системой более низкого порядка [2].

Первым шагом к созданию управленческих систем, характеризующихся реальными экономическими и социальными эффектами, является понимание объекта управления – государства (региона) как сложного образования, характеризующегося наличием множества количественно и качественно различающихся взаимосвязей.

В современной научной литературе государство, как и регион, рассматривается с различных позиций как единство социального, экономического, культурного, естественно-исторического и политического пространства. И государство, и регион определяются как целостная система, обладающая всеми характеристиками социума. Эта система включает в себя ряд элементов: физико-географическую, экономическую, политико-административную, этническую, социокультурную, правовую, политическую подструктуры, соответствующие подструктурам социальные институты, при определяющей роли институтов управления в организации жизни государства (региона). И, наконец, основным субъектом и объектом управления является человек, объединенный в социальные общности и вступающий в социаль-

ные отношения с другими людьми. Т.о., государство (регион) представляет собой целостную, пространственно-организованную форму жизнедеятельности социума как системы, как сложное и комплексное явление.

Такие качества, как относительная обособленность, целостность, комплексность, структурированность, подчиненность единой цели, связям с внешней средой, и определяют государство (регион) как сложную экономико-социальную систему. Можно сказать, что в современных теориях и государство, и регион исследуются как многофункциональная и многоаспектная система, как субъект экономических отношений, носитель особых экономических интересов.

Поскольку государственное управление многообразно по избранным целям и решаемым задачам, то наиболее существенные, специфические, объективно необходимые, устойчивые связи и отношения, присущие именно этому виду управленческой деятельности, выявляются и находят должное обоснование в заложенных в ее основу принципах.

Таким образом, принципы государственного управления – это фундаментальные, научно обоснованные и по большей части законодательно закрепленные положения, в соответствии с которыми строится и функционирует вся система государственного управления. Отступление от того или иного принципа может вызвать серьезные сбои во всей системе. Социальный организм, которым является государство, включает такое количество связей и отношений, что иногда даже незначительное отклонение или разрыв в какой-либо цепочке взаимоотношений влечет за собой цепную реакцию с непредсказуемыми последствиями.

Принцип оптимизации управления – основополагающий принцип управления, который дает ответы на принципиальные, имеющие большое практическое значение вопросы: сконцентрировать полноту власти в центре или передать большую ее долю на нижестоящие уровни, отдать предпочтение централизации или децентрализации, определить случаи, когда централизация необходима.

Централизация управления, как свидетельствует теория и практика, имеет несомненные преимущества при решении глобальных, стратегических задач. Она позволяет оптимально распределять резервы и ресурсы, но одновременно неизбежно подавляет инициативу нижестоящих уровней, не всегда оптимально решаются и тактические задачи. Централизация управленческих функций характерна для таких стран, как Франция, Бельгия, Германия, где основные стратегические проблемы решаются на общегосударственном уровне, а тактические и оперативные вопросы находятся в ведении региональных органов власти.

Децентрализация управления эффективно стимулирует инициативу, полнее раскрывает имеющийся потенциал, но вместе с тем повышает ответственность. Однако децентрализация управления имеет опасную тенденцию к превращению управляемого процесса в анархию, хаос.

Таким образом, можно сказать, что возникает весьма актуальная проблема, связанная с распределением властных полномочий. Теория управления дает однозначные рекомендации по ее решению: на верхний уровень системы должна быть передана вся организационно-распорядительная власть, при этом значительную часть полномочий следует делегировать. Принцип делегирования полномочий связан с принципом децентрализации.

Помимо перечисленных, выделяют несколько принципов, напрямую связанных с организацией регионального управления.

Принцип партнерства предполагает отход от жесткой иерархической соподчиненности по вертикали. Он диктует правила поведения объектов и субъектов регионального управления в процессе их взаимодействия как юридически равных партнеров.

Принцип subsidiarity заключается в выделении финансовых ресурсов под заранее определенные цели. Он реализуется в региональном менеджменте через формирование механизмов перераспределения финансовых ресурсов в целях обеспечения минимальных государственных социальных стандартов для всего населения региона, а также минимальной бюджетной обеспеченности.

Содержанием принципа мобильности и адаптивности является способность системы регионального управления реагировать на экзогенные изменения. Как отмечает А.К. Ушхо, этот принцип проявляется через постоянную трансформацию функциональной и организационной структур регионального менеджмента, позволяющую субъектам управления адаптироваться к быстро меняющимся рыночным условиям функционирования [3].

Принцип выделенной компетенции (в отличие от принципа разграничения функций) состоит в дифференциации функций не между сферами регионального управления, а внутри них. По такому принципу осуществляется перераспределение функций субъектов федерального, регионального и муниципального управления, а также ресурсное обеспечение реализации каждой функции.

Формирование национальной экономической системы как совокупности тесно взаимосвязанных региональных социально-экономических комплексов требует особых подходов к созданию системы управления, как на макроэкономическом, так и на региональном уровнях.

На уровне отдельного региона вопросы местного и национального масштаба, согласно Конституции РФ, должны находить единое по всей вертикали власти решение. При невысоком уровне диспропорций в развитии государства комплекс многоуровневых проблем может решаться посредством механизма разграничения предметов ведения и полномочий. Однако, как справедливо отмечает О.Л. Кузнецов, если экономическое неравенство регионов выше 4-5 разового отличия, характерного для развитых стран, то проблемы регионального воспроизводства приобретают общенациональное

значение [1]. Их решение без согласования систем действий по вертикали управления приводит к нарушению федеральных основ государства. Если доминируют субфедеральные правила решения, то усиливается правовое неравенство субъектов. В случае федеральных доминант ограничивается конституционное право регионов на самостоятельное развитие.

Следует отметить, что система государственного управления в целом функционирует в соответствии с законами развития рыночной системы хозяйствования, и ее механизм должен обеспечивать гибкое регулирование социально-экономических процессов в изменяющихся условиях. Для этого управленческая система должна обладать рядом необходимых свойств:

- во-первых, способностью работать в темпе, определяемом потребностями управляемых объектов и обеспечивающем их эффективное функционирование;
- во-вторых, способностью вырабатывать обоснованные решения, в результате выполнения которых управляемый объект достигает поставленной цели своевременно и без излишних затрат ресурсов;
- в-третьих, способностью осуществлять выработку решений на всем протяжении времени функционирования управляемого объекта;
- в-четвертых, в чем нельзя не согласиться с А. У. Ушхо, система управления должна обладать способностью одновременно управлять всеми подчиненными ей объектами [3].

Данные свойства системы управления определяются как оперативность, обоснованность, непрерывность и полнота. Они достаточно полно характеризуют систему управления, однако эта система должна обладать и рядом дополнительных свойств, которые позволят обеспечить системе управления возможность сохранять четыре основных свойства при всех видах противодействия. Так, свойства скрытности, информационной устойчивости и адаптации должны обеспечивать системе управления способность сохранять свойства оперативности, обоснованности, непрерывности и полноты при всех видах воздействия со стороны противодействующей среды.

Для оценки качественных параметров эффективности управленческой деятельности прежде всего необходимо иметь в виду систему целеполагания. Эффективность в данном случае оценивается как результативность усилий по достижению поставленных целей. Можно выделить цепь основных видов целей государственного управления: общественно-политические – социальные – духовные – экономические – организационные – цели деятельности – праксиологические – информационные – разъяснительные [3].

Цели общественно-политического развития имеют особую значимость. В них выражена общая направленность государственного курса на долгую перспективу. Цели социального развития определяются общественно-политическим курсом государства в целом и наличием социальных проблем в регионе в частности. Целями государственного управления в экономиче-

ской сфере являются определение долгосрочной стратегии экономического развития территории, создание оптимальных условий ее реализации для обеспечения реального и устойчивого роста материального благосостояния граждан.

В области управления производственными процессами цели системы управления состоят в том, чтобы обеспечить хозяйственную самостоятельность и высокую активность управляемых объектов, их умение действовать в условиях как внутренней, так и международной конкуренции.

Организационные цели государственного управления заключаются в создании системы функциональных и организационных структур, способных обеспечить соответствующее влияние субъекта управления на объект управления.

Деятельностно – праксиологические цели предполагают оптимизацию человеческого фактора и конкретизацию деятельности всех структур и составных частей управляемой системы на основе максимального приближения к совершенной деятельности с точки зрения ее эффективности.

Информационные цели государственного управления предполагают установление социальных коммуникаций через прямые и обратные связи между субъектом и объектом управления, призванных обеспечить оптимальный объем и достоверность информации о состоянии управляемой системы, для оперативной корректировки управляющего воздействия на объект управления. Без этого условия абсолютно невозможно принятие правильных решений.

С информационными целями тесно связаны разъяснительные цели, которые играют важную роль в государственном управлении, поскольку гражданам государства должны отчетливо представлять себе, какие задачи решает государство, какими мотивами руководствуются органы власти при принятии тех или иных, в том числе и непопулярных решений. Поскольку в управлении всегда присутствует элемент принуждения и ограничения свободы деятельности управляемого объекта, то аргументированная информация о протекающих в обществе процессах, объясняющая их объективную необходимость, значительно ослабляет социальную напряженность, оказывает мобилизирующее воздействие [3].

Определение целей и их достижение обеспечивают эффективность управления, т.е. решение поставленных задач в возможно короткий срок при наименьших затратах ресурсов: экономических, финансовых, трудовых, социальных, духовных и т.д. При этом в обществе интегрирующим является социальный результат, повышение качества жизни граждан при наименьших затратах всех остальных средств. Именно качество жизни – основная цель общественного развития и главный критерий эффективности, который и показывает результативность управления сложными социально-экономическими системами.

**Список литературы:**

1. Методологические аспекты обеспечения устойчивого регионального развития / Под общ. ред. О.Л. Кузнецова, А.С. Щеулина. – Дубна, 2001.
2. Огарков А. Использование интеграционно-дезинтеграционного потенциала региональных систем для формирования эффективной модели управления: системный подход // Государственная служба. – 2004. – №1. – С. 89-95.
3. Ушхо А.У. Совершенствование системы регионального управления как фактор развития экономики региона: на примере экономики Республики Адыгея: дисс. ... к.э.н. – Майкоп, 2007.

## **ОПТИМИЗАЦИЯ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ УЧРЕЖДЕНИЕМ И ЕЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ**

**© Горбунова Т.В.\***

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

В статье рассматриваются методологические основы применения математического аппарата при разработке стратегии оптимизации модели управления образовательным учреждением с точки зрения теории управления экономическими системами.

При решении задачи оптимального управления образовательным учреждением как экономической системой нет возможности применять теорему существования оптимального управления, т.к., в отличие от механических систем, изменения параметров состояния системы приводит к изменению связей между параметрами, то есть приводит к изменению функций  $f_1, f_2, \dots, f_n$ , а, следовательно, это будет уже другая система дифференциальных уравнений. Поэтому найденная оптимальная стратегия в данный момент времени через некоторый промежуток времени для изменившейся системы может оказаться не только не оптимальной, но даже не экстремальной. Стратегия управления, при которой изменяется только один параметр состояния системы, называется чистой стратегией. Стратегия управления, при которой изменяются более одного параметра состояния системы, называются смешанной стратегией [1].

Образовательная система – это живой организм, при этом, если изменяются взаимоотношения между параметрами, то независимый параметр

---

\* Аспирант.

становится зависимым. Кроме того, оптимизация параметров планируемых изменений может приводить к полному уничтожению планируемой системы вследствие возникающей из-за оптимизации неустойчивости. Однако в мягкой модели устойчивость может восстанавливаться, если заменить жесткое планирование обратной связью, иными словами решения следует принимать не директивно, а в зависимости от достигнутого состояния системы. В отличие от жестко планируемой системы, система с обратной связью устойчива и при оптимальном значении коэффициента  $k$  (небольшое случайное уменьшение по отношению к стационарному уровню  $x = B$  приводит к автоматическому восстановлению стационарного уровня силами самой системы). Итак, введение обратной связи (т.е. от зависимости принимаемых решений от реального состояния дел, а не только от планов) стабилизирует систему, которая без обратной связи разрушилась бы при оптимизации ее параметров.

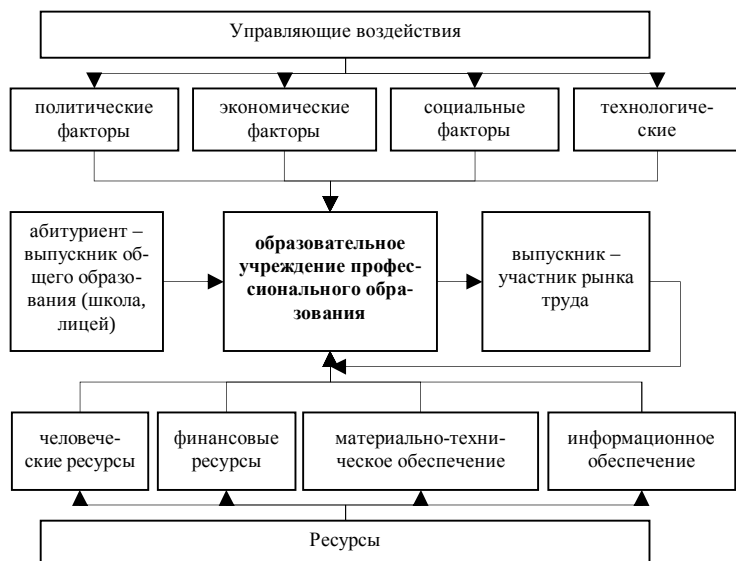


Рис. 1. Управление образовательным учреждением профессионального образования с точки зрения системного подхода (входы, выходы, управляющие воздействия, ресурсы)

Модель управления образовательной системой предполагает наличие объекта управления (управляемой системы), субъекта управления (управляющей системой) и обратной связи – эти элементы находятся под воздействием внешней среды, которая может способствовать или препятствовать эффективной реализации выбранной стратегии [2].

Вышеизложенное подтверждает, что модель управления образовательным учреждением, как и системой профессионального образования в целом без обратной связи не достаточно эффективна, т.е. при проведении ее дальнейшей оптимизации необходимо наличие в системе ее управления процессов мониторинга, анализа и оценки информации «до» и «после», т.е. на входе и на выходе. Что касается последнего, то, по большому счету главными показателями качества образовательной системы на выходе можно считать следующие: скорость трудоустройства и размер оплаты труда выпускника, а также степень удовлетворенности качеством подготовки работодателя, как опосредованного потребителя образовательной деятельности.

Кроме того, при дальнейшем рассмотрении вопросов оптимизации модели управления образовательным учреждением профессионального образования, необходимо отметить опасность многоступенчатого управления. Настоящую устойчивость обеспечивает только одноступенчатое управление, при котором управляющее лицо более заинтересовано в интересах дела, чем в поощрении со стороны вышестоящей организации. Двухступенчатое управление приводит к периодическим колебаниям, но не вызывает катастрофического нарастания колебаний, происходящего при трех- и более ступенчатом управлении [3].

Что же касается коренной перестройки, модернизации системы управления образовательными системами, так же как впрочем, и экономическими, то, в этом отношении можно отметить следующее: если устойчивое состояние данной системы признано плохим, поскольку в пределах видимости имеется лучшее, предпочтительное устройство состояния системы, то постепенное движение в сторону лучшего состояния сразу же приводит к ухудшению, при этом скорость ухудшений при равномерном движении к лучшему состоянию увеличивается; по мере движения от худшего состояния к лучшему сопротивление системы изменению ее состояния растет; максимум сопротивления достигается раньше, чем самое плохое состояние, через которое нужно пройти для достижения лучшего состояния и после прохождения максимума сопротивления состояние продолжает ухудшаться; по мере приближения к самому плохому состоянию на пути перестройки сопротивление начиная с некоторого момента начинает уменьшаться, и, как только самое плохое состояние исчезает, система начинает притягиваться к лучшему состоянию. При этом, слабо развитая система может пройти в лучшее состояние почти без предварительного ухудшения, в то время как развитая, в силу своей устойчивости, на такое постепенное, непрерывное улучшение неспособна. Если систему удастся сразу, скачком, а не непрерывно, перевести из плохого устойчивого состояния достаточно близко к хорошему, то дальше она будет сама собой эволюционировать в сторону хорошего состояния [4].

Следовательно, не существует одного направления рационального управления образовательной системой, поскольку присутствует множест-

во решений, которые могут меняться в зависимости от поставленных целей, имеющихся в наличии средств и объявленных приоритетов. Иначе говоря, одной из фундаментальных особенностей образовательной системы является ее способность эволюционировать и адаптироваться.

Профессиональное образование тесно связано с демографическими тенденциями в стране. Снижение рождаемости в РФ в течение 90-х годов XX века оказало воздействие на деятельность учреждений общего образования в прошедшее десятилетие (2001-2010 гг.), а на функционирование профессионального образования оно начало оказывать влияние несколько позднее (с 2008 до 2020 гг.). Так, к 2008-2010 гг. контингент общеобразовательных школ сократился примерно на 30 % по сравнению с 1999 г. Численность родившихся в 90-е годы снизилась на 40-50 % по сравнению с 80-ми годами. Тенденция сокращения спроса на образовательные услуги профессионального образования наблюдается уже с 2008г., в данных условиях образовательные учреждения профессионального образования должны быть более, чем прежде мобильными, гибко реагирующими на спрос на рынке образовательных услуг, запросы экономики, в том числе перспективные, а система стратегического управления – обладать в определенной мере даром предвидения.

При оптимизации модели управления образовательным учреждением следует уделять внимание процессу обеспечения ее всеми видами ресурсов: даже самая качественная модель на практике может оказаться бесполезной, если она не обеспечена в надлежащем объеме всеми видами ресурсов, необходимых для ее успешного функционирования [5].

Таким образом, в управлении образовательным учреждением, как экономической системой приходится иметь дело с динамическими процессами, т.е. объект управления находится в состоянии непрерывного движения под воздействием различных внешних и внутренних факторов. Решение подобных задач в общем виде определяется системой дифференциальных уравнений, что довольно сложно. Упростить процесс нахождения оптимального управления позволяет метод динамического программирования. Сущность его заключается в разбиении всего процесса управления на отдельные шаги (этапы), на каждом из которых решается оптимизационная задача меньшей размерности.

Метод динамического программирования может быть применим в рамках данного исследования при разработке стратегии развития системой профессионального образования в целом и конкретного образовательного учреждения в частности, в том числе планировании контрольных цифр приема и выпуска специалистов, исходя из прогнозируемых перспективных показателей спроса на специалистов на рынке труда, распределения ресурсов между возможными направлениями их использования [6].

Допустим, что образовательная услуга, осуществляемая образовательным учреждением, имеет параметры качества  $V_0$  и затраты на ее оказание  $S_0$ . В результате проведенных исследований установили, что для успешной

реализации данной услуги на рынке образовательная деятельность должна иметь соответствующие параметры  $V_1$  и  $S_1$ . Задача образовательного учреждения достичь параметров  $V_1$  и  $S_1$  с минимальными затратами. Исходя из принципа оптимальности, оптимальная стратегия обладает свойством, что, каков бы ни был путь достижения некоторого состояния, последующие решения должны принадлежать оптимальной стратегии для части пути, начинающегося с этого состояния.

Таким образом, использование в управлении образовательными системами всего арсенала современной теории управления, в том числе математического аппарата [7], является необходимым условием повышения обоснованности принимаемых управленческих решений в области стратегических изменений и, следовательно, эффективности их дальнейшего функционирования.

#### **Список литературы:**

1. Мишин В.Г. Оптимальные и экстремальные стратегии управления экономическими системами // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2009. – № 4 (20).
2. Лагоша Б.А. Оптимальное управление в экономике: учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 192 с.
3. Арнольд В.И. «Жесткие» и «мягкие» математические модели. – М.: МЦНО, 2004. – 32. с.
4. Арнольд В.И. Теория катастроф. – М.: Наука. – 1990, 128 с.
5. Системный анализ и принятие решений в деятельности учреждений реального сектора экономики / Под ред. В.В. Кузнецова. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2010. – 406 с.
6. Михайлова Э.А., Смирнов А.О. Методы нахождения оптимального управления экономическими системами: пособие для практических занятий / РГАТА. Кафедра экономики. – Рыбинск, 1998. – 42 с.
7. Новиков Д.А. Модели и механизмы управления развитием региональных образовательных систем (концептуальные положения). – М., 2001. – 83 с.

## **ИМИТАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА ОСНОВЕ МУЛЬТИПЛИКАТИВНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЭФФЕКТОВ**

**© Ожегов Е.М.\***

Пермский филиал Государственного университета –  
Высшей школы экономики, г. Пермь

В данной статье рассматривается модель, с помощью которой можно производить оценку агрегированного спроса потребительского спроса

---

\* Преподаватель кафедры Прикладной математики и моделирования в социальных системах.

на потребительскую корзину и его реакцию на изменение цен, доходов, а также параметров потребительских эффектов. Для этого рассмотрена модель поведения индивидуального потребителя и на ее основе описана задача построения имитационной модели. Также в статье приведены примеры конкретных потребительских эффектов, эмпирически полученных при использовании данной модели.

Предпочтения потребителя представлены в виде  $\succ^S$  – предпочтения, зависящего от контекста [1]. Данный тип предпочтений равносильен функцией полезности в виде плавающего критерия полезности в мультипликативной форме влияния факторов внешней среды  $u(K[X]) = u(X, S) = u(\{\prod_{j=1}^m k_{ij}(s_j)\}x_i)$ . Функция полезности в условиях сравнительной статики задана в виде производственной функции Солоу;

$$U(X, S) = A \sum a_i [\{ \prod_{j=1}^m k_{ij}(s_j) \} x_i]^{\alpha_i}$$

Процесс принятия решения потребителем описывается решением оптимизационной задачи [3]:

$$\begin{aligned} \int_0^T U(X, S) dt &= \int_0^T A \sum_{i=1}^n a_i [\{ \prod_{j=1}^m k_{ij}(s_j) \} x_i]^{\alpha_i} dt \rightarrow \max \\ I(t) &\geq \sum_i p_i(t) x_i(t) \\ x_i(t) &\geq 0 \end{aligned}$$

В данной постановке  $I(t)$  – интенсивность поступления денежных средств,  $P(t)$  – вектор траекторий цен на товары.

Решением данной задачи будет вектор функций  $X(t) \in [0..T]^n$ , где каждая компонента вектора является траекторией интенсивности потребления определенного товара на временном интервале. Решение находится исходя из Парето-эффективности распределения денежных средств при условии выпуклости функции полезности  $I(t) \geq \sum_i p_i(t) x_i(t) \Rightarrow I(t) = \sum_i p_i(t) x_i(t)$  и свойства

$$\text{аддитивности интеграла } \int_0^T U(X, S) dt \rightarrow \max \Rightarrow U(X(t), S(t)) \rightarrow \max, \forall t \in [0..T].$$

Данная задача является задачей нахождения условного экстремума через функцию Лагранжа при условии неотрицательности вектора  $X$  и  $\lambda$ :

$$L(X, S, \Lambda, \lambda) = A \sum_{i=1}^n a_i [\{ \prod_{j=1}^m k_{ij}(s_j(t)) \} x_i(t)]^{\alpha_i} - \lambda (\sum_{i=1}^n p_i(t) x_i(t) - I(t)) \rightarrow \max$$

Дифференцирование функции Лагранжа по факторам потребления  $x$  и  $\lambda$  в ограничениях на неотрицательность  $x$  дает единственное решение для каждого момента времени в виде вектора  $x(t)(\Lambda)$ . Здесь стоит отметить, что, если для индивидуального потребителя не специфицированы эффекты потребления и значений их параметров, то значения  $k_{ij}(s_j(t))$  принимается равным 1 как среднему значению по всей априорно наблюдаемой выборке из совокупности потребителей. Кроме того, решая систему, полученную из  $(n + 1)$  уравнения дифференцирования функции Лагранжа по  $x$  и  $\lambda$ , спрос по всем товарам может быть разрешен относительно только одного из факторов. Так, для определенности без потери общности решения, обозначим этот фактор  $x_1(t)$ . Так, подставляя найденные значения спроса в функцию ограничения при очевидности факта наличия оптимума на границе ограничения, получаем функцию бюджета вида:

$$x_i|_{i \neq 1} = x_i(x_1, \Lambda) \Rightarrow I(t) = F(P, x_1, \Lambda)$$

Следующим шагом, является выявление фактических затрат и их соотношение с теоретическим решением. Т.к. потребитель не всегда действует в рамках предположения об оптимальности, что означает, что отклонения от оптимального значения являются случайными и распределены нормально с нулевым математическим ожиданием, то целесообразно оценить параметры функции полезности методом наименьших квадратов:

$$\int_0^T [I(t) - F(P, x_1, \Lambda)]^2 dt \rightarrow \min$$

Решая теперь систему нормальных уравнений, получим эмпирическую оценку параметров функции полезности  $\Lambda$ . Для оценки поведения совокупности потребителей достаточно по панельной выборке произвести оценку  $\Lambda$  по аналогичному алгоритму. Таким образом, выделены общие тенденции выявленных предпочтения потребителей всей совокупности потребителей.

Дальнейшим шагом, требуемым для построения модели, является оценка параметров гетерогенности объектов системы, какими являются значения параметров эффектов потребления. Здесь будет уместно провести обзор данных эффектов и алгоритмов их идентификации. Напомним, что эффект потребления на основании плавающего критерия полезности – это устойчиво наблюдаемая функциональная зависимость и значимость параметров функции  $k_{ij}(s_j(t))$  плавающего критерия полезности для группы потребителей, обладающих данным эффектом. Так, идентификация эффекта осуществляется через выбор функциональной формы эффекта, включение одиночного эффекта в плавающий критерий полезности при оцененных значениях параметров функции полезности. Используя метод наименьших

квадратов, необходимо произвести оценку параметров эффекта по критерию (1) при наличии в функции  $F$  параметров эффекта  $\Theta$  и оценить его значимость. При систематической значимости моделей с включенным эффектом потребления, следует сделать вывод о принятии гипотезы о наличии данного эффекта у выбранной совокупности потребителей. При этом следует при оценке параметров  $\Theta$  фиксировать оцененные значения и при окончании процесса оценок составить гистограмму значений оценок параметров. По данной гистограмме представляется возможным построения совместной функции распределения параметров эффекта на основании одного из методов, предложенных в предыдущей главе. Также по фактическим значениям затрат на потребление  $I$  следует оценить функцию распределения данного фактора, который также, как и параметры эффектов, будет входным для имитационной модели.

Произведем обзор потребительских эффектов, демонстрирующих значимость по наблюдаемым на практике выборкам потребителей, при этом качестве факторов внешней среды выступают сами факторы потребления:

1. Эффект Гиффена [2]:

$$\exists \tilde{\theta}_i : \theta_i = \frac{p_i x_i}{I}, \frac{\partial u}{\partial p_i} > 0 \bigg|_{\theta_i > \tilde{\theta}_i} \Rightarrow k_{ij}(s_j) = k_i(\tilde{\theta}_i, \theta_i)$$

2. Эффект скромного потребителя, эффект покупателя «Пятерочки»:

$$\exists \tilde{x}_i : \frac{\partial u}{\partial x_i} > 0 \bigg|_{x_i < \tilde{x}_i}, \frac{\partial u}{\partial x_i} < 0 \bigg|_{x_i > \tilde{x}_i} \Rightarrow k_{ij}(s_j) = k_i(x_i, \tilde{x}_i)$$

3. Эффект жадины, эффект покупателя «Метро Кэш & Кэрри»:

$$\exists \tilde{x}_i : \frac{\partial u}{\partial x_i} > 0 \bigg|_{x_i < \tilde{x}_i}, \frac{\partial u}{\partial x_i} >> 0 \bigg|_{x_i > \tilde{x}_i} \Rightarrow k_{ij}(s_j) = k_i(x_i, \tilde{x}_i)$$

4. Эффект «наркомана»:

$$\exists \tilde{x}_i : \frac{\partial U(x_i(t))}{\partial (x_i(t) - \varphi(t))} > 0 \bigg|_{x_i < \tilde{x}_i}, \frac{\partial U(x_i)}{\partial x_i} > 0 \bigg|_{x_i < \tilde{x}_i},$$

$$\frac{\partial U}{\partial x_i} = -M \bigg|_{x_i > \tilde{x}_i} \Rightarrow K_{ij}(s_j) = K_i(x_i(t), \varphi(t), \tilde{x}_i)$$

Вследствие выполнения предыдущего шага была выполнена оценка значимости включения эффектов потребления в модель поведения потребителя и построены функции распределения параметров эффектов потребления. Все данные, требуемые для проведения имитаций, и процесс функ-

ционирования модели найдены. Дальнейшим шагом является, собственно, построение имитационной модели [4].

Итак, в целях моделирования требуется оценить количественно объем потребительского рынка, выраженного в виде количества потребителей, образующих потребительский спрос. Данное количество потребителей задает число симуляций, обозначим их через  $q$ , требуемых для проведения на каждой итерации. Элементарная итерация представляет собой:

- Генерирование  $q$  функций интенсивности потребительского дохода, предназначенного для осуществления потребления на временном интервале.
- Генерирование  $q$  значений параметров эффектов потребления.
- По алгоритму принятия решения, при фиксированном для каждой итерации векторе ценовых траекторий, находятся значения спроса для каждого из  $p$  потребителей.
- Значения агрегируются по потребителям, соответственно, для каждого товара и вектора цен будет получена оценка его агрегированного спроса.

Дальнейшими задачами исследования являются:

1. Варьирование вектора цен и получение функции спроса на товар как функции чувствительности интенсивности потребления по цене. Наличие относительно точной оценки спроса позволяет устанавливать цены на товары, руководствуясь определенными соображениями. Задача становится актуальной, например, для исследования спроса для магазина розничной торговли, рассматриваемого независимо от других магазинов, т.е. в состоянии изолированности. Так, по полученной оценке спроса, лицо, принимающее решения, способно решить задачу максимизации прибыли магазина.
2. Варьирование параметров дохода и параметров эффектов потребления с целью анализа чувствительности спроса к их изменению. По полученной оценке чувствительности спроса по доходу, магазин может принимать решение о вложении средств в продвижение с целью привлечения потребителей с более высоким или низким уровнем дохода при условии наличия оценки значений количества потребителей. По оценке чувствительности спроса по эффектам потребления, также руководитель способен принимать решение о воздействии на потребителей с целью формирования более устойчивых эффектов, их минимизации, или, наоборот, более яркой выраженности с целью максимизации прибыли магазина.

#### **Список литературы:**

1. Ожегов Е.М., Пермякова А.Г., Иванов В.В. Моделирование потребительского выбора нетранзитивными предпочтениями // Актуальные вопросы экономических наук. – Новосибирск, 2010. – Вып. 13. – С. 36-41.

2. Doi J., Iwasa K., Shimomura K. A note on Giffen goods. – Kobe University, 2006.
3. Ozhegov E. The floating utility criterion in a problem of optimal budget distribution // Challenges for Analysis of the Economy, the Businesses, and Social Progress. – 2009. – P. 1376-1385.
4. Shannon R.E. Systems simulation. The art and science. – Englewood Cliffs, New Jersey, 1975.

## **НЕОИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ КАК ОСНОВА МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ**

**© Сибирский Н.А.\***

Ливенский филиал Орловского государственного технического университета,  
г. Ливны

Понятие «модернизация» стало едва ли не самым популярным после «инновации» в официальных выступлениях представителей власти. Автор статьи обосновывает проведение модернизации российской экономики через реализацию неоиндустриальной парадигмы.

Сегодня в России концептуально сформировалась парадигма неоиндустриальной модернизации российской экономики, т.е. ее статус как общественно необходимой стал, можно считать, в основном подтвержденным. Она содержательно уточняет и емко выражает формулу развития России: неоиндустриализация плюс вертикальная интеграция. В крупных университетских центрах, включая МГУ им. М.В. Ломоносова, а также в экономической литературе идет предметный и заинтересованный обмен мнениями по вопросам неоиндустриализации. Почти вся экономическая литература последнего десятилетия наполнена призывами к модернизации экономики на новой технологической основе с активным участием государства, т.е. вопрос давно стал предметом пристального внимания науки. Аргументированная поддержка наглядно иллюстрируется в теоретических, концептуальных, системных и практических аспектах, при этом все базируется на убедительных доводах.

Сложившиеся в стране к началу XXI в. стартовые позиции являются для ее реализации неблагоприятными. В то время как в нашей стране в течение двух десятилетий осуществлялись деструктивные реформы, другие передовые страны развивались в русле научно-технического прогресса, отставание нашей страны в этой сфере не сократилось, а увеличилось еще больше. Текущее социально-экономическое состояние России, по-преж-

---

\* Старший преподаватель.

нему независимое от цен сырьевого экспорта и инфляции нефтедоллара, отражает инерционную тенденцию и свидетельствует о неготовности к радикальным преобразованиям, требуемым для осуществления успешного проекта новой индустриализации. Страна продолжает все глубже втягиваться в воронку сырьевой ориентации в международном разделении труда.

В развитых государствах мира новые технологии обеспечивают до 85 % прироста ВВП. В объеме мирового рынка наукоемкой продукции на долю России приходится лишь 0,3 %, тогда как доля США составляет до 36 %, Японии – 40, Германии – 9,5, Китая – 6 %. Удельный вес наукоемкой продукции в общем объеме российского экспорта не превышает 1,5-2 % (против 23 % в 1990 г).

Сегодня заявленная в стране модернизация, по сути, является постановкой задач по переводу в практическую плоскость политики неоиндустриализации через призму конкретных подходов. Здесь обозначились две противоположные позиции, которые расходятся друг с другом в определении движущей силы неоиндустриализации. Так, согласно одной, локомотивом новой индустриализации (формулировка «новая индустриализация» соответствует понятию «неоиндустриализация») должно стать государство, тогда как другая предполагает опираться на частный капитал и систему свободной конкуренции. Своеобразное утверждение «рыночной экономики» в России диктует приоритет прагматизма и частных интересов, зачастую превалируя над общенациональными задачами. С учетом этого все больше слышно голосов в пользу усиления роли государства в экономике как выразителя национальных интересов. Несмотря на различие в подходах, в этих позициях есть немало схожего. Прежде всего, представители обеих позиций связывают социально-экономическое развитие России с неоиндустриализацией и при этом выступают за такое проведение неоиндустриальной модернизации, которое упорядочено государством и осуществляется на основе общегосударственной политики, а не путем стихии и самотека.

Результаты объявленной модернизации будут зависеть от наличия и эффективного использования мобилизационного потенциала. Модернизация, обеспечивающая развитие страны, ставит перед собой в перспективе выход на передовые рубежи высоких технологий и неоиндустриальной экономики, что непременно зависит от развития реального сектора экономики. Признаком неоиндустриальной модернизации является опережающий рост машиностроения, электронной промышленности и строительства по отношению к росту ВВП.

В президентском Послании о модернизации экономики сказано, что предстоит еще только «... завершить разработку предложений по созданию в России мощного центра исследований и разработок, который был бы сфокусирован на поддержку всех приоритетных направлений...». Из этого следует, что государство пока не имеет целевой комплексной про-

граммы модернизации страны, тогда как без такой программы модернизация невозможна. Вопрос о движущей силе модернизации страны исключительно актуален, но не менее важны вопросы о цели и задачах новой политики, системных и организационных условиях, методах и механизме реализации, критериях результативности и совершенствования.

Начать переход к новой модели экономики надо с модернизации самого государства, поскольку по качеству государственного управления, согласно международным рейтингам, Россия находится во второй сотне государств мира. Очень важно, чтобы модернизация началась с человека. За последние десятилетия в стране серьезно снизилось качество населения, по сути, идет его деградация. Причем эти разрушительные процессы захватили все уровни развития нашего общества – образовательный, культурный, нравственный. Для модернизации нужна политическая воля, чтобы реализовать задуманное. Этим надо заниматься постоянно.

Пока нет определенности с деньгами, необходимыми для модернизации. Проблема денег обсуждается сегодня чуть ли не более активно, чем конкретные темы возможных модернизационных прорывов. Чтобы взять деньги на модернизацию, надо перестать ориентировать свою валюту на чужие, ничем не обеспеченные бумажки. Наши золотовалютные резервы представляют собой доллары, евро, фунты стерлингов и только 4 процента – монетарное золото. А в США, при том, что у них долгов триллионы долларов, – 8,5 тысячи тонн золота.

Сегодня инновационные проекты, кажется, в большой чести. Созданы Российская венчурная компания, «Роснано», запущены крупные исследовательские центры при госкорпорациях. Средний счет, выставляемый экспертными институтами государственным структурам за так называемые научно-исследовательские работы, зашкаливает за 1 миллион долларов. Но инноваций как не было, так и нет. В 2008 году менее 7 процентов отечественных компаний применили в своей деятельности хотя бы одно качественно новое производственное решение (в США – 58 процентов, в Германии – более 70 процентов). Страна тратит миллиарды долларов на проекты, судьба которых почти наверняка станет разочаровывающей. Основная проблема остается прежней: в России нет тех, кто будет их применять. Так, еще в СССР была разработана технология трубобетона, по которой сейчас строится 85 % высотных зданий в КНР и ни одного в России. Хорошо известна и технология строительства дорог из преднапряженных бетонных плит, по которой укладывается до 40 процентов дорог в США и 65 процентов в Канаде, но которая не применяется в России. В НИИ нефтеоргсинтеза неизменна тема: как быть с разработками, которые, несмотря на двадцатитридцатилетний стаж, так и остаются невостребованными, хотя могли бы и сегодня совершить переворот в нефтехимии. Из изложенного следует, что основное внимание должно быть обращено не на создание новых техноло-

гий, а на принуждение предприятий к использованию тех технических решений, которые уже имеются в нашей стране или за рубежом. Опыт догоняющих модернизаций указывает: самый эффективный путь – заимствование уже проверенных технологий и развитие производства на их базе. Следовательно, первоочередная задача – не финансирование научных разработок, а создание системы их внедрения в производство.

Финансирование российской модернизации не должно осуществляться за счет наращивания расходной части бюджета. Наша задача заключается не в разворачивании индустриализации с нуля, а в создании новых кластеров роста в относительно индустриализированной стране, перестроив производство на более конкурентоспособный лад, запустив механизм эффективности производства.

Чтобы деньги, заработанные в России, эффективно заработали на модернизацию, государство должно в полной мере реализовать свою функцию регулятора. Оно должно создавать систему стандартов и технических условий, которые потребуют от предприятий перехода на более совершенную продукцию (от энергосберегающих ламп до более качественного автомобильного топлива). Такие меры, если они будут положены в основу модернизационной стратегии, заставят предприятия выделять больше средств на свое техническое перевооружение. На всех этапах модернизации необходимо максимально экономить государственные ресурсы.

Модернизационный потенциал содержится и в вертикальной интеграции экономики России. В корпорации интегрируются, говоря языком научной политэкономики, предприятия по выпуску средств производства и предприятия по выпуску предметов конечного потребления. Частный капитал не организует модернизацию (неоиндустриализацию нашей экономики). Субъектом неоиндустриализации и технотронной революции может быть только государственно-корпоративный капитал, сконцентрированный в мощном государственно-корпоративном секторе, на базе крупных вертикально интегрированных корпораций, сопоставимых по величине с зарубежными ТНК.

Проблема технологической отсталости в сложившихся социально-экономических условиях состояния мировой экономики требует многократного повышения инновационной и инвестиционной активности. Кризис 2008 г. еще не завершился, но уже ясно, что он не включил созидательный потенциал технологического обновления российской экономики и стимулы полноценного расширенного воспроизводства. Технологическое обновление на инновационной основе должно было стать и целью, и результатом воспроизводственного цикла, прогрессивным результатом, который смог бы перекрыть негативные результаты кризиса.

Сегодня главным модернизационным проектом правительства объявлено «Сколково». На реализацию этого проекта мобилизованы большие

административные, бюджетно-финансовые и институциональные ресурсы, но в то же время параллельно принимается решение о многократном сокращении числа стратегических предприятий, находящихся в государственном ведении. Эти предприятия являются главными и ведущими субъектами спроса на инновационную продукцию. Вероятно, в правительстве считают, что конвертация бюджетных денег в доходы частного бизнеса лучше стимулирует модернизацию, чем трансформация бюджетных денег в ресурсы государственных стратегических предприятий для реализации стратегических инвестиционных проектов. И это при том, что частный бизнес, которому в процессе приватизации были переданы принадлежащие государству ресурсы, причем не только имущество, но и разработка природных ископаемых, инфраструктура, отлаженные потоки доходов, в течение двух прошедших десятилетий не брался за модернизацию. Из этого следует, что направлять бюджетные средства в этот сектор безосновательно.

Обязательным условием осуществления модернизации являются инвестиции, следовательно, нужны накопления, образующие пусковой механизм и главное звено модернизации. Для запуска инвестиционного процесса нужно устранить такое зло, как коррупционная рента, выступающее в разных формах (наиболее распространенной является «откат») и снижающее доходность инвестиционных проектов. Следовательно, приоритетным направлением модернизации российской экономики является борьба с коррупцией, соответственно с коррупционной рентой.

### **Список литературы:**

1. Кучуков Р. Государственный сектор как локомотив модернизации // Экономист. – 2010. – № 9. – С. 3-13.
2. Глухих В. Послание Президента России Д.А. Медведева Федеральному Собранию – прямое руководство к действию для перехода к инновационной модели развития // Российская газета. – 20 января 2010. – № 9 (5088).
3. Губанов С. К политике неоиндустриализации России // Экономист. – 2009. – № 9.
4. Нигматулин Б. И где же он, эффективный собственник? // Российская Федерация сегодня. – 2009. – № 24.
5. Гусев В. Восемь вопросов об источниках // Российская Федерация сегодня. – 2010. – № 1.
6. Суринов А. Статистика знает всё, но иногда принципиально молчит // Российская газета. – 15 января 2010. – № 6 (5085).
7. Хазин М. Действующая модель экономики не имеет ресурса развития // Российская Федерация сегодня. – 2010. – № 1.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a horizontal bar at the top. The left side features a vertical line with a circular end at the bottom, and the top has a horizontal bar with a circular end on the right.

**Секция 2**

***ЭКОНОМИЧЕСКИЕ  
ТЕОРИИ***

# ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

© Барбанова С.А.\*

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
г. Москва

До недавнего времени в экономической теории мало внимания уделялось проблемам взаимодействия экономики и экологии. Предлагаемые экономические модели недостаточно учитывали экологические аспекты ведения хозяйства. В данной статье предложены теоретические разработки, которые могли бы послужить основой для оценки ответственности экономики за убытки, причиняемые природе России, что крайне важно в условиях ухудшающейся экологической ситуации, которая накладывает ограничения на экономический рост.

В настоящее время проблема экологической дестабилизации Российской Федерации является очень серьезной, а загрязнение окружающей среды становится ощутимой угрозой для человеческого потенциала.

В постиндустриальную эпоху экономическая теория уже не может проходить мимо проблем окружающей среды, которые давно интегрированы в экономическую науку, в качестве ограниченного блага.

Природные блага такие, как кислород для дыхания или красота природного ландшафта, используемые в качестве предмета потребления, являются общественными благами. Под понятием «общественное благо» в экономической теории понимают благо, которое потребляется коллективно – всеми гражданами независимо от того, платят за него или нет. Рассматривая окружающую природную среду как общественное благо необходимо выделить следующие основные свойства:

- *неконкурентоспособность потребления*, когда потребление блага одним человеком не уменьшает его доступности для других (например, в районе с чистым атмосферным воздухом дышит не один человек, а все кто в нем проживают);
- *неисключаемость из потребления*, когда исключить кого-либо из числа потребителей невозможно.

Помимо окружающей среды можно в экологической сфере выделить следующие общественные блага: качество окружающей среды; охрану окружающей среды и экологическую безопасность (табл. 1).

Данные общественные блага не могут быть предоставлены через рыночную систему. Рыночная система позволяет учитывать лишь индивидуальные потребности, а не общественные. Как верно писал С.Н. Бобылев,

---

\* Доцент кафедры «Микроэкономика», кандидат экономических наук.

«Рынок близорук» ему сложно решать стратегические вопросы» [1]. В условиях самого рынка чаще всего и возникают негативные экологические последствия, в результате интенсивного использования природных ресурсов и пренебрежительного отношения к природной среде. Поэтому для обеспечения общественных экологических благ необходимо государственное регулирование. Экологические цели государства заключаются в сохранении экосистем, поддержании их целостности и жизнеобеспечивающих функций.

Таблица 1

### Общественные блага в экологической сфере

| № п/п | Общественное благо                                                       | Составляющие блага                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Окружающая природная среда                                               | верхний слой суши, гидросфера, атмосфера, биота                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 2.    | Качество окружающей среды                                                | совокупность показателей, характеризующих состояние окружающей природной среды                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 3.    | Охрана окружающей среды                                                  | система международных, государственных и общественных мер, направленных на рациональное использование, воспроизводство и охрану природных ресурсов, на защиту социально-экономической и природной сред от загрязнения и разрушения в интересах существующих и будущих поколений людей                                                                                                                                                                     |
| 4.    | Экологическая безопасность как составная часть национальной безопасности | обеспечение в процессе взаимодействия человека и природы состояния защищенности:<br>– окружающей среды от угроз изменения её естественных физических, химических, и биологических свойств;<br>– жизненно важных интересов личности, общества, государства, окружающей среды от угроз со стороны природных объектов;<br>– жизненно важных интересов личности, общества, государства, окружающей среды от угрозы необеспеченностью природными ресурсами [5] |

Следует отметить, что экологические цели тесно переплетаются с экономическими. По подсчетам в настоящее время потери в экономике страны от загрязнения окружающей среды составили свыше 3 процентов ВВП [2].

Ущерб от экологических нарушений следует рассматривать как категориальную составляющую экономической системы. Существует четкая взаимосвязь, если наносится вред окружающей среде, то соответственно ущерб экономике (рис. 1). Ведь любая производственная деятельность связана с образованием отходов. Поэтому увеличение производства, а, следовательно, и материального благосостояния, приводит к загрязнению окружающей среды.

Увеличение экономических издержек будет связано с затратами в сумме ущерба от загрязнения окружающей среды и затратами на предотвращение этого загрязнения. Если ущерб от загрязнения окружающей среды увеличивает издержки и сокращает прибыль, то экономическим субъектам придется изменить отношение к природе.

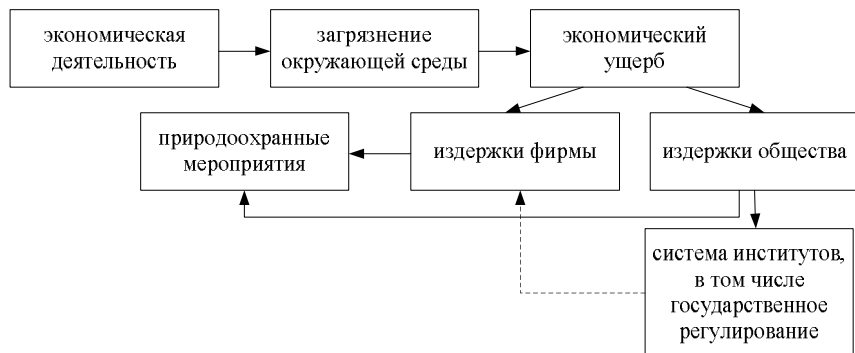


Рис. 1. Экономический ущерб, вызванный загрязнением окружающей среды

Если экологические интересы у хозяйствующих субъектов отсутствуют, то государству необходимо проводить административные методы, требующие соблюдения экологических стандартов.

В нашей стране политика защиты окружающей среды главным образом основывается на законах и распоряжениях. Наше законодательство в основном использует для защиты окружающей среды административные рычаги – запреты и предписания. Среди большого числа кодексов, принятых в Российской Федерации, до сих пор отсутствует специальный экологический кодекс. После введения в действие нового Федерального закона «Об охране окружающей среды», так и не сформирована система нормативных актов, необходимая для практической реализации полномочий государственных и муниципальных природоохранных органов.

В условиях рыночной экономики все это создает огромные пробелы в законодательной базе и отличается малой эффективностью действия уже принятых документов. Медведев Д. отметил, что в нашем законодательстве практически отсутствуют нормы, стимулирующие хозяйствующие субъекты к бережному использованию природных ресурсов и энергии, к охране окружающей среды.

Возникает необходимость сместить акценты в сторону экономической заинтересованности хозяйствующих субъектов, обеспечивающую как экологическую, так и экономическую эффективность решения проблемы защиты окружающей среды. Это создаст экономические стимулы для поиска дополнительных возможностей предотвращения и сокращения объема выбросов вредных веществ и возможность саморегулирования в установленных пределах. Например, в Японии любой банк перед принятием решения о кредитовании запрашивает информацию в минприроды о проводимой экологической политике на предприятии [6].

В период Мирового финансово-экономического кризиса экологические проблемы в России отошли на второй план. Сократились экологические программы, были отложены проекты и планы ввода новых очистных сооружений. Хозяйствующие субъекты, руководствуясь принципом максимизации прибыли, экономили на «экологизации» своей деятельности. В результате этого экологическая ситуация в стране резко ухудшилась.

Однако в период кризиса государству необходимо было увеличить долю расходов в пакете антикризисных мер на экологическую составляющую. Так поступили: Южная Корея, где «зеленая» составляющая пакета антикризисных мер составила – 80,5 %; Китай – 38 %, Франция – 21 %, США – 12 % [6].

Сегодня необходимо создать условия, при которых субъекты экономики смогут проводить экологически-ориентированные мероприятия. Например, экологически чистое оборудование и очистные сооружения предоставлять на основе лизинга. Данная форма позволяет минимизировать первоначальные денежные вложения, делает доступными новые технологии, открывает возможность ускоренной амортизации природоохранного капитала с отнесением затрат на себестоимость продукции и последующей оптимизацией налогообложения. Лизинг является основной формой экологического кредитования, которое направленно на обеспечение непрерывности воспроизводства и развития ассимиляционного потенциала, биоресурсной продуктивности, природопользования и минимизацию экологических рисков [3]. Также можно использовать схему долгосрочной аренды оборудования, при которой предприятие – загрязнитель платит арендную плату, вместо экономленных платежей за загрязнение, а экологически чистое оборудование остается в собственности поставщика. Данный метод способствует экономической заинтересованности в снижении уровня загрязнения [4].

В целом в России необходимо разработать грамотную и эффективную экологическую политику. Вектор осуществляемых преобразований в эколого-экономической сфере должен быть направлен на переход к «жесткому» или «превентивному» эколого-экономическому механизму, использующему административные и финансово-экономические инструменты принуждения посредством жесткой налоговой политики относительно развития экологически опасных отраслей.

В рамках этого механизма необходимо стимулировать хозяйствующих субъектов, рационально использующих природные ресурсы, применяющих экологические инновации и осуществляющих природоохранные мероприятия. Необходимо формирование эффективных финансовых инструментов, обеспечивающих восстановление и охрану окружающей среды. Экологическая политика должна быть модернизирована следующим образом.

Для реализации экологической политики необходимо объединить усилия государства, общества и реального сектора экономики.



Рис. 2. Модернизация экологической политики в России

### Список литературы:

1. Бобылев С.Н. Экологизация экономического развития. – М.: Изд-во МГУ, 1993. – С. 75-76.
2. Захаров В. Природа и люди как национальный капитал // Стратегия России. – 2007. – № 5.
3. Крупина Н.Н. Финансово-кредитные факторы экологизации экономики // Финансы и кредит. – 13.05.06. – С. 74.
4. Федоров Б.С. Экоиндустрия – чистое дыхание экономики // Российская газета. – 2009. – № 73.
5. Экология, охрана природы, экологическая безопасность: учебное пособие для системы профессиональной переподготовки и повышения квалификации госслужащих и специалистов промышленных предприятий и организаций / Под общей ред. проф. А.Т. Никитина, проф. МНЭПУ С.А. Степанова. – М.: Изд-во МНЭПУ, 2000.
6. Экономить на природе себе дороже // Российская газета. – 2009. – № 112.

## ТЕОРИЯ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ И ПОТРЕБНОСТИ ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

© Будович Ю.И.\*

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

Традиционная теория рыночного равновесия, составляющая обязательный элемент современного курса микроэкономики, уже давно не отвечает потребностям практики управления (разумеется, с учетом тех ограничений, которые накладывает на применение данной теории для решения практических вопросов ее абстрактный характер). Достаточно сказать, что теория рыночного равновесия является теорией поведения исключительно таких рыночных явлений, как цена товара и объем продаж отрасли, так как результат воздействия на отрасль рыночных сил представляется в ней в виде изменения положения точки пересечения кривых рыночного спроса и рыночного предложения в плоскости с соответствующими координатами. Между тем, практику управления интересует влияние отраслевых факторов и мер на разнообразные характеристики процессов функционирования отраслей, например, на состав и структуру работников, состав и структуру производственных фондов. Причиной данного недостатка традиционной теории рыночного равновесия является математизация экономической теории (в данном случае – использование для формирования теории абстрактно-математического метода в графической форме).

Существенным недостатком традиционной теории рыночного равновесия является то, она является общей теорией отрасли, которая состоит из хозяйств, функционирующих исключительно на рыночной основе. Между тем, в состав отраслей входят и хозяйства соответствующей отраслевой направленности, деятельность которых финансируется за счет обязательных налогов и взносов (организации сектора госучреждений), добровольных взносов и пожертвований (некоммерческие организации, обслуживающие домашние хозяйства), а также домохозяйства, выпускающие продукты данной отрасли для собственного потребления. В зависимости от отрасли доля хозяйств, не относящихся к рыночным, может варьировать и достигать значительных размеров. О том, что теория рыночного равновесия является теорией отрасли, состоящей исключительно из хозяйств, работающих на рыночной основе, говорит такая координата плоскости, по которой движется точка-результат функционирования отрасли, как цена, а также формы кривых рыночного спроса и предложения. Форма кривой спроса отражает поведение спроса на продукты рыночных хозяйств, а форма кривой предложения – поведение самих рыночных хозяйств (увеличение выпуска при росте це-

---

\* Заместитель заведующего кафедрой, доцент кафедры «Микроэкономика», кандидат экономических наук, доцент.

ны). Таким образом, теория рыночного равновесия является несовершенным инструментом отраслевого анализа и по той причине, что не учитывает наличия в составе отраслей нерыночных хозяйств (передающих продукты потребителям бесплатно или по ценам ниже себестоимости). Причиной данного недостатка также является математизация экономической теории, вследствие которой в качестве предпосылок теорий используются только те предпосылки, которые принимают удобную для последующих выводов математическую форму (в данном случае – законы спроса и предложения, выраженные в виде кривых с отрицательным и положительным наклонами соответственно).

Существенным недостатком традиционной теории рыночного равновесия является устаревшая с точки зрения современной практики управления концепция факторов функционирования отрасли. При прогнозировании поведения отраслей необходимо учитывать, что современные фирмы реагируют на отклонения в поведении объектов их внешней среды весьма отдаленных порядков (порядок – номер в цепи передачи влияния от объекта внешней среды к фирме). Так, фирмы, выпускающие потребительские товары, могут запланировать увеличение выпуска в ответ на действия правительства, направленные на ограничение импорта потребительских товаров, т.е. на действия объекта внешней среды фирмы 4-го порядка в цепи «правительство (4) – фирмы-импортеры (3) – магазины (2) – оптовые фирмы, закупающие отечественные товары народного потребления (1) – фирма (0)». Между тем, представленные в концепции факторов функционирования отрасли факторы по большей части представляют собой отклонения в поведении объектов внешней среды фирм 1-го порядка (поставщики, кредиторы, правительственные органы, выпускающие решения, обязательные для исполнения фирмами, покупатели и др.). Отклонения в поведении именно этих объектов соответствуют таким факторам рыночного предложения, как изменения технологий, которые могут быть использованы в отрасли, цен на ресурсы, налогов и дотаций, цен на другие товары, которые могут производиться фирмами отрасли. Более приближенная к современной практике управления фирмами концепция факторов представлена лишь в части факторов, действующих со стороны спроса покупателей товаров фирм отрасли. Ими выступают отклонения в поведении объектов внешней среды фирм отрасли, вызывающие изменения спроса покупателей (имеются в виду физические лица). Эти объекты (организации, выплачивающие доходы населению, продавцы других товаров, приобретаемых населением) являются объектами внешней среды фирм 2-го порядка. Отклонения в их поведении соответствуют таким факторам рыночного спроса, как изменения доходов потребителей, цен на другие товары, приобретаемые потребителями, прежде всего, цен на товары-субституты и товары-комплименты, моды.

Сведение факторов к отклонениям в деятельности объектов внешней среды ближайших порядков не позволяет рассматривать в качестве факто-

ров отклонения в функционировании неэкономических сфер национальной и зарубежной жизни (неожиданные результаты выборов, открытия фундаментальной науки, изменения в культурной и религиозной жизни и т.д.).

Существенным недостатком концепции факторов функционирования отрасли является то, что в ней выделяются далеко не все факторы даже 1-го и 2-го порядков, на которые реагируют современные фирмы. Так, в современных условиях важнейшими факторами поведения фирм становятся факторы стихийного порядка (природные и техногенные катастрофы, террористические акты и др.). Однако такие факторы в современных учебниках и учебных пособиях по экономической теории (микроэкономике), как правило, не выделяются. В качестве редчайшего исключения можно привести работу английского экономиста-теоретика Дж. Харвея «Современная экономическая теория», в которой выделена такая группа факторов рыночного предложения, как изменения природных факторов. Как пишет Дж. Харвей, «к этой категории относятся, например, бури, наводнения, засуха, сельскохозяйственные вредители, а также разнообразные чрезвычайные обстоятельства (*abnormal circumstances*), например, война, пожар, политические перевороты» [3, с. 61].

Далее, традиционная концепция факторов охватывает далеко не все улучшения, на которые реагируют фирмы. В традиционной концепции эта группа факторов сводится к изменениям в производственных технологиях. Между тем, в нее включаются и такие факторы, как появление новых форм организации производства и управления, появление более эффективных технологий управления, появление более эффективных средств и предметов труда, используемых как в производстве, так и в управлении.

Существенным недостатком концепции факторов функционирования отрасли в традиционной теории рыночного равновесия является то, что выделяемые в ней факторы поведения фирм не привязаны к объектам внешней среды, которые их производят. Например, такой фактор, как изменение доходов населения, не связывается с учреждениями, выплачивающими доходы населению (учреждения и фирмы, органы, выплачивающие пособия, организации, управляющие средствами населения, и др.). В связи с этим пользователям теории рыночного равновесия приходится самим устанавливать соответствующие объекты внешней среды фирм отрасли, без чего невозможно организовать наблюдение за внешней средой в целях своевременного выявления факторов для прогнозирования поведения отраслей (рынков). В рассматриваемом отношении концепция факторов функционирования фирм в экономической теории сильно отстала даже от страдающей серьезными недостатками концепции факторов, представленной в таких дисциплинах, как менеджмент и маркетинг. В последней четко выделены объекты внешней среды фирм 1-го порядка (поставщики, покупатели, обслуживающие банки, акционеры, кредиторы, правительственные органы, решения которых обязательны для исполнения фирмой, и др.), указываются такие

объекты внешней среды фирм 2-го порядка, как конкуренты, розничные торговые фирмы (если фирма-производитель непосредственно реализует товары оптовым торговым фирмам), такие объекты 3-го порядка, как потребители товаров фирмы, производящей потребительские товары (если они непосредственно реализуются фирмой-производителем оптовым предприятиям).

Признаком неадекватности концепции факторов функционирования отрасли и теории рыночного равновесия в целом выступает отсутствие общего определения факторов функционирования отрасли, которые фактически являются факторами функционирования фирм. Такая ситуация сама по себе является недопустимой в условиях, когда экономическая теория позиционирует себя в качестве методологической и теоретической основы других экономических наук. Разработка важнейшей категории экономики – факторов функционирования фирмы – фактически отдается на самостоятельное исполнение каждой из нуждающихся в ней экономических наук. Понятно, что при таком отношении экономической теории к своим «обязанностям» мы никогда не получим единого экономического знания.

Автором настоящей статьи в ряде публикаций была обоснована необходимость нормативного подхода к трактовке факторов функционирования фирм – фирма должна непосредственно реагировать на те явления внутренней и внешней среды их деятельности, которые отстоят во времени от моментов их возможного влияния на деятельность фирмы так далеко, чтобы фирма имела возможность разработать и принять наиболее эффективные ответные меры. Отсюда, факторы деятельности фирмы (и любого экономического объекта) – явления во внешней и внутренней среде фирмы, на которые она (ее органы управления) должна непосредственно реагировать, чтобы обеспечить свое максимально эффективное функционирование. Ими являются первоначальные отклонения в работе объектов внешней среды фирмы 1-го порядка (фирм-покупателей, фирм-поставщиков, кредиторов и т.д.), которые могут оказать влияние на ее деятельность (возникновение намерений задержать оплату счета фирмы, задержать изготовление заказа фирмы, отказаться от пролонгации кредита и т.д.). Если данные отклонения недостаточно отстоят во времени от соответствующих воздействий объектов внешней среды на деятельность фирмы, то в качестве факторов должны рассматриваться отклонения в работе объектов внешней среды 2-го порядка, и т.д. Факторами также являются первоначальные отклонения в работе самой фирмы, не связанные с изменениями во внешней среде, например, первоначальные отклонения в ходе исполнения дневного задания рабочим-станочником, вызванные его недостаточной квалификацией (а не срыв дневного задания, выявляемый в конце смены). Данная группа факторов фирмы может быть названа факторами-изменениями условий. Еще одну группу факторов образуют такие явления, как появление на фирме или в ее внешней среде улучшений, которые могут быть использованы в ее деятельности. Эти факторы могут быть названы факторами-улучшениями.

Признаком неадекватности концепции факторов функционирования отрасли в экономической теории является отсутствие классификации факторов. Выше в общем определении факторов (по признаку их характера) были выделены такие два типа факторов функционирования фирмы, как факторы-изменения условий, и факторы-появления улучшений. Все факторы деятельности фирмы по признаку места их возникновения могут быть разделены на внешние (возникающие в деятельности объектов внешней среды) и внутренние (возникающие на фирме). Все факторы могут быть разделены на положительные и отрицательные. Все факторы деятельности фирмы могут быть разделены на социальные и природные. И т.д. Классификация факторов деятельности фирмы является основой для классификации факторов функционирования отрасли.

Для преодоления соответствующих недостатков теория рыночного равновесия в экономической теории должна формироваться не традиционным путем – на основе абстрактного метода и в условиях изоляции от институтов, связанных с практикой управления – а путем обобщения теорий поведения отраслей, разрабатываемых отраслевыми экономистами (экономикой автомобилестроения, экономикой строительства, экономикой сельского хозяйства), с использованием теорий поведения отраслевых предприятий, разрабатываемых в соответствующих экономических науках (экономика и организация предприятий машиностроения, экономика строительных фирм и т.д.).

#### **Список литературы:**

1. Будович Ю.И. Взаимодействие экономической теории с другими экономическими науками и повышение эффективности экономико-теоретического исследования. – М.: Красная звезда, 2009.
2. Лебедев К.Н. Системный подход и методология менеджмента. – М.: Красная звезда, 2008.
2. Харвей Дж. Современная экономическая теория: пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

## **МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ И НАЦИОНАЛИЗАЦИИ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ В РОССИИ И МИРЕ**

**© Грибова Е.В.\***

Московский государственный университет экономики,  
статистики и информатики (МЭСИ), г. Москва

В статье освещаются вопросы становления банковской системы России с момента отмены крепостного права до настоящего времени. На-

---

\* Студент. Научный руководитель: Назарова Е.В. доцент, кандидат экономических наук.

учной новизной работы является вычленение достоинств и недостатков коммерциализации и национализации банковских систем. Статья знаменит с мировой практикой этой актуальной тенденции.

После отмены крепостного права банковская система получила активное развитие, был создан Государственный банк, возникли общества взаимного кредита. До Октябрьской революции кредитная система России состояла из четырех уровней: центральный банк, система коммерческих и земельных банков, страховые компании и ряд специализированных институтов. В 1917 году произошла национализация банковских кредитных учреждений, в результате которой сложилась система, основанная на следующих принципах:

- государственная монополия на банковское дело,
- слияние всех бывших частных банков и Госбанка в единый общегосударственный банк РСФСР,
- сосредоточение в банках всего денежного оборота страны.

В 30-е годы произошла реорганизация кредитной системы, следствием которой стали ее чрезмерное укрепление и централизация. Остался лишь один уровень, включавший Госбанк, Строительный банк, Банк для внешней торговли. Понятие кредитной системы было заменено банковской, находившейся в полном политическом и административном подчинении у правительства, прежде всего у министерства финансов. Вместо разветвленной кредитной системы остались три банка и сберкасса.

Существующие недостатки банковской системы до реформы 1987 г. привели к необходимости реорганизации, которая носила прежний административный характер. Монополию трех банков сменила монополия нескольких. Банки продолжали базироваться на прежней единой форме собственности – государственной; не существовало выбора кредитного источника; продолжалось распределение кредитных ресурсов между клиентами по вертикали; не были созданы денежный рынок; произошло увеличение издержек на содержание банковского аппарата; возникла «банковская война» за разделение текущих и ссудных счетов; реорганизация не затронула деятельность страховых учреждений. Позитивными моментами этой реорганизации стали упорядочение безналичных расчетов и сужение специализации банковской деятельности.

На первом этапе банковской реформы в России произошло разукрупнение Государственного банка СССР и реорганизация его деятельности. В июле 1987 г. была создана новая система банков. Госбанк СССР был провозглашен главным банком. Идея децентрализации банковской системы получила свою реализацию на практике. Вместо трех в стране стали работать шесть банков государственного типа, впервые было разрешено создание самостоятельных коммерческих кредитных учреждений. Однако пре-

образования в банковской сфере не привели к радикальному усилению экономических методов влияния на экономику.

Государственный бюджет страны в 1988-1990 гг. был сведен с большим дефицитом. Все это неизбежно вызвало инфляцию, а значит, девальвацию ссудного фонда и снижение эффективности его использования, что усугубляло и без того сложное положение банков. Проведенная коммерциализация имела следующие позитивные стороны:

- подрыв централизма в управлении банковской сферой;
- ликвидация монопольного права государства на создание банковских структур;
- новые формы обслуживания клиентов: факторинг, лизинг;
- улучшение кредитного механизма.

Было принято решение о создании в России двухуровневой банковской системы, на верхнем уровне которой находится ЦБ, а на втором – широкая сеть коммерческих банков. В декабре 1990 года банки были объявлены экономически самостоятельными учреждениями, не несущими ответственности по обязательствам государства. Банк России стал органом денежно-кредитного регулирования, объема и структуры денежной массы в обращении. Важнейшей особенностью данного периода банковской реформы стала дальнейшая децентрализация банковской системы. В течение 1991-1992 гг. под руководством Банка России в стране на основе коммерциализации филиалов спецбанков была создана широкая сеть коммерческих банков. В интересах упразднения монополизма в банковской сфере в это время проводилась политика по сдерживанию создания чрезмерно крупных банковских структур – банков-гигантов. Внутри России значительная часть региональных банков стали автономными. И тем не менее капиталы самых крупных шести банковских гигантов г. Москвы были почти в 1,4 раза больше капитала других банков, входящих в число 50 крупных банков бывшего Союза. Несмотря на нехватку опыта и знаний, незначительную автоматизацию и нерентабельность клиентуры коммерциализация имела следующие плюсы:

- перевод деятельности банков на законодательную основу;
- работа на собственных и привлеченных кредитах;
- изменения в рыночных структурах, сопутствующих бизнесу;
- функционирование бирж.

Процесс коммерциализации банковской системы продолжался, хотя в скрытой форме многие из банков продолжали оставаться государственными. По мере акционирования экономических агентов банки все более приобретали акционерные черты. Этот процесс оживился к концу 1991 года, когда ряд банков объявил о выпуске своих акций.

Новое продолжение реформа банковской системы получила в результате распада Советского Союза и образования СНГ. Госбанк прекратил свое существование, эмиссионное дело перешло к ЦБ РСФСР. Хотя моно-

полия государства на банковское дело была ликвидирована, она сохранилась в системах ЦБ, Сберегательного банка, Внешторгбанка, Промстройбанка и других, где признак государственности с позиции собственности на банковский капитал являлся основополагающим.

Мировая банковская история не знает аналога тому, что произошло в России. За кратчайший с точки зрения истории срок (6 лет) возникло более 2500 самостоятельных банков [1]. В США для создания 1000 банков потребовалось около 80 лет. Неблагоприятные для развития коммерческих банков условия 1995-1997 гг. (спад производства в реальном секторе экономики, инфляция, рост убыточности предприятий, участившиеся факты невозврата кредитов и др.) ставили деятельность банков на грань предельного риска. Финансовый кризис 1998 года нанес серьезный удар по устойчивости банковской системы. За август-декабрь капиталы банков сократились на 30 %. От девальвации рубля пострадали буквально все банки. Из 1473 действующих банков лишь 70 % считались финансово стабильными и были способны работать без государственной поддержки, а 30 % являлись неплатежеспособными и не могли самостоятельно выйти из кризиса. К концу 1999 г. острая фаза кризиса была преодолена. С того времени развитие системы коммерческих банков на новой базе позволило:

- ослабить монополизм в банковском деле;
- зародить конкуренцию;
- явилось первым шагом к организации денежного рынка.

Коммерческие банки без помощи других стали:

- устанавливать % ставки по привлекаемым средствам и кредитам;
- работать рентабельно;
- различаться огромным разнообразием способов ведения дела.

Коммерциализация банковской системы резко понижает опасность её бюрократизации, содействует оперативному решению вопросов, приводит к зависимости денежного оборота от ставки рефинансирования, выпуска ценных бумаг. Коммерческие банки в собственной деятельности ориентируются на необходимость получения возможного дохода. России нужны не только банки с разной формой собственности, но и разные по своей величине. Банки с государственным участием не всегда являются безупречной формой, т.к. на них государство может оказать негативное давление. Задача состоит не в том, чтобы государство полностью ушло с банковского рынка, а в том, чтобы усилить наблюдение надзорных органов за организацией внутреннего контроля за рисками в крупных банках. Период активных слияний и поглощений мелких банков остался в 2007 году. В 2008 для национализации были все предпосылки. Формировалась банковская система с явным доминированием государственных финансовых институтов и небольшим количеством частных банков, которые успели построить сильную сеть, хотя бы на региональном уровне.

Формальная процедура объединения банков остается достаточно сложной. Однако мотивация к укрупнению очевидна: эффект масштаба увеличивает возможности банка по привлечению финансирования и клиентов, позволяет быстро осваивать новые рынки. Сокращение количества мелких банков происходит несколько лет и имеет объективные причины. Уходят наиболее слабые организации, занимавшиеся не столько бизнесом, сколько обслуживанием специфических расчетных операций.

Политику укрупнения банковского сектора государство будет поддерживать и законодательно. Планируемое увеличение минимального значения капитала до 180 млн. рублей к 2012 году приведет к сокращению общего количества банков. Основными причинами укрупнения игроков:

- увеличение капитала банков за счет средств акционеров (в т.ч. иностранных), и наращивание доли рынка с помощью агрессивной политики, спонсируемой этим капиталом;
- приобретение более мелких банков крупными с дальнейшим переводом клиентов либо включением купленной кредитной организации в холдинг;
- первичное размещение акций, которое до недавнего времени являлось неплохим источником капитала.

На сегодняшний день президент РФ Дмитрий Медведев говорит, что национализации не будет, но оставляет такое право на свое усмотрение. Согласно ст. 235 ГК РФ национализация проводится в рамках принятого федерального закона. Но т.к. такого закона в настоящее время не существует, национализация в России проводиться не может. Некоторые банки России пойдут навстречу национализации, усматривая свой шанс спасения и скупки своих активов более крепкими конкурентами. Но полная или частичная, она будет касаться крупных банков, формирующих и / или вносящих крупный вклад в отечественную экономику. В феврале 2009 года премьер-министр В. Путин объявил об очередных мерах по поддержанию банковской системы. Выделенная на эти цели сумма так значительна, что в результате помощи доля государства в капитале ведущих банков страны достигла 75-80 %. Это и можно считать фактической национализацией банковской системы.

Одной из функций государства является обеспечение финансовой стабильности, что не может быть достигнуто без надёжного функционирования системообразующих банков, имеющих доверие населения по сохранности их вкладов. Власти многих стран продолжают вкладывать деньги в банковский сектор, пытаясь предотвратить дальнейшее замедление национальной экономики и крах крупнейших банков. Несмотря на принимаемые меры, банковские системы большинства стран до сих пор отчаянно нуждаются в капитале. И помочь банкам могут лишь власти. Количество банков, контролируемых государством, растет день ото дня.

Маловероятно, что американские власти примут решение национализировать все банки страны. Но, несмотря на принимаемые меры, банковская система США до сих пор отчаянно нуждается в поддержке со стороны государства. В случае национализации даже одного из крупнейших банков – активы Федеральной резервной системы США сразу вырастут вдвое. Государства Бенилюкса объявили, что выкупят по 49 % бизнеса банка «Fortis» в каждой из этих трёх стран. В Германии с апреля 2009 года начал действовать закон, разрешающий отчуждать в пользу государства акции банков, которые пострадали в результате кризиса. Принять такой закон заставила трудная ситуация, сложившаяся с находящимся на грани банкротства мюнхенским ипотечным банком «Нуро Real Estate» (HRE). Масштаб проблемы в Германии, который привел к вступлению в силу закона о национализации, гораздо больше, чем в России, так как HRE является системообразующим учреждением для германской банковской системы и его крах может вызвать катастрофические последствия для всей экономики государства. Банки Британии самостоятельно выявили желание правительству о своей национализации. Власти намерены ограничиться исключительно оказанием помощи и не имеют планов полной национализации банковской системы. Крупнейший банк Латвии отошел в собственность правительства еще в 2008 году за символическую стоимость – 2 лата в обмен на 51 % акций. Все в мире свыклись с неизбежностью национализации, но дискуссия по поводу роли государства во время кризиса идет во всех странах. Главный вопрос даже не о вхождении государства в финансовый сектор, а каким образом оно будет выходить из него.

#### **Список литературы:**

1. Федеральная Служба Государственной Статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru).
2. Иголина Л.Л. Инвестиции: уч. пособие / Под ред. В.А. Слепова. – М.: Экономика, 2005. – 478 с.

## **К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ГРАНИЦ МОНОПОЛЬНЫХ РЫНКОВ В РОССИИ**

**© Калентьева Н.А.\***

Самарский государственный экономический университет, г. Самара

Исследование тенденций монополизации современной экономики не возможно без определения границ монопольных рынков. В статье рас-

---

\* Аспирант кафедры Теоретической экономики и международных экономических отношений.

крыты особенности определения продуктовых и географических границ отдельных рынков в России. Показано влияние инновационных и глобализационных процессов на расширение границ товарных рынков. На этой основе предложена авторская классификация монопольных рынков.

В современной рыночной экономике процессы монополизации пронизывают все сферы и стадии воспроизводственного процесса.

Определение степени монополизации и исследование конкурентной среды на том или ином российском рынке опирается на институт «доминирующего положения хозяйствующих субъектов на рынке».

При этом при изучении степени монополизации рынка акцент делается не только на субъекте господства, но и на том, где именно проявляется такое доминирование. Аналогичный подход присущ и законодательству иностранных государств.

При этом в российском законодательстве под товарным рынком понимается сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

Определение продуктовых и географических границ монопольных рынков является важными этапами анализа состояния конкуренции на товарном рынке.

Продуктовые границы рынка устанавливают объект изучения – товар или товарную группу. Продуктовые границы рынка могут оставаться неизменными на протяжении достаточно длительного периода времени, а могут быть подверженными динамическим сдвигам.

Например, в целях анализа конкурентно-монопольной среды в РФ мазут, авиакеросин и автомобильное топливо рассматриваются как отдельные продуктовые рынки, в силу различий их назначения. Рынок автомобильного топлива и сжиженного углеводородного газа, используемого в качестве газомоторного топлива, также рассматриваются как товары, не являющиеся взаимозаменяемыми в виду различий в технических характеристиках и издержках.

Исследование конкурентно-монопольной среды на оптовом рынке нефти и нефтепродуктов России выявило: четыре вертикально-интегрированные нефтяные компании – ОАО «Газпром нефть», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «НК «ЛУКОЙЛ» и ОАО «ТНК – ВР Холдинг» – занимают на оптовых рынках мазута, авиакеросина и бензинов автомобильных в РФ суммарно доли, превышающие 70 % [1]. Доли каждого из указанных хозяйствующих субъектов на каждом из перечисленных рынков составляет более

8 % и превышает доли других хозяйствующих субъектов на соответствующих рынках. В течение длительного периода доли указанных субъектов подвержены малозначительным изменениям, доступ на рынки РФ новых конкурентов затруднен, а каждый из рассматриваемых нефтепродуктов не может быть заменен другим товаром при потреблении. Следовательно, имеет место монополизация рынка.

Повышению конкурентности на оптовом рынке нефти и нефтепродуктов, на наш взгляд, может способствовать привлечение инвесторов к финансированию передовых технологических разработок. К примеру, представители НИИ Атомных реакторов России предложили технологию ТИРУС, предназначенную для разработки так называемой «тяжелой» нефти (вязкая сернистая нефть и битуминозные породы). Такая технология примерно дешевле импортных, мировые аналоги отсутствуют. Ее внедрение будет способствовать формированию так называемой «второй нефтепромышленности», которая сможет усилить конкуренцию на соответствующих рынках, что будет способствовать снижению отрицательных эффектов монополии. И здесь важно перенять успешный опыт западных стран (в том числе и США) – с целью привлечения инвесторов государству необходимо создать условия, демонстрирующие эффективность подобных вложений (формирование благоприятного налогового режима, предоставление льготных кредитных продуктов и др.).

Итак, из-за достаточно низкой инновационной активности «сырьевого бизнеса» страны в сфере поиска, финансирования и внедрения технологических новинок мы наблюдаем относительную устойчивость продуктовых границ оптового рынка нефти и нефтепродуктов, и устойчивое доминирование отдельных субъектов на данных рынках.

Иная ситуация складывается, к примеру, на рынке услуг предоставления доступа к сети Интернет.

В условиях глобализации и либерализации экономик всех стран, а также на пути движения к постиндустриальному обществу, характеризующегося повышением значимости качества и доступности информации, происходит быстрое изменение структуры рынков, что способствует инновационному развитию экономики.

Анализ продуктовых границ позволяет выделить несколько товарных ниш на рынке доступа к сети Интернет, а именно: проводной, беспроводной доступ, доступ с использованием существующих абонентских линий, с организацией собственных абонентских линий.

Подобное разграничение позволяет отнести рынок доступа к сети Интернет к рынку с технологической конкуренцией. Из сегмента, где присутствуют значительные барьеры (коммутируемый доступ, ШПД с организацией по DSL), операторы связи переходят к оказанию услуг с использованием иных технологий, которые для определенного круга пользователей могут являться взаимозаменяемыми по цене.

Полагаем, что с развитием технологий, снижением стоимости организации и предоставления услуг доступа к сети Интернет, повышением распространения различных видов доступа (в том числе повышения доступности ресурсов, обеспечения недискриминационного доступа к инфраструктуре) услуги доступа к сети Интернет различными способами (проводной, беспроводной, с использованием абонентских линий, с организацией собственных абонентских линий) будут являться взаимозаменяемыми. Соответственно, продуктовые границы рынка для организации услуг доступа к Интернет значительно расширятся за счет появления взаимозаменяемых товаров. Следовательно, товарный рынок в перспективе может стать умеренно- или низкоконтцентрированным за счет технологической взаимозаменяемости товаров.

Таким образом, инновационное развитие российской экономики не только обеспечивает поступательное развитие страны, но и создает предпосылки для формирования здоровой конкурентно-монопольной среды путем сдвигов продуктовых границ рынков (это особенно актуально в отношении «сырьевых» отраслей, характеризующихся высоким уровнем доминирования отдельных хозяйствующих субъектов).

В целях исследования процесса монополизации границы рынка определяются также и по географическому признаку.

Исследование географических границ товарных рынков в России позволяет провести классификацию монопольных рынков и рынков с ограниченной конкуренцией. Традиционно выделяют локальные и федеральные рынки.

В большинстве случаев возникновение локальных рынков обусловлено свойствами товара, территориальной удаленностью рынков (возможность перемещения товара между территориями, сохранность потребительских свойств при транспортировке, величина транспортных расходов), ценовой политикой и другими факторами.

Рассмотрим причины формирования локальных сегментов на рынке электрической энергии и мощности.

Основными свойствами электроэнергии, как товара, являются: неэластичность спроса по цене; невозможность адресной поставки от производителя к конкретному потребителю; наличие технологических и инфраструктурных ограничений при поставке; невозможность хранения. Продукция стандартизирована, взаимозаменяемые товары отсутствуют.

Практически во всех регионах энергосбытовые компании действуют в географических границах соответствующего субъекта РФ. Зона деятельности иных энергосбытовых компаний определяется по границе балансовой принадлежности электрических сетей сетевой организации, к сетям которой присоединены потребители. В результате, в пределах одного субъекта РФ формируются несколько высококонтцентрированных локальных рынков (в основном в границах муниципальных образований).

Большинство потребителей электроэнергии в настоящее время ввиду отсутствия технической возможности не имеют возможности выбрать энергосбытовую компанию. Это приводит к формированию «локальных» рынков купли-продажи электрической энергии, географические границы которых определяются протяженностью сетей, принадлежащих сетевой организации, у которой заключен договор на передачу электроэнергии с соответствующей энергосбытовой компанией (такая энергосбытовая компания занимает на таком «локальном» рынке 100 %-ую долю).

Итак, ситуация на рынке электроэнергии показывает, что вследствие ненасыщенности рынка отдельные предприятия в регионах невольно оказываются в положении монополистов.

Аналогичные тенденции наблюдаются и среди предприятий, которые занимаются переработкой сельскохозяйственной продукции, торговлей и бытовым обслуживанием в малонаселенных пунктах.

Рынок железобетонных изделий (в виду транспортных ограничений), рынок похоронных услуг (в силу временных ограничений оказываемых услуг, а также зачастую в силу институциональных барьеров: большая часть хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на данных рынках и занимающих в своих географических границах долю более 35%, имеют государственную или муниципальную форму собственности) представляют собой локальные рынки с неразвитой конкуренцией.

Предприятия жилищно-коммунального хозяйства – также локальные монополии. Здесь действуют административные ограничения, выражающиеся в предоставлении льгот отдельным хозяйствующим субъектам: выделение помещений в аренду, создание барьеров новым организациям в заключении необходимых договоров, инициирование проверок новых организаций контролирующими органами и др.

При исследовании локальных монопольных рынков актуальной важным моментом становится вопрос о расширении границ указанных рынков до федерального уровня. В качестве примера проанализируем ситуацию в российской строительной отрасли.

На начало 2009 г. в РФ действовало 155 036 строительных организаций, из них – 150317 частные [2]. Относительно большое количество субъектов данного рынка в границах РФ позволяет говорить об отсутствии компаний, занимающих монопольные позиции.

Однако, как показывает, практика строительные рынки во многих регионах монополизированы. Это связано с необходимостью получения компаниями большого количества различного рода разрешений и согласований. Конкурентоспособна та компания, у которой есть доступ к «административному ресурсу». Поэтому нередко контролирует строительство в том или ином регионе ограниченный круг компаний, которые тесно связаны с местной администрацией. Т.е. в данном случае факторы, способствующие ограничению конкуренции, приводят к сужению границ рынка до локальных.

Наряду с локальными монопольными рынками действуют и федеральные – это узкоспециализированные производства. Специфика их заключается в том, что они сознательно создавались государством в ходе проведения политики по усилению концентрации и специализации производства, прикрепления поставщиков к потребителям. Примерами федеральных монопольных рынков являются железнодорожные перевозки, производство минеральных удобрений, сахара, черных, цветных металлов.

При этом следует отметить, что в практике анализа и оценки состояния конкурентно-монопольной среды на товарных рынках в России избыточное значение придается административно-территориальному делению и границам юрисдикций при установлении географических границ рынка товара. В частности, установление географических границ товарных рынков в границах РФ сопоставимых рынков при отсутствии на территории РФ сопоставимого товарного рынка.

Особенностью современной монополизации является ее межнациональный характер, усиление роли транснациональных корпораций, особенно – межотраслевых. Необходимо учитывать специфику большинства современных товарных рынков как глобальных, выходящих за пределы государственных границ и подверженных воздействию хозяйствующих субъектов, осуществляющих свою деятельность за пределами РФ.

В различных сферах мировой экономики отмечается тенденция к укрупнению и глобализации производства. Эта тенденция особенно наглядно прослеживается в алюминиевой промышленности.

В алюминиевом секторе российской экономики наблюдается высокий уровень консолидации. С 2007 г. РФ – родина крупнейшей алюминиевой компании в мире – Объединенной компании «РУСАЛ», образованной путем слияния крупнейших российских компаний и глиноземных активов швейцарской Glencore).

Рассмотрение границ алюминиевого рынка в пределах РФ позволяет говорить о формировании монопольной структуры. Сторонники данной точки зрения сходятся во мнении, что в России полностью отсутствует конкурентная среда на рынке алюминиевого сырья, что мешает дальнейшему развитию отрасли в целом.

Подобное сужение границ рынка алюминия считаем неправомерным: алюминий, выйдя на международный уровень, становится интернациональным металлом.

«РУСАЛ» – лидер, но не монополист мировой алюминиевой отрасли. На долю компании приходится около 11 % мирового производства алюминия и 13% глинозема. Объединенной компании принадлежат 14 алюминиевых заводов, 10 предприятий по производству глинозема, 4 предприятия по добыче бокситов, 3 фольгопрокатных завода [3]. Российский монополист владеет горнодобывающими предприятиями и боксито-глиноземными и алюминиевыми заводами в Гвинее, Гайане, Нигерии и на Ямайке.

Ему принадлежат активы предприятий в Китае, Италии и Австралии. РУСАЛ присутствует в 19 странах мира [4].

Итак, «РУСАЛ», являясь единственным отечественным производителем первичного алюминия, а также алюминиевой фольги, по сути дела есть абсолютный монополист на российском алюминиевом рынке. Однако на международном рынке занимаемая российским гигантом доля не позволяет говорить о доминирующем положении.

Итак, в современной экономике наряду с локальными и федеральными происходит формирование глобальных монопольных рынков, т.е. глобализация раздвигает границы монополизации.

В настоящее время факторами формирования границ рынков выступают инновационная активность хозяйствующих субъектов, ускорение научно-технического прогресса и глобализационные процессы, приводящие к расширению границ монопольных рынков и как следствие способствующие формированию здоровой конкурентной среды.

#### **Список литературы:**

1. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – М., 2010. – Режим доступа: [www3.fas.gov.ru/about/list-of-reports/list-of-reports\\_30017.html](http://www3.fas.gov.ru/about/list-of-reports/list-of-reports_30017.html).
2. Российский статистический ежегодник. 2009 [Текст]: Стат.сб. / Росстат. – М., 2009. – 795 с.
3. Евпланов А. Металл к взлету готов. Ситуация на мировых рынках благоприятствует производителям алюминия [Текст] / А. Евпланов // «Российская Бизнес-газета». – 2 ноября 2010. – № 774 (41).
4. РУСАЛ подводит итоги производственной деятельности компании в 2009 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.aluminiumleader.com/serious/news/2010/02/22/Rusalresults220210](http://www.aluminiumleader.com/serious/news/2010/02/22/Rusalresults220210).

## **РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ АПК В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ**

**© Кулагина Н.А.\***

Брянский государственный технический университет, г. Брянск

В статье рассматривается роль АПК в экономике России; раскрыта цель обеспечения продовольственной безопасности и условия ее дос-

---

\* Доцент кафедры Экономики, организации производства, управления, кандидат экономических наук, доцент.

тижения, представлена цель и основные элементы системы обеспечения экономической безопасности АПК; охарактеризована роль государства в обеспечении экономической безопасности АПК.

Агропромышленный комплекс РФ является самым крупным и сложным народнохозяйственным формированием экономики страны и представляет собой совокупность отраслей, включающих производство, заготовку, хранение, транспортировку, переработку и реализацию продукции сельского хозяйства, а также пищевую промышленность, сопутствующие производства и сферы деятельности, обеспечивающие их современной техникой, оборудованием, информационными и другими ресурсами. Таким образом, АПК является составной частью экономики России, где производится жизненно важная для общества продукция, сосредоточен огромный экономический потенциал и развитие которого оказывает непосредственное влияние на экономическую безопасность страны.

Продовольственная безопасность – это такое состояние экономики, при котором независимо от конъюнктуры мировых рынков гарантируется стабильное обеспечение населения продовольствием в количестве, соответствующем научно обоснованным параметрам (предложение), с одной стороны, и создаются условия для поддержания потребления на уровне медицинских норм (спрос) – с другой стороны.

Главная цель обеспечения продовольственной безопасности – гарантированное и устойчивое снабжение перерабатывающих предприятий сырьем, а населения – продовольствием, не подверженное влиянию внешних и внутренних неблагоприятных воздействий.

Важнейшие условия достижения продовольственной безопасности:

1. потенциальная физическая доступность продуктов питания для каждого человека, т.е. наличие их и предложение в достаточном количестве;
2. экономическая возможность приобретения продовольствия всеми социальными группами населения, в том числе и малоимущими (платежеспособность потребительского спроса);
3. потребление продуктов высокого качества в количестве, достаточном для рационального питания.

Для решения данной проблемы Президент России Д.Медведев утвердил Доктрину продовольственной безопасности России, в которой сказано о ведущей роли агропромышленного комплекса и в частности сельского хозяйства.

В качестве основных задач решения проблемы продовольственной безопасности в Доктрине указаны:

- своевременное прогнозирование, выявление и предотвращение внутренних и внешних угроз продбезопасности;
- минимизация их негативных последствий за счет постоянной готовности системы обеспечения граждан пищевыми продуктами.

В документе так же обобщены угрозы для продовольственной безопасности, среди которых следует отметить:

- макроэкономические риски, обусловленные снижением инвестиционной привлекательности отечественного реального сектора экономики и конкурентоспособности отечественной продукции;
- зависимость важнейших сфер экономики от внешнеэкономической конъюнктуры.

Оценка производства валовой продукции в Российской Федерации на основе данных Минсельхоза России позволяет отметить резкий спад за 1991-1998 гг. (около 44 %), постепенный подъем с 1999 г по 2008 гг. (около 40 %), то есть наметились определенные положительные тенденции в агропродовольственной сфере России (рис. 1).

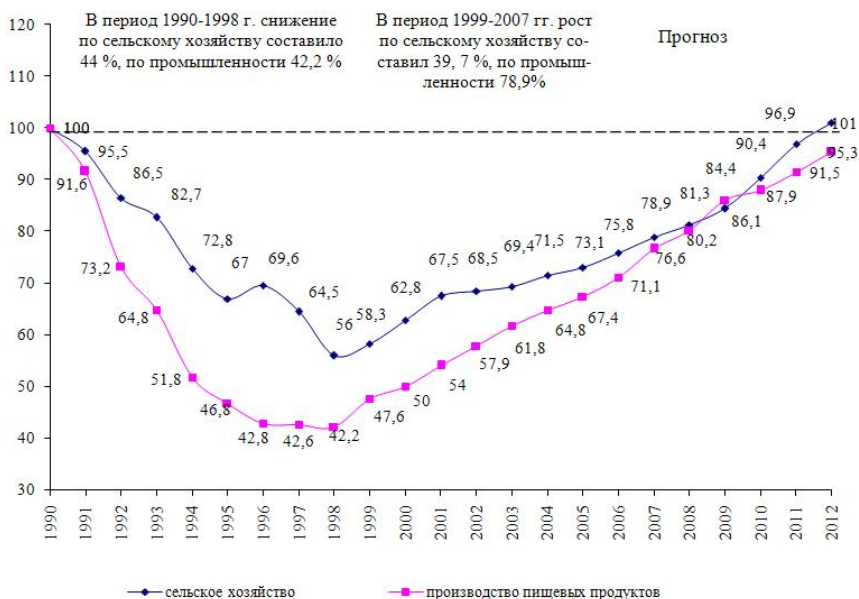


Рис. 1. Индекс производства валовой продукции сельского хозяйства и производства пищевых продуктов в Российской Федерации (в сопоставимых ценах, в % к 1990 г.)

Положительные тенденции наблюдались и в пищевой и перерабатывающей промышленности, производство пищевых продуктов при спаде за 1990-1998 гг. 42,2 %, за 1999-2008 гг. имело темпы прироста 78,9 %.

Продовольственная безопасность может быть обеспечена только за счет улучшения нынешнего положения в системе АПК, которой характеризуется суженным воспроизводством, то есть полученного дохода от сво-

ей деятельности недостаточно для покрытия всей совокупности затрат. Так же связи с диспаритетом цен, низким уровнем инновационной и инвестиционной активности, с высоким уровнем износа основных средств, применением устаревших технологий, дефицитом кадров и т.д., современный уровень развития АПК не может конкурировать с западными товаропроизводителями, что приводит к возрастанию доли импортных продуктов питания в продовольственной корзине россиянина (рис. 2).

Кризисное состояние российского АПК предопределяет переход проблем обеспечения экономической безопасности из теоретически дискуссионной в практическую плоскость, что вызывает необходимость разработки четкой стратегии обеспечения экономической безопасности АПК.

Следует отметить, что главной целью экономической безопасности АПК должно быть обеспечение такого уровня развития производственно-экономических отношений в системе «снабжение → производство → переработка → сбыт продукции», при котором создались бы приемлемые условия для жизни и развития личности, социально-экономической и военно-политической стабильности общества.

Так же необходимо выделить составные элементы системы обеспечения экономической безопасности АПК:

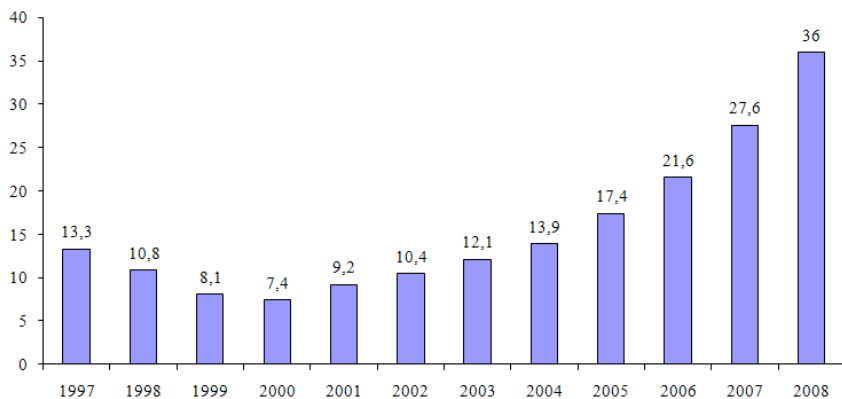


Рис. 2. Импорт продовольствия и сельскохозяйственного сырья России (данные Минсельхоза России), млрд. долл.

В целях обеспечения продовольственной безопасности следует осуществлять мониторинг угроз для обеспечения экономической безопасности АПК на всех уровнях развития экономики: федеральном, региональном, уровне местного самоуправления, на уровне домашних хозяйств. С этой целью необходимо разработать инструментарий анализа, который должен учесть особенности каждой из сфер АПК, с детальным описанием пороговых значений совокупности показателей. Так, например, для сферы

пищевой промышленности в качестве таковых показателей могут быть использованы: уровень загрузки производственной мощности в целом и при обеспечении полной окупаемости затрат, критический уровень цены, средний радиус доставки сырья, объем сырья, необходимый для переработки единицы продукции и т.д.

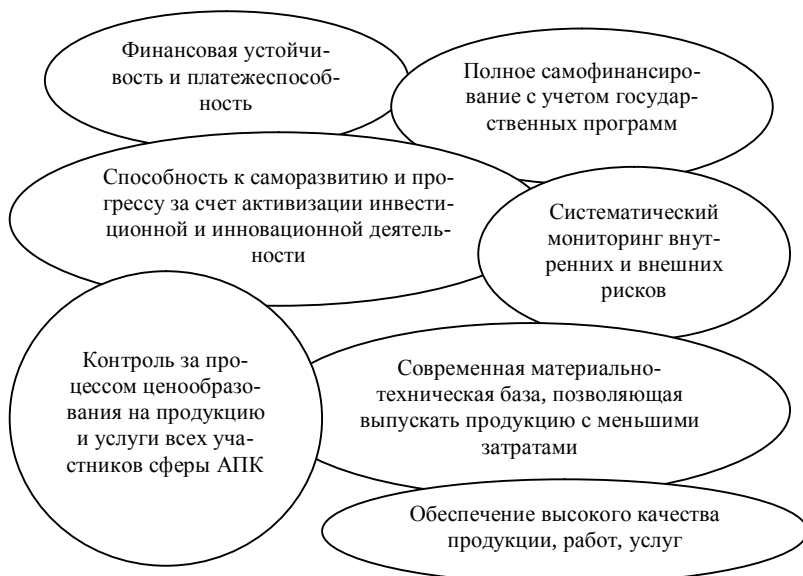


Рис. 1. Элементы системы экономической безопасности АПК

В тоже время особое место в системе обеспечения экономической безопасности АПК должно занять государство, которое через разработку государственных целевых программ реализует аграрную политику. Только, государственная поддержка на наш взгляд, позволит сфере АПК обеспечить расширенное воспроизводство и обеспечить растущие потребности населения страны в качественных продуктах питания.

Одной из форм поддержки может выступать система бюджетного субсидирования сельскохозяйственного производства, направленного на компенсацию части нормативных затрат не только реализованной, но и всей произведенной валовой продукции для его расширенного воспроизводства с целью обеспечения населения страны продовольствием собственного производства.

В свете развития национального проекта «Развитие АПК» и чтобы агропромышленный комплекс страны начал динамично развиваться, а продовольственное обеспечение населения России продуктами питания достигло должного уровня, необходима целенаправленная политика оздоров-

ления деятельности всех продуктовых подкомплексов: молочно продуктового, мясного, зернового, свеклосахарного и т.д., начиная от производителя заканчивая потребителем конечной продукции.

Функции государства при обеспечении экономической безопасности АПК в системе продовольственной безопасности должны сводиться к регулированию процессов продовольственного обеспечения, в том числе созданию условий для развития рыночного механизма хозяйствования, контролю за использованием ресурсов в сельском хозяйстве, поддержке и защите экономических интересов сельских производителей; противодействию теневой экономике, экономической преступности и коррупции в агропродовольственной сфере, созданию запасов продовольствия на случай чрезвычайных ситуаций.

## **ЭВОЛЮЦИЯ ОРГАНИЦИЗМА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКЕ**

**© Лебедев К.Н.\***

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

Организмизм – использование для изучения объектов исследования свойств организмов и методов их исследования. Проблема использования в экономическом исследовании свойств организмов, т.е. организмических аналогий, состоит в том, что свойства организмов не исчерпывают всех свойств экономических объектов и их проявлений. Как писал основатель австрийской школы политической экономии К. Менгер в книге «Исследования о методах социальных наук и политической экономии в особенности» (1883 г.), «во-первых, лишь некоторая часть социальных явлений обнаруживает аналогию с естественными организмами... Во-вторых, аналогия между социальными явлениями и естественными организмами, даже там, где о таковой, согласно сказанному, и может быть речь, не бывает полной, объемлющей все стороны существа известных явлений...» [3, с. 390]. В связи с этим аналогии с организмами могут принести пользу лишь на ранних этапах исследования экономических объектов или на ранних этапах их развития. За этими пределами организмические аналогии могут способствовать неверным объяснениям, приписыванию объектам несуществующих свойств и выработке неадекватных мер экономической политики. Но если свойства организмов могут принести пользу в экономическом исследовании, то методы изучения организмов не могут быть использованы для решения аналогичных вопросов в экономике. По мнению К. Менгера, «метод соци-

---

\* Доцент кафедры «Микроэкономика», кандидат экономических наук, доцент.

альных наук и политической экономии в частности не может быть вообще физиологическим или анатомическим; даже там, где речь идет о социологических проблемах, имеющих некоторое внешнее сходство с проблемами физиологии и анатомии, он (метод) не может быть просто заимствованным из физиологии или анатомии, но непременно лишь социологическим в самом строгом смысле этого слова» [3, с. 394]. Применение в экономике методов исследования организмов чревато неверными объяснениями и выработкой неверных мер экономической политики.

В эволюции органицизма в экономическом исследовании можно выделить два качественно различных этапа: 1-й этап охватывает период от возникновения экономической науки до появления системного подхода (в середине XX в.); 2-й этап охватывает период от возникновения системного подхода до настоящего времени.

1-й этап характеризуется стихийным применением свойств организмов к объектам экономического исследования, тем, что основанием для применения аналогий выступало их сходство с организмами в ряде существенных признаков, открытым применением в исследовании свойств организмов, отсутствием целенаправленного применения к экономическим объектам методов биологического исследования, наконец, значительными успехами органицизма, что объясняется его применением на ранних стадиях развития экономической науки и самих экономических объектов.

Аналогии с организмами сыграли важную роль в развитии политической экономии. Значительные результаты от их применения получили физиократы. Применив к экономике страны такой признак, как организация (внутренняя упорядоченность, взаимодействие между элементами объекта в силу внутренних законов), они пришли к выводу, что экономика функционирует в силу внутренних причин и что регламентация со стороны государства ей не нужна. Система кровообращения в человеческом организме послужила основателю школы физиократов Ф. Кенэ прообразом «экономической таблицы» – первой макроэкономической модели, изображающей кругооборот продуктов и доходов в экономике. Аналогии с системой кровообращения навели физиократов на мысль, что производство является главной сферой общественного воспроизводства. Организмические аналогии, применявшиеся в рамках органической школы в социологии (целостность, прогрессивная дифференциация, интеграция и др.), возникшей в конце XIX в., способствовали более глубокой разработке ряда экономических проблем, в частности, проблемы разделения труда.

Вместе с тем, роль аналогий в развитии политической экономии нельзя преувеличивать. Как было сказано выше, аналогии с организмами не охватывают всех сторон экономических объектов и их проявлений. Поэтому аналогии с организмами никак не могли помочь А. Смиту в выводе главной посылки экономики – экономического принципа. Многие свойст-

ва экономических объектов, даже имеющие аналогии в мире организмов, были открыты без использования аналогий. Так, закон разделения труда в отдельном производстве был открыт А. Смитом без использования признака организмов «дифференциация», аналогом которого в экономике выступает разделение труда. Спорным является вопрос, была ли создана теория общественного развития К. Маркса, в соответствии с которой одни общественно-исторические формации сменяются другими, каждая новая историческая формация представляет собой более прогрессивную ступень по сравнению с предыдущей, на основе организмических аналогий (например, свойства «эволюция») или нет.

В конце XIX – начале XX в. организмические аналогии широко использовались в зарождающихся науках об управлении фирмой, однако, главным образом, в качестве средства пропаганды передовых идей, пользу от которого отмечал еще К. Менгер. Часто употребляли организмические аналогии ученые в области управления, с деятельностью которых связываются целые этапы формирования менеджмента-науки, а именно, Г. Эмерсон и А. Файоль.

2-й этап развития органицизма в экономическом исследовании характеризуется применением свойств организмов в рамках организмических моделей, т.е. целенаправленным применением целых рядов свойств, тем, что основанием для их применения выступает сходство в главном признаке с соответствующей моделью (этот признак выносится в ее название), завуалированным характером органицизма, целенаправленным применением к экономическим объектам методов изучения организмов, наконец, незначительными успехами, которые были получены лишь на начальном его этапе (в науках об экономическом управлении в связи с господством в них механистической трактовки экономических явлений).

Рассматриваемый этап развития органицизма в экономическом исследовании связан с появлением системного подхода Л. Берталанфи. Системный подход Л. Берталанфи представляет собой направление методологии, выступившее реакцией на некоторые недостатки биологического исследования (применение к объектам исследования модели механизма, изучение частей объекта или его поведения под воздействием отдельных факторов в ущерб изучению целого или изучению поведения объекта под влиянием комплекса факторов), которые, как казалось его основателям, имеют междисциплинарный характер. Системный подход состоит в применении к объектам исследования свойств организмов (целостность<sup>1</sup>, наличие комплекса элементов, взаимодействие между элементами, открытость<sup>2</sup>, наличие постоянной структуры, организация, централизация<sup>3</sup>, дифференциация

<sup>1</sup> Наличие у объекта свойств, не присущих его элементам в их разобщенности.

<sup>2</sup> Непрерывный обмен объектов с внешней средой веществом, энергией, информацией.

<sup>3</sup> Усиление роли в функционировании объекта одного из его элементов.

ция<sup>1</sup>, целенаправленность, телеология<sup>2</sup>, наличие памяти<sup>3</sup>, эквифинальность<sup>4</sup>, спонтанная активность<sup>5</sup>, адаптация, развитие<sup>6</sup>, интеграция<sup>7</sup>, регулирование на основе обратной связи и др.) в виде свойств системы, открытой и кибернетической систем и в использовании для изучения объектов ряда методов исследования организмов (внешнее наблюдение, индукция, основанная на его данных, эксперимент, математический метод как источник окончательных выводов, и др.).

Системный подход является не только наиболее развитой формой организцизма (по признаку числа применяемых свойств организмов), но и его завуалированной формой. В системном подходе признаки организмов применяются в виде свойств моделей, названия которых являются биологически нейтральными (в варианте системного подхода Л. Берталанфи – система, открытая и кибернетическая системы).

Системный подход является агрессивной формой организцизма. Подведя под теорию открытых систем основу в виде пересмотренного 2-го начала термодинамики, Л. Берталанфи сформировал «научную» основу для применения организмических моделей в виде сходства с ними в главном признаке – основанием для применения модели открытой системы является наличие у объекта исследования лишь признака «открытость». Открытие этой «научной» основы для применения организмических моделей послужило стимулом для разработки на основе системного подхода Л. Берталанфи моделей конкретных объектов. Одной из таких моделей стала организмическая теория фирмы, разработанная Р. Джонсоном, Ф. Кастом и Д. Розенцвейгом в работе «Системы и руководство» (1962 г.), до сих пор выступающая основой теории управления фирмами (менеджмента).

Под влиянием контрпримеров организмической теории экономических объектов (было установлено, что разделение труда на фирме не всегда приводило к росту производительности на фирмах даже в условиях ручного труда, что отсутствие цели у фирмы – обычная практика, что для социальных систем характерно свойство, обратное интеграции, и т.д.) в системном подходе стали формироваться модели иных типов сложных систем (адаптивная, целеустремленная, самоорганизующаяся и т.д.). В последние десятилетия будущее системного подхода связывают с такими подходами,

---

<sup>1</sup> Возникновение у объектов специализированных частей и развитие объектов по пути перехода от простых состояний к состояниям высокой сложности согласно внутренним законам их организации. Пример прогрессивной дифференциации: процесс превращения клеток зародыша в специализированные клетки тканей и органов по мере развития организма.

<sup>2</sup> Зависимость поведения объекта от заранее известных целей.

<sup>3</sup> Зависимость поведения объекта от его предшествующей истории.

<sup>4</sup> Способность достигать определенных состояний вне зависимости от исходных условий.

<sup>5</sup> Обусловленность движений объектов не внешними стимулами, а внутренней потребностью.

<sup>6</sup> Рождение, рост, смерть.

<sup>7</sup> Усиление взаимосвязи и взаимозависимости частей объекта.

как синергетика (главная идея – нелинейность развития) и коэволюция (главная идея – сопряженная эволюция частей объекта). Проблема современного системного подхода состоит в том, что он продолжает оставаться набором организмических аналогий, несмотря на то, что, например, синергетика возникла как генерализация свойств объектов неживой природы. Дело в том, что в системном подходе заслуживающая внимания теоретическая модель должна характеризоваться всеобщностью, а тестом на всеобщность обязательно является наличие ее свойств у организмов.

Организмизм в экономическом исследовании давно исчерпал свой потенциал и уже многие десятилетия выступает одним из главных факторов «застоя» в экономической науке и практике. Приведем лишь один пример. Во многом под влиянием сравнения денег в экономике с кровью, рассматриваемой в качестве главной жидкости организма, в экономической теории основные макроэкономические показатели (ВВП, национальный доход, трансферты, расходы на конечное потребление, сбережение и др.) трактуются как показатели денежных потоков. Вот как характеризует компоненты совокупного спроса (элементы ВВП, рассчитываемого методом конечного использования) автор весьма популярного в нашей стране западного учебника «Принципы макроэкономики» (2004 г.) Н.Г. Мэнкью: «Потребление представляет собой расходы домохозяйств на товары и услуги, например, оплата семейством Смитов завтрака в ресторане. Инвестиции – это расходы на приобретение оборудования, недвижимости, как в случае со строительством нового завода корпорацией General Motors. К ним также относятся затраты на приобретение нового жилья, которые формально представляют собой расходы домохозяйств, но по своей сути являются инвестициями. Государственные закупки включают расходы органов государственной власти всех уровней на приобретение необходимых им товаров и услуг (например, закупка Военно-морским ведомством новой подводной лодки). Чистый экспорт представляет собой разность между суммами выручки, полученной от продажи отечественной продукции на внешнем рынке (экспорт), и закупками иностранных товаров (импорт)» [4, с. 238]. Между тем, все показатели национальных счетов от счета производства до счета капитала включительно, выступающие основными макроэкономическими показателями, являются показателями движения материальных благ, а не денег. Как можно давать советы по управлению экономикой страны, не имея верного представления о содержании показателей, разрабатываемых в государственной статистике?

Искоренению организмизма в экономике препятствует не только его «скрытый» характер (организмы «скрываются» под названиями систем) и агрессивность, но и утрата в экономической науке специфической методологии экономического исследования. Организмизм в экономическом исследовании должна заменить методология исследования собственно экономических объектов.

**Список литературы:**

1. Джонсон Р., Каст Ф., Розенцвейг Д. Системы и руководство: пер. с англ. – М.: Советское радио, 1971.
2. Лебедев К.Н. Системный подход и методология менеджмента. – М.: Красная звезда, 2008.
3. Менгер К. Избранные работы. – М.: Территория будущего, 2005.
4. Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики: Пер. с англ. – СПб., 2004.

## **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОРПОРАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ**

**© Макушева С.В.\***

Самарский государственный экономический университет, г. Самара

В статье приведены теоретические основы и экономическая сущность корпораций. В современных условиях одним из ключевых факторов развития экономики выступают инновации, поэтому была исследована деятельность российских корпораций (ТНК) в области инноваций и рассмотрены возможности компаний в этой области.

Российская экономическая наука переживает период практического осмысления практически всех значимых концепций ведущих отечественных и зарубежных экономических школ. Причем ввиду преобладания последних в большинстве современных подходов используется метод включения в аналитические и теоретические построения именно положений парадигм западной экономической мысли.

И поскольку они были положены в основу мер по реформированию экономики, то в настоящем наблюдается, по нашему мнению, процесс соединения критики методов апробации в российской действительности западного экономического знания.

Одна из активно обсуждаемых в настоящее время проблем – оценка процессов корпоративного развития.

Объективные оценки роли корпорации в организации экономики на отраслевом, межотраслевом, региональном и народно-хозяйственном уровнях, помимо того, что могут стимулировать постановку новых проблем, поиск подходов к корпорации как объекту научных исследований, не могут не содержать интерпретацию существующего научного знания экономической сути данного явления.

Термин «корпорация» (буквально от позднее лат. corporatio – объединение) – понятие неоднозначное. И не только в словарном определении (общество, союз, группа лиц, объединяемая общностью профессиональ-

---

\* Аспирант кафедры Теоретической экономики и международных экономических отношений.

ных или сословных интересов, может быть и предпринимательская организация в форме акционерного общества). Оно не универсально, различается для разных систем права, кроме того, различия в определении данного понятия проявляются в зависимости от тех признаков (основополагающих позиций), которые имеют в виду разные исследователи.

В экономической науке термин корпорация употребляется и как синоним понятия «компания» (такой подход широко используется в американской экономико-правовой системе), и в значении хозяйствующего субъекта, капитал которого образован долевым участием нескольких лиц (юридических и / или физических); как интегрированная структура, особым образом упорядочивающая имущественные отношения участников при совместном ведении бизнеса; или как надфирменное образование (оформленное организационно как концерн, холдинг, группа компаний, бизнес-альянс и др.), концентрирующее права собственности и контроля над деятельностью многих предприятий, имеющих поэтому ограниченную самостоятельность. Иное понятие корпорации как юридического лица.

Выделим основные классификационные признаки, которые, по нашему мнению, позволяют раскрыть сущность понятия «корпорация».

Таблица 1

### Систематизация подходов в определении понятия «корпорация»

| №  | Подход к определению понятия «корпорация»                                                                                                                                   | Авторы, использующие данный подход                                                                                                                                                                                      |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | корпорация как юридическое лицо (объединение физических и юридических лиц или капиталов);                                                                                   | Джозл Бакан [1], Винслав Ю. [2], Батлер У.Э., Гаши-Батлер М.Е. [3], Эскиндаров М.А. [4], Кашанина Т.В. [5], Сонькин Н.Б. [6], Фельдман А.Б. [7], Дубровский В.Ж., Романова О.А., Татаркин А.И., Ткаченко И.Н. [8] и др. |
| 2. | корпорация как синоним акционерного общества;                                                                                                                               | Акимов М., Мешеряков Е. [9], Кларко Р. [10], Авдашева С.В., Розанова Н.М. [11], Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Горбунов В.И. [12], Нуреев Р.М. [13], Мильнер Б.З. [14], Храброва И.Ю. [15], Фельдман А.Б. [7]           |
| 3. | корпорация как искусственное образование;                                                                                                                                   | Платонова Н.О. [16]                                                                                                                                                                                                     |
| 4. | корпорация на основе договорной теории (теории контрактов);                                                                                                                 | Соломон Л., Палмитер А. [17]                                                                                                                                                                                            |
| 5. | корпорация на основе широкого подхода к целям деловой организации;                                                                                                          | Розенберг Д.М. [18], Грошев В.А. [19], Коваленко Б.Б. [20]                                                                                                                                                              |
| 6. | корпорация как особая разновидность акционерных обществ, характеризующаяся транснациональным характером деятельности, большими размерами, доминирующим положением на рынке. | Страхова Л.П., Бартенев А.Е. [21],                                                                                                                                                                                      |
| 7. | корпорация как объединение нескольких юридических лиц (метакорпорация), не обладающая статусом юридического лица.                                                           | Паппэ Я.Ш. [22], Драчева Е.Л., Либман А.М. [23], Сонькин Н.Б. [24], Масленченков Ю.С., Тронин Ю.Н. [25], Новицкий Е. [26]                                                                                               |
| 8. | корпорация как объединение людей достаточно крупного масштаба                                                                                                               | Ларионова И.К., Пилипенко Н.Н., Щербакова В.Н. [27]                                                                                                                                                                     |

Все выделенные признаки в известной степени распространенные.

Так, взгляд на корпорацию как на синоним акционерного общества представляется нам весьма интересным с точки зрения экономических мотивов и определения целей деятельности корпорации, ведь акционерное общество – основная форма организации бизнеса в развитых экономиках. Поэтому считаем правомерной ту точку зрения, которую высказывает И.А. Храброва: именно акционерные общества в отечественной экономико-правовой системе по своей сути с меньшими условностями идентифицируются с корпорациями в мировой хозяйственной и правовой практике [15]. В рамках данного подхода многие исследователи обращают внимание на то, что предметом корпоративного анализа и регулирования являются организационно-управленческие отношения [2, 15, 28, 30, 31, 32], интересы различных групп участников корпорации. Итак, согласно их мнению, основным видом корпорации является акционерное общество [28], при этом акционеров (инвесторов) привлекают основополагающие его характеристики: самостоятельность как юридического лица, ограниченная ответственность индивидуальных инвесторов, возможность передачи другим лицам акций, принадлежащих индивидуальным инвесторам, централизованное управление [7, 28, 33].

Понятие корпорации как юридического лица подразумевает общее название для многих видов союзов, обладающих внутренней организацией, сплачивающей членов союза в одно целое, являющихся субъектом прав и обязанностей. В рамках данного подхода корпорация рассматривается как организация, имеющая самостоятельный юридический статус и сосредоточение функций управления в руках профессиональных управляющих (менеджеров), работающих по найму. Кроме того, корпорации воспринимаются как совокупности имеющих свои интересы юридических лиц.

Наряду с другими подходами существует также взгляд на корпорацию как на искусственное образование, невидимое, неосязаемое и существующее только с точки зрения закона. Такой подход представлен в американском праве.

В соответствии с неоинституциональным подходом и договорной теорией фирмы корпорация рассматривается как формируемая на добровольной основе система связей между участниками корпоративных отношений. Эта система базируется на заключенных между ними контрактах, положениях действующих статуты, обусловленных природой рынка ограничениях и молчаливом соблюдении всеми участниками существующих правил поведения. Корпорация служит правовым инструментом, организующим весь комплекс указанных отношений.

Корпорацию трактуют, опираясь на широкий подход к целям деловой организации. В рамках данного подхода корпорация рассматривается как организация, поставившая перед собой определенные цели и действующую

щая ради общественного блага, таким образом, подчеркивая социальную значимость этого рода организации.

Многоаспектность понятия «корпорация» говорит как о сложности определяемого объекта, так и о его развивающемся содержании. Вместе с тем у любой корпорации как хозяйствующего субъекта есть идентифицирующий признак, воспринимаемый во всем мире. Корпорация – это акционерное общество.

На наш взгляд, методологически более полным представляется следующая интерпретация понятия «корпорация».

Корпорация – это объединение юридических лиц (хозяйствующих субъектов) в организацию, представляющую собой структурированную группу членов-участников, вступающих в согласованные и скоординированные организационно-экономические и управленческие отношения по поводу формирования и использования акционерной собственности для достижения желаемого результата как синергетического эффекта интеграционного взаимодействия. При этом данное определение не ставит знак равенства между акционерным обществом и корпорацией. Во-вторых, обращает внимание на сложный состав участников отношений в организации. В-третьих, подчеркивает значение согласования и координации отношений членов-участников – условий совместной реализации их целей и интересов. В-четвертых, определяет подчинение частных интересов членов-участников общей стратегии поведения, является условием достижения целей корпоративной организации. Отметим, что здесь синергетический эффект надо понимать как само умножение конечного результата функционирования организации – следствие однонаправленности действий участников, которое выступает важнейшим фактором эффективности организации [8].

Провозглашенный императив технологической модернизации страны требует разобраться в том, почему Россия вытесняется на периферию мирового технологического развития, несмотря на свой высокий научный потенциал и серьезные вложения в науку. Для перелома этой тенденции нужны институциональные изменения, которые можно определить исходя из понимания роли крупных корпораций (бизнеса) и государства в обеспечении технологического развития страны.

Первоначально для развития инновационной экономики активно создавались госкорпорации [34]:

«Агентство по страхованию вкладов», 2004 (финансовые гарантии); ОАО «Объединенная авиастроительная компания», 2006 (инновации, производство); «Ростехнологии», 2007 (инновации); «Роснано», 2007 (инновации); «Росатом», 2007 (производство); «Фонд содействия реформированию ЖКХ», 2007 (реформы отрасли); «Банк развития и внешнеэкономической деятельности», 2007 (финансовый механизм); «Олимпстрой», 2007 (проектное инвестирование); ОАО «Объединенная судостроительная корпорация», 2007 (инновации, производство).

Госкорпорации, на данный момент, широко распространены в России, однако в долгосрочной перспективе, можно предположить, что популярность их снизится и наибольшее распространение получают корпорации рыночного типа, ТНК, имеющие не только отраслевую, но и межотраслевую направленность.

Так можно утверждать, что именно крупные корпорации смогут активно повлиять на инновационное развитие российской экономики.

Проанализируем деятельность российских корпораций в области инноваций. Рассмотрим деятельность ТНК, так их можно отнести к наивысшей форме развития корпорации.

В нашей стране, по большому счету, имеется не более двух десятков компаний, которые отвечают статусу ТНК. К таким компаниям относятся следующие: Газпром, ЛУКОЙЛ, ГМК «Норильский никель», Мечел, Северсталь, Вимм-Билль-Данн, Вымпелком, ТНК-ВР, АЛРОСА, Аэрофлот, Мегафон, МТС, Ростелеком.

ЮНКТАД, в своем исследовании [35] представляет 100 ТНК стран с переходной экономикой по размеру зарубежных активов (табл. 2).

Таблица 2

**Российские ТНК в рейтинге 100 стран с переходной экономикой по размеру зарубежных активов (млн. долл.) [35]**

| Место | ТНК               | Область деятельности | Активы     |       | Число работающих |        |
|-------|-------------------|----------------------|------------|-------|------------------|--------|
|       |                   |                      | Зарубежные | Всего | За рубежом       | Всего  |
| 8     | ЛУКОЙЛ            | Нефть                | 21515      | 71461 | 23000            | 152500 |
| 23    | Евраз             | Металл               | 11196      | 19448 | 29480            | 134000 |
| 32    | Северсталь        | Металл               | 8066       | 22480 | 12662            | 96695  |
| 50    | АФК Система       | Телекоммуникации     | 5698       | 29159 | 11000            | 80000  |
| 64    | Норильский никель | Цветмет              | 4389       | 20823 | 4000             | 88100  |
| 74    | Вымпелком         | Телекоммуникации     | 3726       | 15725 | 10233            | 38403  |
| 81    | Мечел             | Чермет               | 2911       | 12010 | 8244             | 83670  |
| 94    | ТМК               | металл               | 2361       | 7071  | 4101             | 48494  |

Комментируя данные этой таблицы, отметим, что, конечно, по ключевым показателям, российские ТНК отстают от зарубежных, даже от многих стран с переходной экономикой. Например, если для сравнения взять также нефтяную компанию – Petrobras из Бразилии, занимающую 16 место в мире среди всех ТНК, то у нее такие показатели – активов всего 125695 млн. долл., зарубежных – 15075 млн. долл., а у China National Petroleum Corporation из Китая 27 место, а активов всего 264016 млн. долл., а зарубежных – 9409 млн. долл. [35]. Естественно, что крупнейшие нефтяные ТНК мира имеют гораздо большие возможности вкладывания средств в НИОКР, чем российские ТНК.

Теперь обратимся к результатам исследования зарубежных специалистов по ТНК относительно перспектив развития связей с различными стра-

нами и регионами мира. В данном контексте нас интересует оценка возможностей на российском направлении.

ЮНКТАД провела опрос среди 300 ТНК [35]. Иностранные ТНК считают, что наиболее привлекательными странами для осуществления ПИИ являются в настоящее время Китай, Индия, США и четвертой страной названа Россия. По мнению представителей ТНК, в настоящее время все большее внимание уделяется отдельным странам развивающегося мира и в этот перечень включена и Россия. Безусловно, основным потребителем ПИИ в мире останутся США, а также Великобритания и Германия. Помимо Китая, Индии и России, благоприятные условия появляются в Южной Корее, Бразилии.

К наиболее притягательным секторам экономики России, относятся следующие. ТНК развитых стран мира будут вкладывать средства в развитие пищевой промышленности, топливно-энергетического и сырьевого комплекса. Далее идут отрасли, производящие готовую продукцию – черная и цветная металлургия, телекоммуникации, химическая промышленность.

Российские промышленные корпорации сегодня постепенно осознают, что в ближайшее время, в условиях усиления конкуренции, можно ожидать и борьбы, как за ученых, так и за талантливых студентов. В научных центрах крупнейших компаний создаются отделы, которые занимаются поисками талантливых выпускников вузов и перспективных идей. Такие центры, например, уже создали ТНК, «ЛУКОЙл», «Норильский никель». ОАО «Газпром» раздает многочисленные заказы научным коллективам и НИИ. Правда, корпорации предпочитают инвестировать в краткосрочные проекты, которые могут окупиться за два-три года.

Тем не менее, российские компании, которые вплотную занялись прикладными исследованиями, уверены, что поддерживать образование и фундаментальную науку, способные принести результат лишь через пять, десять, а то и двадцать лет, должно государство. Но мировой опыт говорит, об обратном. На переднем крае науки работают лаборатории Lucent Technologies (Bell Labs), IBM, Sun Microsystems, Intel. Нефтяные компании США «сбрасываются» на финансирование фундаментальных исследований, полезных для всей отрасли. Например, в научных центрах Shell проводятся не только прикладные, но и сугубо теоретические исследования.

Теперь рассмотрим, как крупные российские ТНК оценивают свои планы по транснационализации своей деятельности, инновационную составляющую.

В ЛУКОЙле считают, что инновации – это и новые способы ведения хозяйственной деятельности, призванные повысить ее эффективность. В их основе могут лежать не только новые технологии, но и новые типы управленческих решений. И то, и другое является неотъемлемой частью современной нефтегазовой отрасли.

Во-первых, это передовые технологии управления. На сегодня в структуру Группы ЛУКОЙЛ входит около 300 организаций в 26 странах мира общей численностью более 152 тысяч человек [36]. Координация их работы осуществляется с помощью интегрированной системы управления, в основу которой положены самые современные программные продукты. Стратегические цели Группы были определены на 10 лет вперед. Плановые производственные и финансовые показатели ЛУКОЙла и его дочерних обществ также расписаны вплоть до 2014 года. Инвестиционная программа компании представляет собой перечень отдельных проектов с четкими сроками окупаемости. Создан прецедент вывода на рынок крупных сервисных подразделений, которые сегодня успешно конкурируют с западными компаниями в сфере буровых и строительных услуг.

Второй тип инноваций, как полагает руководитель ЛУКОЙла, это новые способы разведки и разработки месторождений углеводородного сырья. В ЛУКОЙле функционирует один из лучших в мире центров визуализации, позволяющих создавать трехмерные модели нефтегазовых месторождений. Использование таких моделей снижает затраты на бурение и повышает его экологическую безопасность. Это особенно важно при разработке морских месторождений.

ЛУКОЙл активно использовал трехмерную модель при освоении Кравцовского месторождения на шельфе Балтийского моря. Этот проект компания считает своим большим достижением и считает его чисто инновационным.

Освоение Кравцовского месторождения осуществляется при помощи первой и пока единственной комплексной стационарной платформы, спроектированной и построенной российскими подрядными организациями. Все скважины на месторождении имеют горизонтальные стволы и «интеллектуальные» окончания, что позволяет увеличить их дебит в 3-4 раза. Опыт, полученный на Балтике, ЛУКОЙл планирует использовать в реализации других более сложных проектов.

Третий тип инноваций, по характеристике ЛУКОЙла – это производство готовой продукции с улучшенными экологическими характеристиками. В 2004 году в Перми был введен в эксплуатацию уникальный комплекс глубокой переработки нефти, позволяющий производить дизельное топливо в соответствии со стандартом ЕВРО-3 и Евро-4. Это первый подобный комплекс в России и седьмой – в мире. Была разработана программа реконструкции и обновления основных фондов и технологий Пермского НПЗ. Основными задачами программы являются увеличение глубины переработки нефти, а также достижение качества продукции по спецификациям Евро-3 в 2009 году и Евро-4 в 2012 [36].

Внедрение инноваций требует больших капиталовложений, но впоследствии дает ощутимый экономический эффект. Создание Центра визуализа-

ции стоило ЛУКОЙлу 12 млн. долларов. Инвестиции в обустройство Кравцовского месторождения составили около 260 млн. долларов, в обустройство месторождения имени Юрия Корчагина – около 700 миллионов долларов. Доведение качества выпускаемых компанией нефтепродуктов до европейского уровня потребует инвестиций в размере 1,5 миллиардов долларов. В 10-летней перспективе сохранение инновационного вектора развития обойдется ЛУКОЙлу более чем в 30 миллиардов долларов.

ЛУКОЙЛ заинтересован в том, чтобы большая часть этих средств досталась российским подрядчикам. Но, пока этому препятствует недостаточно высокое качество отечественного оборудования. В регионах со стандартными геологическими условиями, например, в Западной Сибири, 85 % заказов отдается российским поставщикам. Там, где речь идет о проектах повышенной сложности, например, в Ненецком АО, используются в основном зарубежные технологии и оборудование.

Руководство компании полагает, что выход нужно искать в переходе отечественных производителей на международные стандарты качества, а в отдельных случаях – и в кооперации с зарубежными партнерами, как это сегодня происходит в автомобильной промышленности. Тип экономического развития страны определяется не отраслевой структурой, а наличием или отсутствием механизмов, поощряющих эффективное использование материальных, финансовых и человеческих ресурсов. Отличительные особенности России – ее география, природные ресурсы, интеллектуальный и научно-технический потенциал – сами по себе еще не являются конкурентными преимуществами. Они становятся ими только тогда, когда максимально эффективно используются.

Нефтяная компания ТНК-ВР создала собственные научные центры: «Тюменский нефтяной научный центр» и «Ижевский нефтяной научный центр». Она не пошла на использование существующих в отрасли НИИ. ТНК-ВР считает, что основное отличие корпоративных научных центров от советских НИИ – это закрытость исследований, которыми они занимаются. В нефтяной отрасли жесткая конкуренция, и каждая компания старается хранить информацию в тайне от других. Ведь вся стратегия компании строится на ее ресурсной базе, а последняя формируется именно на основе научных изысканий.

ТНК-ВР считает, что в нынешнем виде НИИ не способны эффективно работать, ибо в последние годы ими никто не занимался, не перевооружал, кадры оттуда перетекали либо в нефтяные компании, либо за рубеж. Компания считает, что практически не осталось институтов, в которых удалось сохранить коллектив и которые научились продавать свои разработки.

В среднем на НИОКР ТНК-ВР тратит около 3 % от объема капитальных инвестиций. Научные проекты, как и программы по добыче и геологии, выносятся на инвестиционный комитет и проходят защиту на целесо-

образность. Проект утверждает правление компании, на исследования выделяются деньги.

ТНК-ВР считает, что задача научных центров компаний – вести мониторинг научных исследований и применять их результаты в своих целях. Хотя бывают случаи, когда нефтяные компании сообщают заказывали исследования математикам, например, при разработке новых технологий в сейсморазведке. Если требуются исследования по специальным разделам науки, ТНК-ВР выгоднее заказать их ученому, который занимается узкой областью, чем держать таких специалистов в штате.

Отметим еще один интересный, на наш взгляд, момент. В принципе в России доминирует линейная инновационная модель – от фундаментальных исследований до прикладных разработок и опытного производства, эффективно работавшая в прежние времена. Ее суть состоит в следующем: фундаментальные исследования  $\Rightarrow$  прикладные исследования  $\Rightarrow$  опытно-конструкторские разработки  $\Rightarrow$  опытное производство  $\Rightarrow$  серийное производство.

На Западе от нее отказались в 80-е гг. Процесс научных исследований сегодня обладает определенной автономией, выходит из магистрального пути создания нововведений, ответственность за который несут, как правило, крупные фирмы. Ключевым звеном инновационного процесса является его наиболее капиталоемкая стадия – опытно-конструкторские разработки, на которую приходится до 75 % вложений. Эта нелинейная, постиндустриальная модель показывает, что равнозначными источниками инновационной идеи является как логика технологического развития, так и потенциальный рынок. В принципе, это свидетельствует о том, что создание инноваций возможно минуя этап научных исследований, когда возникает идея, прорабатывается концепция и затем следует непосредственно разработка. Это несколько не умаляет значимости фундаментальных и прикладных исследований, но к ним обращаются по мере возникновения трудностей на магистральном пути, причем, скорее, в обратном порядке: сначала анализируются результаты прикладных исследований, если они не дают ответ на проблему, тогда проводятся фундаментальные исследования.

Таким образом, на данном этапе развития российской экономики, представляется, что основной силой способной существенно повлиять на инновационное развитие экономики являются крупные корпорации. Развитию инновационной экономики в России объективно ничто не мешает.

### **Список литературы:**

1. Джозел Бакан. Корпорация: патологическая погоня за прибылью (The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power). – М.: «Вильямс», 2007. – С. 288.
2. Винслав Ю. Становление отечественного корпоративного управления: теория, практика, подходы к решению ключевых проблем // Российский экономический журнал. – 2001. – № 2. – С. 16.

3. Батлер У.Э., Гаши-Батлер М.Е. Корпорации и ценные бумаги в России и в США. – М.: Зерцало, 1997.
4. Эскиндаров М.А. Развитие корпоративных отношений в современной российской экономике. – М.: Республика, 1999. – С.224.
5. Кашанина Т.В. Корпоративное право (право хозяйственных товариществ и обществ). – М.:НОРМА-ИНФРАМ, 1999. – С. 57, 153.
6. Сонькин Н.Б. Корпорации: Теоретические и прикладные проблемы. – М.: Московская высшая языковая школа, 1999. – С. 17.
7. Фельдман А.Б. Управление акционерным капиталом. – М.: Финансовая академия при правительстве РФ, 1999. – С. 194.
8. Динамика корпоративного развития / В.Ж. Дубровский, О.А. Романова, А.И. Татаркин, И.Н. Ткаченко. – М.: Наука, 2004. – 502 с. – (Экономическая наука современной России).
9. Акимов М., Мецерыков Е. Воздействие на корпоративные отношения // Журнал для акционеров. – 1999. – № 11. – С. 4.
10. Корпоративное управление. Владельцы, директора, и наемные работники акционерного общества: пер. с англ. – М., 1996. – С. 24-25.
11. Авдашева С.В., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. – М.: Магистр, 1998. – С. 18.
12. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Горбунов В.И. Микроэкономика: в 2 т. Т. 1 – М.: Экономическая школа, 1996. – С. 249.
13. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник для вузов. – 2-е изд., изм. – М.: Издательство НОРМА, 2010. – 576 с.
14. Мильнер Б.З. Теория организации. – М.: ИНФРА-М, 1999. – С. 260.
15. Храброва И.А. Корпоративное управление: вопросы интеграции. Аффилированные лица, организационное проектирование, интеграционная динамика. – М.: Издт. Дом «АЛЬПИНА», 2000. – С. 27.
16. Платонова Н.О. О правовом положении предпринимательской корпорации в США // Хозяйство и право. – 1997. – № 1. – С. 135.
17. Solomon L., Palmiter A. Corporations. Examples and Explanations. – Sec. Ed. – Can., 1994. – P. 6.
18. Бизнес и менеджмент. Терминологический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1997. – С. 105.
19. Грошев В.А. Институциональная экономика: учебное пособие. – СПб: Издательство СПбГУЭФ, 2004.
20. Коваленко Б.Б. Институциональные преобразования – основа формирования и государственного регулирования корпоративных структур. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2004.
21. Страхова Л.П., Бартенев А.Е. Корпоративные образования в современной экономике // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 6. – С. 25.
22. Паппэ Я.Ш. «Олигархи»: Экономическая хроника 1992-2000. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – С. 25.

23. Драчева Е.Л. Либман А.М. Проблемы определения и классификации интегрированных корпоративных структур // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 4.
24. Сонькин Н.Б. Корпорации: Теоретические и прикладные проблемы. – М.: Московская высшая языковая школа, 1999. – С. 17.
25. Масленченков Ю.С. Тронин Ю.Н. Финансово-промышленные корпорации России. – М.: ДеКа, 1999.
26. Новицкий Е. Стратегическое планирование в высокодиверсифицированных корпоративных структурах: в мировой практике и на опыте АФК «Система» // Российский экономический журнал. – 1999. – № 8. – С. 75.
27. Экономическая теория (Политическая экономия): учебник / Под ред. И.К. Ларионова, Н.Н. Пилипенко, В.Н. Щербакова. – 2-е изд. перераб. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – С. 558-559.
28. Корпоративное управление. Владельцы, директора, наемные работники акционерного общества / Пер. с англ. – М., 1996. – С. 24-25.
29. Советский энц. Словарь. – 4-е изд. – М.: Советская энц. 1989. – С. 641.
30. Долгопятова Т.Г. Происходит ли отделение собственности от управления в российских компаниях?// Материалы VII Международной научной конференции «Модернизация экономики и государство», 4-6 апреля 2006 г. – М: ГУВШЭ, 2006.
31. Долгопятова Т.Г., Уварова О.М. Эмпирический анализ организации корпоративного контроля в российских компаниях. – М.: ГУ ВШЭ, 2007.
32. Галадурда Г.С., Коваленко Б.Б. Корпоративное управление; факторы формирования и особенности российской модели. – СПб: СПбЛУЭ, 2008.
33. Долинская В.В. Акционерное право: основные положения и тенденции. – М.: Волтерс Клувер, 2006.
34. Ключай В.В. Теория и практика функционирования государственных корпораций в российской экономике. – М.: «Анкил», 2009. – 216 с.
35. World Investment Report 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.unctad.org](http://www.unctad.org).
36. [www.lukoil.ru](http://www.lukoil.ru).

## ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ НОВОЙ ТЕОРИИ ФИРМЫ

© **Мирясова Г.Ф.\***

Уфимский государственный авиационный технический университет, г. Уфа

В статье рассматривается современное положение в развитии новой теории фирмы, проблемы, возникающие при ее создании, роль и значение адекватной теории предприятия, как для экономической теории, так и для экономики на всех уровнях.

---

\* Соискатель кафедры Экономической теории.

В последние годы все чаще высказывается неудовлетворенность экономической теорией, неспособной, якобы, предложить действенные рецепты для решения насущных экономических проблем. Представители как зарубежной, так и отечественной экономической науки, а также практикующие экономисты полагают, что экономическая теория испытывает серьезный кризис в объяснении событий, происходящих в реальном мире, и в существовании анализа, пригодного для экономической политики [2].

Следует отметить, что сегодняшнее состояние теории фирмы не удовлетворяет ни исследователей, ни практиков.

При этом практически все важные элементы социально-экономической политики государства, формирование и принятие большинства серьезных решений на всех микро-, мезо-, макроэкономическом уровнях, создание нормативно-законодательной базы экономики используют сигналы поведения предприятий в разных ситуациях, т.е. основываются на каком-либо варианте теории фирмы.

Теория предприятия в современной виде отстает от потребностей реальной экономики, т.к. предоставляет экономистам и аналитикам либо принципиально фрагментарные концепции, концентрирующиеся на каком-либо одном, хоть и важном, аспекте деятельности предприятия, либо полнообъемные, но априорные концепции, базирующиеся на учете сознательно ограниченного множества факторов деятельности предприятия (пример – неоклассическая теория фирмы).

Негативные последствия использования таких теорий для оценки деятельности реальных компаний, создания механизмов приватизации или выбора путей реформирования экономики в целом хорошо известны [3-5].

Теория стратегического развития – относительно молодая область экономической науки. В то время, как теория фирмы интенсивно развивается в экономической и социологической науке, по крайней мере, в течение уже почти 100 лет, теория стратегического управления активно развивается, главным образом, с начала 60-х гг. прошлого века. Соответственно «возрасту», различна и степень проработанности и глубины этих теорий. Недостаточно четко проработана и концепция их взаимодействия. При этом, теория фирмы (соответствующим образом развитая), должна стать основой и для теории стратегического управления, и для выработки рекомендаций по текущему управлению предприятием. Поскольку, стратегический менеджмент рассматривает комплексную стратегию предприятия и фокусирует свое внимание на деятельности предприятия как целостного объекта, лежащий в его основе теории фирмы должна также формироваться на основе синтетического подхода к предприятию как целому [4].

Анализ и систематизация различных вариантов известных в настоящее время теорий предприятия должны привести к новой теории фирмы, которая интегрирует и синтезирует основные концепции фирмы.

Понимание принципиальной полифункциональности предприятия стало основным моментом для разработки нового варианта адекватной теории фирмы, который сочетал бы свойства системности, полноты и динамичности за счет фундаментального пересмотра самой сущности предприятия как субъекта экономики, его прав, ответственности и места в системе взаимных ожиданий. Основным источником новых знаний о предприятиях, развивающих теорию фирмы, должно стать более обширное понимание роли предприятия в социально-экономической структуре общества.

Комплексный подход к все более усложняющимся задачам общественного развития требует создания новых адекватных научных теорий и отказ от устоявшихся представлений и догм.

С проводящимися с 1992 г. экономическими реформами началось массовое внедрение в экономическую политику, в научное сознание и в массовое общественное мнение системы стереотипов.

«Борьба со стереотипами и мифами была и остается научным и гражданским долгом ученых Института Экономики» [1].

Первым из них является отказ от системного понимания происходящих процессов и исторически изменившихся условий хозяйствования. Вторым стереотипом явилось утверждение о всесиили рынка, который сам по себе все расставит по своим местам. Отказ от понимания единства различных механизмов и государственного регулирования – типичный пример современных стереотипов массового сознания, как, впрочем, и довольно широко распространенных научных подходов. Третий стереотип и научного мышления, и массового сознания связан с упором на борьбу с инфляцией как ключевым вопросом экономической политики, проводимой властью России на протяжении многих лет. Дело в том, что снижение инфляции не должно быть самоцелью. Она порождена многими факторами, бороться с инфляцией лишь ограничением денежной массы – дело неперспективное.

Наконец, возрождается, казалось бы, давно забытая теория «героев и толпы» в ее современном проявлении. Все вопросы и ответы на них (так внедряется в массовое сознание) знают в России только два человека. Остальное население – от рядового труженика до самых высоких чиновников – берет под козырек и выполняет поручения. Далее все идет по накатанной колее. Руководители министерств, ведомств, корпораций, оказывается, тоже знают ответы на свои вопросы. А героям советники не нужны [1].

К сложившимся стереотипам также можно отнести и мнение, разделяющее развитие теории фирмы и отдельных управленческих прикладных дисциплин, в частности, стратегический менеджмент или теория бизнеса. Считается, что реальный сектор экономики, в частности, руководители предприятий не предъявляют спрос на новую единую теорию фирмы, используя индивидуальные теории фирмы или разные концепции этой теории.

На самом деле, спрос на теорию предприятия со стороны экономической теории проявляют, такие ее разделы, как макроэкономика, мезоэко-

номика, организация промышленного производства, микроэкономика, общая теория менеджмента, теория стратегического менеджмента, экономика труда и др. Со стороны экономической политики и управления экономикой в теории фирмы нуждаются:

- законодательная, исполнительная и судебная теория;
- региональная и муниципальная администрация;
- руководители, менеджеры и персонал предприятия;
- крупные акционеры.

Вместе с тем, существующая на всех уровнях регулирования экономики потребность в теории фирмы явно неудовлетворена. Здесь тезис, что неэффективность и неадекватность теории фирмы является едва ли не самым мощным препятствием на пути мирового развития экономики, остается актуальным.

Расширение сектора знаний в экономике и развития экономики знаний в целом, оказывают существенное влияние на теорию предприятия со стороны как спроса на нее, так и фактов, и концепций, допускающих использование в качестве элементов этой теории. В этих условиях дальнейшее развитие теории предприятия видится в двух направлениях.

С одной стороны, имеется в виду построение единой теории фирмы для максимально широкого множества предприятий. С другой – характерной тенденцией сегодняшнего дня, связанной со становлением экономики знаний в России, является индивидуализация теорий фирмы.

Многие руководители предприятий демонстрируют заинтересованность в контактах с российской экономической наукой. Возникает реальный шанс для того, чтобы такие менеджеры в союзе с представителями микроэкономической науки внесли серьезный вклад в оздоровление и развитие теории стратегического управления российским корпоративным бизнесом в целом. Подобно тому как в свое время М. Горький призывал к изданию многотомной «Истории фабрик и заводов», сегодня для фиксации знаний (а не просто информации!) о наиболее значимых предприятиях России, целесообразно было бы инициировать разработку проекта «Теория фабрик и заводов» [4].

### **Список литературы:**

1. Абалкин Л. От экономической теории до концепции долгосрочной стратегии // Вопросы экономики. – 2010. – № 6.
2. Дегтярева И.В. О соотношении экономической теории и реальной экономической деятельности // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований: Всероссийская научно-практическая конференция, посвященная 40-летию кафедры экономической теории УГАТУ: материалы конференции / УГАТУ. – Уфа, 2006.
3. Клейнер Г.Б. Системная парадигма и теория предприятия // Вопросы экономики. – 2002. – № 10.

4. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия. – М.: «Дело» АНХ, 2008.
5. Стиглиц Дж. Неудачи корпоративного управления при переходе к рынку // Экономическая наука современной России. – 2002. – № 4.
6. Франк Ч. Стратегия Европейского банка в отношении России // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 6.
7. Мирасова Г.Ф. Современный подход к альтернативным теориям фирмы // Актуальные вопросы экономических наук: сборник материалов V Всероссийской научно-практической конференции. Часть 1 / Под ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Изд. «СИБПРИНТ», 2009.

## **КАПИТАЛИЗАЦИОННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

**© Ульянич Ю.В.\***

Уманской национальной университет садоводства, Украина, г. Умань

В статье дано определение понятию капитализации, рассмотрены ее типы, проведен анализ основных интерпретаций капитализации в современной экономической литературе, исследованно капитализированные типы экономических систем.

Капитализация это процесс расширения частного сектора экономики и соответствующего сужения общественного или инвестирование чистого денежного дохода в определенную экономическую деятельность. Представленное определение капитализации указывает на то, что как определенный общественно-экономический процесс, она не может быть квалифицированной однозначно, так как за своей внутренней сутью это двоякий процесс, в котором, с одной стороны, можно выделить частицу, которая состоит в расширении частного сектора экономики, а с другой в инвестировании чистого денежного дохода (или денежного дохода вообще, ведь в отдельных случаях и нечистый денежный доход может аналогичным образом использоваться) в определенную экономическую деятельность. Такая двойственность капитализации как процесса вносит значительную путаницу в теоретический экономический анализ. Исследователи очень часто под капитализацией понимают ее разные формы, а потому выводы никак не могут быть согласованными между собой и выступают как противоречивые.

Выделяют два типа капитализации: формационная состоит в расширении частного сектора экономики и соответствующего сужения общественного. То есть, капитализация фактически выступает как тождественной приватизации экономический процесс, который есть характерным для преимущественно макроэкономической сферы национальной экономики; функцио-

---

\* Аспирант кафедры Экономики.

нальная это инвестирование преимущественно чистого денежного дохода в определенную экономическую деятельность. То есть, она уже выступает как тождественный инвестированию экономический процесс, который свойственный для микроэкономической сферы экономики. Капитализация в ее понимании инвестирования является процессом прямо противоположным социализации (как такого процесса, который состоит в использовании денежного дохода с целью социального развития коллектива и его членов). В такой интерпретации капитализация может вызвать рекапитализацию (когда денежный доход, полученный в результате первичной капитализации, снова капитализируется). В теоретическом анализе капитализации в ее формационному (приватизационному) значении важно оказать те ее особенности, которые являются характерными именно для определенного этапа развития соответствующих национальных экономических систем. Условно можно выделить три вида формационной капитализации, которые представлены на рис. 1.



Рис. 1. Основные виды формационной капитализации

При начальной форме капитализации формировалась частная собственность (и частный сектор экономики). Корпоративная, то есть наиболее современная форма частной собственности возникает позднее, в период достаточно зрелого развития капиталистической системы [1, с. 147-153]. Начальная капитализация не представляет особого интереса для исследования современных проблем развития капитализационных процессов, так как она имела место в относительно отдаленную историческую эпоху, в период так называемого первоначального накопления капитала, которое исследовал К. Маркс [2].

Хотя и в современных условиях она также еще сохранила определенную актуальность, особенно для так называемых постсоциалистических экономик, в которых капитализация еще довольно часто осуществляется в наиболее первоначальных формах и в значительной мере не экономическими, а внеэкономическими методами.

Посткапиталистическая формационная капитализация есть характерной для наиболее развитых стран Запада. Основным методом ее реализации есть выполнение программ денационализации общественного сектора экономики расширение частного сектора (и адекватного сужения общественного сектора). Посткапиталистическую формационную капитализацию разделяют на краткосрочную и долгосрочную. При краткосрочной формационной капитализации масштабы частного сектора экономики «пульсируют» они то расширяются, то суживаются в такт экономического цикла. При долгосрочной капитализации посткапиталистическая экономика расширяет свой общественный сектор, потому что с развитием общества возрастает потребность в изготовлении и потреблении благ сугубо общественного порядка, а значение необщественных благ начинает уменьшаться. Это свидетельствует, что в отдаленной исторической перспективе относительные масштабы частного сектора экономики должны суживаться, а общественного, наоборот, – расширяться [3].

В теоретико-методологическом плане важной есть проблема оценки характера влияния капитализации на результативность функционирования национальной экономики, в том числе и экономики переходного типа. В современной экономической литературе нет однозначного понимания проблемы характера влияния капитализации на производительность функционирования экономики. Анализ научной литературы из указанной проблематики дает основания выделить по крайней мере три трактования указанной выше проблемы (рис. 2).

При марксистской интерпретации капитализация рассматривается как экономический процесс, который лишь отрицательно влияет на экономическое развитие. Такой взгляд был начат еще социалистами-утопистами (Р. Оуеном, Сен-Симоном, Ш. Фурье и др.) и в дальнейшем на «научном» уровне был раскрыт в работах К. Маркса и его последователей [4]. В марксистской научной литературе капитализационные процессы представлены стихийными, а потому сопровождаются значительными экономическими потерями, и могут отрицательно влиять на социальное и социально-духовное развитие общества.

Либеральная интерпретация капитализационных процессов есть характерной для классической или неоклассической политической экономики. Приверженцы либеральных или консервативных взглядов капитализацию считают одним из средств повышения производительности экономики, более того, капитализация является основным признаком экономического прогресса [5].



Рис. 2. Основные интерпретации капитализации в современной экономической литературе

Центристская интерпретация капитализационных процессов есть присущий для современной экономической науки, особенно такой ее ветви как кейнсианская политическая экономика (современная или неокейнсианская концепция). В данной концепции выпускается из внимания системно-формационный аспект, то есть капитализация по-разному влияет на каждую сферу хозяйственной системы, и динамический аспект в разных временных коридорах и рыночных периодах эффективность капитализации может быть разной: от положительной до нулевой или даже негативной.

За степенью капитализации экономических систем осуществим их типологизацию, рис. 3.

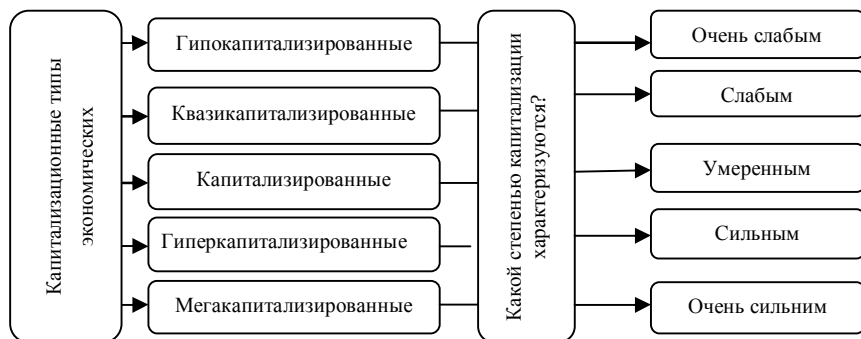


Рис. 3. Основные капитализированные типы экономических систем

К разряду гипокапитализированных систем макроэкономического порядка можно отнести национальные экономики стран бывшего СССР и стран так называемого социалистического лагеря. Крайней формой таких систем могут быть абсолютно некапитализированные системы, иначе, чистые со-

циалистические системы. На микроэкономическом уровне к группе гипокapитализированных систем можно отнести государственные предприятия с очень незначительной частицей частного капитала (когда государству принадлежит более 90 % всей стоимости акций фирмы или больше).

Квазикапитализированные системы есть значительно капитализированными, но еще в некоторой мере имеют общественный или социалистический характер.

То есть такой квазисоциалистичной (или квазикапитализированной) характер имеет отечественная переходная экономика на современном этапе ее рыночного реформирования. На микроэкономическом уровне к квазикапитализированным системам можно отнести предприятия, в которых удельная частица частных акций есть близкой к половине их общей стоимости, но еще не составляет 50 % [6, с. 281-296].

Капитализированные системы по своей природе имеют двойственный характер: они, с одной стороны, есть еще социалистическими системами, а с другой, уже капиталистическими системами.

При гиперкапитализационной системе процессы формационной капитализации получили чрезвычайно сильное развитие, явным образом преобладает частный сектор над государственным. Такие национальные экономические системы формируются в странах так называемого «нового» капитализма. Мегакапитализированные системы, или почти чистые или абсолютно чистые капиталистические системы будут противоположным образом реагировать на дальнейшую капитализацию, чем, скажем, гиперкапитализированные системы.

### **Список литературы:**

1. Курс переходной экономики / Под ред. Л.И. Абалкина. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 1997. – 640 с.
2. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии / К. Маркс. – Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. – М.: Политиздат, 1983. – 905 с.
3. Башнянин И., Копич И.М. Природа, типы, метрологический анализ системного экономического оценивания в переходных экономиках / Г.И. Башнянин, И.М. Копич // Вестник Львовской коммерческой академии. Серия экономическая. Вып. 4. – М.: Коопосвита, 1998. С. – 48-53.
4. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов // Антология экономической классики / А. Смит. – М.: Эконов, 1993. – Т. 1. – С. 79-396.
5. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения // Антология экономической классики / Д. Рикардо. – М.: Эконов, 1993. – Т. 1. – С. 397-473.
6. Основы экономической теории: политэкономический аспект / Под ред. д.э.н., профессоров Г.Н. Климко и В.П. Нестеренко. – М.: Высшая школа, 1994. – 559 с.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a horizontal bar at the top. The left side features a vertical line with a circular end, and the bottom left corner has a small circular detail.

**Секция 3**

***МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА***

# ОСОБЕННОСТИ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ЕВРОПЕЙСКОГО ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА

© Беспалова О.В.\*

Томский государственный университет, г. Томск

Статья посвящена анализу особенностей денежно-кредитной политики Европейского центрального банка. Приведены национальные банки – члены ЕЦБ, задачи Совета ЕЦБ и правила принятия решений, цели, задачи и стратегия денежно-кредитной политики ЕЦБ.

Образование Европейского Союза, введение единой валюты евро в Еврозоне, создание Европейской системы центральных банков, возникновение Европейского центрального банка (ЕЦБ) – всё это свидетельствует о высоком уровне экономического развития европейских стран. Европейский центральный банк входит в Европейскую систему центральных банков. Европейская система центральных банков (ЕСЦБ) – сложная организация, включающая в себя Европейский центральный банк и национальные центральные банки стран Еврозоны. В настоящий момент (ноябрь 2010 года) в ЕСЦБ принимают участие 27 национальных банков всех стран, участвующих в Европейском Союзе. Однако в ЕЦБ вступило только 16 национальных банков, которые ввели валюту евро и таким образом выполнили в соответствии с Маастрихтским договором критерии устойчивости и конвергенции. Странами, которые приняли евро, являются Франция, Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Германия, Австрия, Италия, Испания, Греция, Португалия, Ирландия, Финляндия, Словения, Кипр, Мальта, Словакия [8]. Европейский центральный банк выступает уполномоченным органом Европейской системы центральных банков и осуществляет решение центральных задач в области денежно-кредитной политики Еврозоны. Государства-члены Европейского Союза перенесли центральную часть своего государственного суверенитета на данный институт. Назовём национальные банки, которые являются членами ЕЦБ (на ноябрь 2010 года): Национальный банк Бельгии, Бундесбанк Германии, Центральный банк Ирландии, Банк Греции, Банк Испании, Банк Франции, Банк Италии, Центральный банк Кипра, Центральный банк Люксембурга, Центральный банк Мальты, Нидерландский Банк, Австрийский Национальный банк, Банк Португалии, Банк Словении, Банк Финляндии, Национальный банк Словакии [8]. Цели ЕЦБ долго обсуждались: в то время как немецкие эксперты и политики с момента начала планирования создания ЕЦБ в качест-

---

\* Аспирант кафедры Финансов и учёта.

ве единственной цели денежно-кредитной политики предлагали подавление или снижение инфляции, французские представители выступали за подготовку более масштабной и основательной экономической политики [4].

Задачами ЕЦБ являются:

1. обеспечение денежной стабильности в Еврозоне;
2. осуществление денежно-кредитной политики;
3. установление валютного курса;
4. обеспечение функционирования платёжной системы;
5. проверка кредитных институтов;
6. выпуск банкнот;
7. оценка экономической политики.

Совет ЕЦБ является высшим органом по принятию решений в области денежно-кредитной политики в Еврозоне. Главными задачами Совета ЕЦБ являются:

1. установление денежно-кредитной политики, а так же основных направлений для осуществления денежно-кредитной политики в Еврозоне: ставка рефинансирования и предоставление денежных средств центрального банка.
2. издание предписаний относительно расчетов и определения нормы минимальных резервов.
3. чанкционирование выпуска банкнот евро (посредством национальных банков) и монет евро (национальными государствами) [2].

Правила принятия решений ЕЦБ следующие:

1. решения принимаются простым большинством лично присутствующих членов Совета ЕЦБ.
2. при принятии решений относительно финансовых средств ЕЦБ о взносах в валютные резервы, равно как и о распределении прибыли голоса в Совете ЕЦБ взвешиваются в соответствии с полностью внесёнными капиталовложениями национальных банков.

ЕЦБ присуще обязательство прозрачности и отчётности:

1. ЕЦБ еженедельно публикует консолидированную отчётность Евросистемы;
2. ЕЦБ составляет один раз в квартал отчёты о деятельности ЕСЦБ;
3. ЕЦБ предоставляет в Европейский парламент, Совет Европейского Союза, в Европейскую комиссию и Европейский Совет годовые отчёты;
4. после каждого ежемесячного заседания Совета ЕЦБ проводится соответственно каждый месяц конференция, на которой выражаются взгляды относительно экономического положения и оценка будущей динамики цен;
5. ежемесячные отчёты содержат актуальные решения относительно финансовой политики и экономико-политических вопросов и прогноз относительно дальнейшего развития [2].

Задачи денежно-кредитной политики ЕЦБ основаны, прежде всего, на экономико-политическом поручении ЕЦБ [5]. Главной задачей ЕЦБ и тем самым экономико-политическим поручением ЕЦБ является обеспечение денежной стабильности в Еврозоне. Конечной целью денежно-кредитной политики ЕЦБ является обеспечение ценовой стабильности. В зависимости от использования инструментов денежно-кредитной политики происходит влияние на показатель МЗ. Показатель – денежный агрегат МЗ – понимается в денежно-кредитной политике ЕЦБ как промежуточная цель. Так как инфляция, по меньшей мере, среднесрочный или долговременный монетарный феномен, то резкие изменения темпа роста денежного показателя МЗ являются риском для ценовой стабильности, которая является конечной целью денежно-кредитной политики ЕЦБ. Следующая схема представляет нам, с помощью какой стратегии ЕЦБ реализует главную цель денежно-кредитной политики для достижения ценовой стабильности. Данная стратегия называется «стратегией двух столпов»:



Рис. 1

Первая «опора» или «столп» представляет собой денежную массу в качестве значения промежуточной цели и предоставляет данному показателю значительную роль [3]. Данное значение или роль сказывается в том, что ЕЦБ регулярно публикует данные ежегодного роста денежной массы.

Показатель денежной массы МЗ является центральной величиной монетарной части денежно-кредитной политики ЕЦБ. Существенная часть стратегии «двух столпов» является так называемым управлением денежной массой. Вторая «опора» или «столп» охватывает широкий спектр экономических и финансовых переменных [3]. В то время как стратегия управления денежной массой скорее отображает среднесрочный курс денежно-кредитной политики, для краткосрочного курса используется прогноз инфляции. При этом находят применение различные конъюнктурные индикаторы (объёмы продукции, уровень заработной платы и т.д.) равно как и индикаторы финансового рынка (график структуры процента, изменения курса и т.д.) для того, чтобы снизить опасность для ценовой стабильности, суметь обнаружить и соответственно при необходимости принять ответные меры. Данная часть стратегии обозначается так же как прямое управление инфляцией, так как денежно-кредитная политика определяется на основании сравнения между прогнозируемым и желаемым уровнем инфляции 2 %.

Рекомендательное значение для темпа роста денежного агрегата М3 устанавливается в размере 4,5 % в год. Калькулирование основывается на принципе монетаристской квантитативной теории, в связи с которой темп роста денежной массы, которая (при заданной обращаемости денежных знаков) выше, чем темп прироста производственных возможностей, приводит к положительному темпу инфляции. Так как денежный агрегат М3 содержит так же денежные параметры, которые скорее служат для сохранения стоимости и накопления капитала, обращаемость денежных агрегатов денежной массы снижается посредством возрастающего денежного накопления капитала.

В современной научной литературе различают три стратегии денежно-кредитной политики ЕЦБ:

1. управление валютным курсом;
2. управление денежной массой;
3. прямое управление инфляцией.

Независимость ЕЦБ закреплена статьёй 108 договора-соглашения. Статья 108 гласит: «В случае соблюдения посредством данного договора и устава ЕСЦБ перенесённые на ЕЦБ полномочий, задач и обязанностей, ЕЦБ не может учитывать или принимать во внимание предписания ни национального центрального банка, ни члена руководящего органа, ни органов или учреждений Сообщества, правлений государств-участников или других органов. Органы и учреждения Сообщества, равно как и правления государств-участников обязуются соблюдать данное положение и не пытаться оказывать влияние на членов руководящих органов ЕЦБ или национальных центральных банков при осуществлении своих задач» [3]. Существенными инструментами денежно-кредитной политики ЕЦБ являются операции на открытом рынке, постоянные фонды (рефинансирование) и политика минимальных резервов. Первые два инструмента денежно-кредитной политики используются в рамках политики рефинансирования.

В конце 2008 года разразившийся мировой финансовый кризис заставил европейского монетарного регулятора (ЕЦБ) снизить процентные ставки из опасения падения цен. Падение цен может нанести ущерб экономике двумя путями: а) увеличить реальное долговое бремя; б) снизить покупательную и инвестиционную активность корпоративного сектора [1]. Для восстановления промышленного производства учётная банковская ставка была снижена до рекордно низкого уровня в 1 % [8]. Во время финансового кризиса 2008-2009 гг. выяснилось, что центральные банки развитых стран не имеют в рамках денежно-кредитной политики достаточного и эффективного инструментария для борьбы с кризисом. Монетарные власти были вынуждены импровизировать, пытаясь найти адекватные инструменты накачивания ликвидности в экономику. Из кредиторов последней инстанции центральные банки фактически превратились в спонсоров финансового сектора.

В ежемесячных отчётах ЕЦБ, опубликованных 13.05.2010, 17.06.2010, 15.07.2010, 12.08.2010 обсуждались дополнительные мероприятия ЕЦБ

касательно денежно-кредитной политики для того, чтобы препятствовать возникшему напряжению на некоторых сегментах рынка, которое отрицательно влияет на денежно-кредитный механизм и препятствует эффективному поддержанию среднесрочной ценовой стабильности. Данные мероприятия, однако, ни в коем случае не оказывают влияния на принятый ЕЦБ курс денежно-кредитной политики [6]. Согласно ежемесячному отчету ЕЦБ от 9 сентября 2010 года после очередного заседания ЕЦБ 2 сентября 2010 года в соответствии с экономическим анализом и имеющейся информации на данный момент времени Совет ЕЦБ исходит из того, что динамика цен благодаря незначительному ценовому давлению в Еврозоне остаётся умеренной на среднесрочную перспективу [7]. Как и прежде центральной темой остаётся стабильное закрепление инфляционных ожиданий. Курс денежно-кредитной политики остается, как и прежде, «приспособленным» к существующей экономической ситуации в Еврозоне и в соответствии с данным курсом принимаются все необходимые меры, чтобы обеспечить ценовую стабильность в Еврозоне на среднесрочную перспективу.

Благодаря выработанной эффективной независимой денежно-кредитной политике ЕЦБ удаётся поддерживать ценовую стабильность на установленном уровне в Еврозоне.

### **Список литературы:**

1. Кондратьев Д. Евросоюз: денежно-кредитная политика и мировой финансовый кризис // Современная Европа. – 2010. – № 1. – С. 81-97.
2. Die Geldpolitik in Europa // Wirtschaftslehre für Bankfachwirte. – Part 2. – S. 123-137.
3. Makroökonomie – Ausgewählte Politikbereiche // Wirtschaft-schnell erfasst. – S. 293-508.
4. Volkswirtschaftslehre für Bankfachwirte. 2., aktualisierte Auflage, 2008. – 125 S.
5. Wirtschafts und Sozialkunde. – 2006. – 115 S.
6. 13 Mai 2010 – Monatsbericht [Электронный ресурс] / Europäische Zentralbank. – Электрон. дан. – Europäische Zentralbank, 2010. – URL: [www.ecb.int/pub/mb/editorials/2010/html/mb100513.de.html](http://www.ecb.int/pub/mb/editorials/2010/html/mb100513.de.html) (дата обращения: 1.10.2010); 17 Juni 2010 – Monatsbericht [Электронный ресурс] / Europäische Zentralbank. – Электрон. дан. – Europäische Zentralbank, 2010. – URL: [www.ecb.int/pub/mb/editorials/2010/html/mb100617.de.html](http://www.ecb.int/pub/mb/editorials/2010/html/mb100617.de.html) (дата обращения: 1.10.2010); 15 Juli 2010. – Monatsbericht [Электронный ресурс] / Europäische Zentralbank. – Электрон. дан. – Europäische Zentralbank, 2010. – URL: [www.ecb.int/pub/mb/editorials/2010/html/mb100715.de.html](http://www.ecb.int/pub/mb/editorials/2010/html/mb100715.de.html) (дата обращения: 1.10.2010); 12 August 2010 – Monatsbericht [Электронный ресурс] / Europäische Zentralbank. – Электрон. дан. – Europäische Zentralbank, 2010. – URL: [www.ecb.int/pub/mb/editorials/2010/html/mb100812.de.html](http://www.ecb.int/pub/mb/editorials/2010/html/mb100812.de.html) (дата обращения: 1.10.2010).

7. 9 September 2010 – Monatsbericht [Электронный ресурс] / Europäische Zentralbank. – Электрон. дан. – Europäische Zentralbank, 2010. – URL: [www.ecb.int/pub/mb/editorials/2010/html/mb100909.de.html](http://www.ecb.int/pub/mb/editorials/2010/html/mb100909.de.html) (дата обращения: 1.10.2010).

8. European Central Bank [Электронный ресурс] / European Central Bank. – Электрон. дан. – European Central Bank, 2010. – URL: [www.ecb.int](http://www.ecb.int) (дата обращения: 1.11.2010).

## **ЗАРУБЕЖНЫЕ ПОДХОДЫ К РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЮ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**© Гизятов И.И.\***

Казанский государственный финансово-экономический институт,  
г. Казань

В статье рассматриваются основные подходы к ресурсосбережению в зарубежных государствах с различными политическими режимами. Аргументируется тот факт, что только в демократических государствах можно достичь эффективного в долгосрочном плане и наиболее рационального использования всех типов производственных ресурсов.

Комплексное изучение зарубежной практики промышленного ресурсосбережения необходимо для формирования наиболее рациональной, эффективной в долгосрочном периоде модели формирования и использования экономических ресурсов в Российской Федерации и Республике Татарстан, на уровне предприятий различных видов экономической деятельности, отраслей, региональной и отечественной промышленной системы в целом.

В специальной литературе рассмотрение зарубежного опыта ресурсосбережения сводится преимущественно к анализу некоторых специфических для отдельных развитых государств с рыночной экономикой моделей («бережливое» производство, интрапренерство и др.) [1]. Между тем, в двадцатом проблема использования ограниченных экономических ресурсов специфически решалась не только в демократических рыночных государствах, но и в странах с иными типами политических режимов (табл. 1).

Отечественная экономика за последние восемьдесят лет прошла все представленные в табл. 1 этапы. При И.В. Сталине была осуществлена индустриализация и создана промышленная инфраструктура. В значительной мере это была достигнуто за счет эксплуатации практически бесплатного труда миллионов узников лагерей. Неэффективность, антигуманизм системы государственного управления ресурсами стал причиной массового голода 1932-1933 гг. на Украине и в Черноземье – столь необходимые для

---

\* Соискатель.

нормального развития сельского хозяйства и собственно жизнедеятельности людей сельскохозяйственные ресурсы изымались и направлялись на экспорт. В 1960-1980 гг. авторитарная модель управления экономикой привела к несбалансированному развитию отраслевой структуры экономики.

Таблица 1

**Особенности использования ресурсов в рамках  
различных политических режимов**

| Тип режима      | Характерные примеры                                                                                              | Особенности использования ресурсов                                                                                                                                                             | Недостатки системы использования ресурсов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Тоталитаризм | Германия 1930-1940 гг., Италия 1920-1940 гг., Испания 1930-1970 гг, Северная Корея 1950 г. – н.в. <sup>1</sup> . | Крайне высокая степень эксплуатации труда государством (вплоть до развития системы концентрационных лагерей), жесточайшая экономия ресурсов, нарушающая процесс их нормального воспроизводства | Антигуманные системы управления вообще и использования ресурсов в частности способны принести только краткосрочный положительный экономический эффект. В долгосрочном периоде они влекут деградацию трудовых ресурсов.                                                                                                                                                                    |
| 2. Авторитаризм | Чили 1970-1980 гг., Венесуэлла 1990 гг. – н.в., Ливия 1970 гг. – н.в., Беларусь 1990 гг. – н.в.                  | Как правило, централизованные (во многом зависящие от произвола высшего руководителя) системы распределения ресурсов в экономике                                                               | Крайне высок риск ошибочных решений в сфере формирования и использования экономических ресурсов. В долгосрочном периоде эффективность является низкой.                                                                                                                                                                                                                                    |
| 3. Демократия   | Государства Западной Европы, США, большинство государств Юго-Восточной Азии и др.                                | Модели различной степени либерализма в сфере управления ресурсами. Государство, как правило, стимулирующими методами влияет на процессы внедрения ресурсосберегающих технологий.               | Системы ресурсосбережения неустойчивы, подвержены кризисам. Хозяйствующие субъекты не всегда заинтересованы во внедрении прогрессивных технологий экономии ресурсов вследствие дороговизны последних. Тем не менее, стратегически только в рамках демократии и рыночной экономики (с разумной долей государственного участия) возможно эффективное формирование и использование ресурсов. |

*Источник:* Составлено автором.

Демократическая, рыночная система управления ресурсами также, разумеется, не является идеальной. Однако она гарантирует более-менее справедливое вознаграждение за каждый из видов ресурсов, обеспечивает воз-

<sup>1</sup> Н.в. – настоящее время.

возможности для их оптимального использования, содержит механизмы оперативной корректировки возможных некорректных решений в сфере ресурсосбережения. Суть проблемы заключается в том, какова оптимальная мера государственного вмешательства в процесс формирования и использования ресурсов, каковы наиболее действенные методы поддержки промышленного ресурсосбережения и как создать эффективные институты и инфраструктуру в данной области. За рубежом развитие систем промышленного ресурсосбережения осуществляется в следующих взаимосвязанных направлениях:

- а) внедрение инновационных ресурсосберегающих технологий;
- б) организационные инновации, внедрение таких механизмов управления организациями в промышленности, которые в долгосрочной перспективе позволяли бы в максимальной степени рационально использовать ограниченные ресурсы (система «бережливого производства», концепция интрапренерства – внутрифирменного предпринимательства);
- в) территориальная концентрация промышленных предприятий, формирование крупных промышленных кластеров, позволяющих экономить производственные издержки.

Таким образом, в любом случае ресурсосбережение неразрывно связано с инновациями. В этой связи интерес представляет классификация национальных моделей инновационной политики по принципу полноты охвата инновационного процесса, предложенная Т.Ф. Палей [2]:

1. страны, ориентированные на лидерство в науке, реализацию крупномасштабных целевых проектов, охватывающих все стадии научно-производственного цикла, как правило, со значительной долей научно-инновационного потенциала в оборонном комплексе (США, Великобритания, Франция);
2. страны, ориентированные на распространение нововведений, создание благоприятной инновационной среды, рационализацию всей структуры экономики, что и позволяет в перспективе добиться эффективного ресурсосбережения в подавляющем большинстве отраслей (Германия, Швеция, Швейцария, Австрия);
3. страны, стимулирующие нововведения, в том числе в сфере ресурсосбережения, путем развития инновационной инфраструктуры, координации действия различных секторов в области науки и технологии (Япония, Южная Корея, Израиль).

Американская модель отличается наиболее полной автономией предпринимательства. В системе государственного финансирования НИОКР сочетаются как прямые формы, так и эффективные методы косвенной поддержки инвестиций в ресурсосберегающие технологии (налоговые льготы, льготный правительственный кредит, амортизационные списания). Наиболее значимыми органами государственной поддержки инновационной деятельности вообще и инвестиций в ресурсосбережение в частности в

США являются [3]: национальный научный фонд; национальный совет по науке и технологиям; национальный институт стандартов и технологий; министерство энергетики; национальный центр промышленных исследований; национальная академия наук; национальная техническая академия; американская ассоциация содействия развитию науки.

По данным исследований Национального научного фонда в последнее время США теряет свои лидирующие позиции в ключевых областях науки и инноваций. Основными причинами являются быстрые темпы развития науки в других странах, перемещение научных и производственных центров за рубеж [4]. Особенностью государственной инновационной политики США является низкая «ведомственная» концентрация решений по выработке и реализации инновационных проектов. Прямой противоположностью этому является инновационная политика проводимая в Японии.

Долгосрочная цель Японии – превращение страны из «имитатора» и «рационализатора» в творца технологий вообще и ресурсосберегающих технологий в частности. Правительство этой страны традиционно не выделяет значительных средств на финансирование промышленных НИОКР. Оно принимает протекционистские меры по защите национального рынка и приоритетных направлений научно-технического прогресса. Только долгосрочные прогнозы развития национальной японской науки и экономики являются основой для государственной поддержки. С годами меняется набор приоритетов, но принцип государственной поддержки принципиальных научных разработок остается. Приоритетными направлениями в настоящий момент являются – информационные системы, механотроника, биотехнологии, новые экономные материалы.

В целом, наиболее стратегически эффективные, хотя и порой недостаточно стабильные системы ресурсосбережения формируются в промышленности демократических государств с рыночной экономикой. Мировой опыт последнего столетия наглядно продемонстрировал, что использование ограниченных ресурсов в экономических системах государств авторитарного и тоталитарного типа является неэффективным не только с социальной, но и с собственно экономической точки зрения. Наиболее перспективными на сегодняшний день концепциями ресурсосбережения являются «бережливое производство» (Япония) и интрапренерство (Западная Европа).

### **Список литературы:**

1. Рамович И.М. Мировая экономика. – Ростов-н/Д, 2010. – С. 181.
2. Палей Т.Ф. Типология моделей государственной инновационной политики // Инновационная среда: проблемы формирования и перспективы развития: тез. докл. всеросс. научн.-практ. конф. – Казань, 2002. – С. 72.
3. Кристенсен К. Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – С. 58.
4. Сычев В. США теряют науку// Эксперт. – 2004. – № 17 (418). – С. 56.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a small circular element at the top-left and bottom-left corners.

## **Секция 4**

# ***МЕНЕДЖМЕНТ***

# **УПРАВЛЕНИЕ ИНФРАСТРУКТУРНЫМИ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ**

**© Беляев Ю.К.\***

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва

Анализируются проблемы повышения эффективности взаимодействия государства и корпоративного бизнеса в области управления проектами в инфраструктурной области. Особое внимание уделяется поиску современных инструментов финансирования проектов государственно-частного партнерства, обосновывается целесообразность выпуска инфраструктурных облигаций.

Управление проектами является эффективной общепризнанной методологией управления и неотъемлемой составной частью системы общего менеджмента. В современных условиях глобализации и ужесточения конкуренции выявляется тенденция к повсеместному расширению масштабов и сфер применения управления проектами. В посткризисный период проектный подход не теряет своей актуальности, однако требует внесения ряда корректив, связанных с необходимостью расширения сферы своего применения, в том числе в отношениях государства и бизнеса.

В широком понимании управление проектами – область деятельности, в границах которой определяются и достигаются определенные цели, а также оптимизируется использование ресурсов (таких как время, деньги, труд, материалы, энергия, пространство и др). Проекты отличаются от других видов деятельности следующими характеристиками: они направлены на достижение конкретных целей; включают в себя координированное выполнение взаимосвязанных действий; имеют ограниченную протяженность во времени, с определенным началом и концом; все они в известной степени неповторимы и уникальны.

Сотрудничество между государством и частным сектором экономики рекомендуется выстраивать с применением инструментария проектного управления. В данном случае под проектами государственно-частного партнерства (далее – ГЧП) понимается особый вид сотрудничества государственного и частного секторов с целью реализации долгосрочных инвестиционных проектов. Типичные проекты ГЧП – строительство / реконструкция транспортной инфраструктуры (аэропортов, автомобильных и железных дорог, тоннелей, мостов), общественных объектов недвижимости (больницы, школ, музеев), коммунальных сооружений (объектов в сфере канализации,

---

\* Профессор, заместитель заведующего кафедрой Менеджмента, кандидат экономических наук, профессор.

водоснабжения, мусоропереработки), а также управление указанными объектами. В проектах ГЧП бизнес берет на себя обязательства по разработке, строительству, финансированию объектов и управлению ими в соответствии с параметрами и стандартами, установленными государством. Взамен частный сектор получает от государства оплату, размер которой зависит от достигнутых результатов. В ряде проектов эта оплата (или ее часть) может быть получена из доходов от коммерческой эксплуатации объекта [1, 2, 5, 9].

Данное определение проекта ГЧП вполне соответствует трем основным ограничениям – время, бюджет и качество работ. По времени проект ГЧП является долгосрочным, т.к. интервал составляет 5-10, а иногда и больше лет, что объясняется сложностью выполнения и управления самим проектом. Формирование бюджета проекта зависит от вида продукции услуг и опять же времени реализации самого проекта. В связи с этим эффективное управление финансами в долгосрочном периоде представляется одним из основных факторов успешного взаимодействия участников проекта. Управление качеством работ (в части надзорных и контрольных функций) относится к прерогативе государства, которое обязано проявить способность, идентифицировать и реализовать общественные интересы.

Задачами внедрения проектов ГЧП являются:

- эффективное распределение финансовых ресурсов на конкретный проект (в данном случае между государством и частным сектором);
- снижение себестоимости продукции / услуг путем оптимизации ресурсов каждой из сторон ГЧП;
- сокращение сроков разработки и производства, благодаря концентрации ресурсов и рациональной организации исполнения проекта;
- освоение новых видов продукции / услуг, внедрение научно-технологических новшеств.

Таким образом разработку проекта ГЧП предлагается проводить основываясь на методологии проектного менеджмента. Определяясь в выборе проекта ГЧП, представители как государства, так и частного инвестора должны провести оценку эффективности данного проекта. В начале определяется цель проекта, достижение которой по окончании действия договора ставится критерием определения эффективности ГЧП. Далее необходимо разработать и утвердить детальный план, включая план маркетинга, подсчитать эксплуатационные и инвестиционные затраты проекта. Также разрабатываются различные сценарии по развитию проекта в сложившейся экономической ситуации с учетом изменений основных экономических показателей. На завершающей стадии проводится оценка выгод и составляется финансовый план с учетом всех рисков, и уже после этого осуществляется формирование системы управления проектом, куда входит определение источников производственных, финансовых и человеческих ресурсов для эффективной работы данного механизма.

Говоря о специфике управления проектами ГЧП в России нельзя не отметить те преграды, с которыми приходится сталкиваться в процессе их реализации. В первую очередь это неудовлетворительная нормативно-правовая база. Здесь необходимо упомянуть о важности базового законопроекта о концессиях со всеми нормативными актами и подзаконными документами. Также придется пересматривать законодательство о естественных монополиях и приватизации. Государство должно, как это сделано в ряде других стран, посредством разработки концепции взаимодействия с бизнесом на уровне законодательства и подзаконных актов строго очертить границу своей ответственности перед обществом за имеющуюся у него собственность и определить через принятие федерального закона круг объектов, не подлежащих приватизации. Во-вторых, нужно учесть высокие риски инвестирования в капиталоемкие объекты при отсутствии гарантий государства. В связи с этим необходимо научиться грамотно управлять теми рисками, которые возникают при реализации проектов ГЧП. Нельзя забывать и о том, что общество, власть и бизнес имеют искаженное и неполное представление о реальных возможностях концессий, социально-экономических последствиях их применения. Поэтому целесообразны дополнительные усилия по внедрению данного инструмента, опираясь на мировой и собственный опыт проектирования в этой области. Говоря о проблемах, следует выделить нехватку квалифицированных кадров по данному направлению. Общее число специалистов в сфере государственного управления России, способных профессионально составлять долгосрочные концессионные договоры, ничтожно мало. Нет методических рекомендаций по составлению государственными и региональными органами власти инвестиционных договоров с длительными сроками окупаемости вложений.

Использование механизмов ГЧП – проектов в сфере общественной инфраструктуры, социальных и муниципальных услуг получило широкое распространение во всем мире [14-17]. Уже осуществляется ряд проектов на муниципальном, региональном, а также на федеральном уровне (реализация крупномасштабных проектов на основе концессий, финансируемых из Инвестиционного фонда, создание особых экономических зон, технопарков и т.п.). Это свидетельствует о том, что одним из ключевых факторов успеха партнерств является применение принципов проектного менеджмента, которые привносят еще и важный организационный момент – делают управление уникальным в своем роде и предполагающим одновременно опору на зарекомендовавшие себя во многих развитых и развивающихся странах инструменты и технологии реализации проектов ГЧП.

Эффективной реализации проектов ГЧП в России препятствуют разные обстоятельства: изъяны во время кризиса 2008-2010 г., в посткризисный период в существующей институциональной базе (затягивание осуществления проектов из-за бюрократической неразберихи, конкурсы часто

переносились по инициативе органов власти и т.д.) госгарантии выдавались с большим скрипом, обнаружилась крайняя ограниченность количества самых необходимых институтов, которые способны по своим возможностям финансировать проекты ГЧП – реально такими возможностями располагает только ВЭБ, Российский банк развития.

Не способствовала осуществлению ГЧП – проектов атмосфера всеобщего недоверия, неотработанность практических механизмов сотрудничества, нежелание участников партнерств принимать риски [3], отсутствие достаточных компетенций в данной области.

Стало очевидным, что Инвестиционный фонд, призванный быть ведущим государственным органом инвестирования проектов ГЧП, не является ключевым институтом развития, а всего лишь строка в бюджете. Отсюда та легкость, с которой в период кризиса были сокращены объемы финансирования Инвестфонда из бюджета. До сих пор сохраняется неопределенность относительно перспектив восстановления роста расходов Инвестиционного фонда в проекты ГЧП. По современным мировым меркам объём прогнозируемых вложений (до 2 млрд. долл.) в 2012 г. выглядит ничтожно малым на фоне стоящих задач с одной стороны и имеющейся практики освоения аналогичных целевых расходов в зарубежных странах.

Во время кризиса оказались замороженными проекты, осуществляемые в формате концессионных соглашений. Многие из них реализовывались с непосредственным привлечением средств региональных и местных бюджетов. А ведь именно эти бюджеты были подвергнуты секвестированию.

Не получил должного развития такой перспективный инструмент финансирования проектов ГЧП как инфраструктурные облигации. Один из возможных вариантов его использования выглядит следующим образом. После проведения конкурса по выбору компании, осуществляющей инфраструктурный проект, создается специальная проектная организация. Она призвана выполнять функции управляющей компании. При этом предполагается, что доля компании, победившей в конкурсе, в уставном капитале специализированной организации должна быть не менее 51 %, а уставный капитал не менее десятой части от общей стоимости инфраструктурного проекта. Такая организация не подлежит добровольной реорганизации или ликвидации, она выпускает инфраструктурные облигации, доступные только квалифицированным инвесторам. Учитывая значимость проектов, гарантом по таким облигациям должно выступать государство [5].

Для привлечения частных средств требуется восстановление пошатнувшегося в кризис финансового рынка. Важно обеспечить приток иностранных инвестиций, увеличение инвестиционной составляющей федерального бюджета. К тому же на рынке по-прежнему преобладают инструменты с короткими сроками обращения, короткие кредиты, тогда как специфика инфраструктурных проектов заключается в длительных сроках реализации, относительно низкой рентабельности и оборачиваемости вложений.

Проекты ГЧП – одна из самых непрозрачных и коррупциогенных сфер деятельности в России, где сложившейся нормой поведения участников являются «откаты», составляющие по разным оценкам от 20 до 40-50 % стоимости проектов (особенно в проектах по созданию транспортной инфраструктуры). Отмеченное обстоятельство препятствует формированию и развитию упомянутого нетрадиционного сегмента финансового рынка, связанного с эмиссией и обращением инфраструктурных облигаций с купонными выплатами, индексируемыми с учетом инфляции. На Западе этот рынок возник в начале 80-х годов прошлого века в Великобритании, получил распространение и в США (с ежегодным оборотом в 9-10 млрд. долл.). Кроме того, около 11 % госдолга США и около  $\frac{1}{3}$  государственного долга Великобритании приходится на облигации с купонами, индексируемыми к инфляции. Основные покупатели таких ценных бумаг в Западных странах – пенсионные фонды и страховые компании. Согласно прогнозу JP Morgan инфраструктурные проекты являются одними из наиболее доходных среди различных видов активов на ближайшие десять лет, причем по рискам относятся к средней группе (риск инвестиций в инфраструктурные проекты значительно ниже рисков вложений в акции и фонды пенсионных Private Equity, что делает вложения в инфраструктурные объекты привлекательными для пенсионных фондов [11].

В России постепенно создается нормативно-правовая база для применения подобных инструментов. В 2009 г. заключены первые концессионные соглашения.

Таким образом, возникли предпосылки для организации первых выпусков индексируемых по инфляции инфраструктурных облигаций, появились предложения к продаже заинтересованным участникам финансового рынка, прежде всего пенсионным фондам. Инфраструктурные проекты имеют значительный потенциал доходности за счет, например, развития сопутствующих объектов придорожной, авиааэропортовой инфраструктуры. Весь опыт мирового экономического развития показывает, что спрос на инфраструктурные объекты постоянен. Однако многое зависит от готовности государства предоставлять прямые и косвенные гарантии под инфраструктурные объекты, осуществляемые на принципах ГЧП. Ведь при банкротстве концессионера или расторжении концессионного соглашения государство берет на себя погашение обязательств концессионера перед кредиторами, в т.ч. перед держателями облигаций. Данное обязательство прямо прописано в концессионном соглашении, определяющем права и обязательства сторон.

По оценкам Министерства экономического развития к 2020г. совокупный объем вложений государства в инфраструктуру составит более 30 трлн. руб. Около 60 % этой суммы составят средства государственного бюджета, 40 % – средства частных инвесторов.

Однако этот оптимистический сценарий не станет реальностью, если не будут отлажены механизмы и процедуры: а) отбора и анализа проектов,

приоритетных направлений их реализации, претендующих на получение государственных гарантий, б) определения структуры финансирования, в том числе структуры частного капитала (соотношения собственных и заемных средств), в) координации усилий потенциальных кредиторов, включая синдикацию кредитных ресурсов, г) проведения переговоров заинтересованных сторон, д) управления партнерскими отношениями бизнеса и государства с позиций их обоюдной социальной ответственности и т.д. Нельзя упускать из внимания вопросы, касающиеся эффективности использования бюджетных ассигнований, справедливого распределения рисков.

### **Список литературы:**

1. Аkitоби Б., Хемминг Р., Шварц Г. Государственные инвестиции и государственно-частные партнерства // Вопросы экономики. – 2007. – № 4.
2. Беляев Ю.К. Государственно-частное партнерство как объект управленческого анализа // Система государственного и муниципального управления: проблемы и перспективы развития: сб. науч. тр. – Вып. 4. – М.: Финансовая академия при Правительстве РФ, 2009.
3. Беляев Ю.К. Управление рисками государственно-частного партнерства: современные подходы, пути совершенствования // Вестник Гос. ун-та управления Сер. «Социология и управление персоналом». – 2007. – № 4 (30). – С. 173-175.
4. Беляев Ю.К. Выбор модели государственно-частного партнерства в контексте американского опыта // Вестник Гос. ун-та управления. Сер. «Социология и управление персоналом». – 2008. – № 1 (39). – С. 100-103.
5. Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство: в 2-х т. – М.: ИМЭМО РАН, 2009.
6. Вдовин И. Механизмы ГЧП в условиях кризиса: что дальше? // Рынок ценных бумаг. – 2009. – Ноябрь. – С. 9-10.
7. Государственно-частное партнерство в инновационных системах. – М.: ЛКН, 2008.
8. Концессия. Об эффективном договоре между государством и бизнесом: сб. науч. материалов. – М.: Эксперт, 2002. – 115 с.
9. Максимов В.В. Государственно-частное партнерство в транспортной инфраструктуре: критерии оценки концессионных конкурсов / В.В. Максимов. – М.: Альпина Пабlishер, 2010. – 178 с.
10. Панкратов О., Киселев А. Финансирование инфраструктурных проектов ГЧП в России // Рынок ценных бумаг. – 2009. – Ноябрь. – С. 11-12.
11. Сизов Ю. Инфраструктурные облигации – гарантированная доходность в долгосрочной перспективе // Рынок ценных бумаг. – 2009. – Ноябрь – С. 13-14.
12. Современная модель эффективного бизнеса: монография / Ю.К. Беляев, Е.Б. Гокжаева, А.С. Гриско и др. / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Книга 8. – Новосибирск: Издательство «СИБПРИНТ», 2010. – С. 22-34.

13. Сосна С.А. Концессионные соглашения: теория и практика. – М.: Нестор, 2002. – 256 с.
14. CPPP-About PPP- Difinition and Models [Электронный ресурс] // The Canadian Council for Public – Private Partnerships. – Режим доступа: [www.ppp council.ca](http://www.ppp council.ca).
15. Hall D. A crisis for public-private partnerships (PPPs)? – London: Public Services International Research Unit (PSIRU). – January 2009.
16. Harris C., Hodges J., Schur M., Shurla P. Infrastructure Projects: A review of Canceled Private Projects. – World Bank, 2003.
17. Renda A., Schreflez L. Public –Private Partnerships Models and Trends in the European Union // The European Parliament? – 2006. – № IP/A/IMCO/SC/ 2005-161.

## **ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**© Грудистова Е.Г.\***

Братский государственный университет, г. Братск

В статье представлен авторский взгляд на сущность организационной культуры, выделена характеристика ее эффективности – уровень развития культуры, приведены результаты исследования влияния организационной культуры на эффективность функционирования предприятий.

Вопросы повышения эффективности предпринимательства, поиска резервов совершенствования деятельности предприятий, выживания в условиях конкурентной борьбы и завоевания лидерских позиций на рынке неизбежно обращают внимание специалистов в области менеджмента на такой мощный по силе инструмент социального воздействия на экономические процессы, каким является организационная культура.

Концепция организационной культуры, основы которой заложены американскими учеными Т. Дилом и А. Кеннеди в последней трети XX века [7], привлекает к себе повышенный интерес в последние годы еще и потому, что сильная, развитая организационная культура предопределяет успех функционирования предприятия и содержит огромный потенциал его развития в долгосрочной перспективе. Как показывает мировой и российский опыт, высокоприбыльные компании имеют четко выраженную философию бизнеса, ясно обозначенные культурные ценности, специальные программы внедрения культурных ценностей, увязанные с программами по повышению производительности [4]. И, с другой стороны, множество

---

\* Доцент кафедры Экономики и технологии бизнеса, кандидат экономических наук.

заявивших о себе в 1990-е годы компаний, не стремившихся к высоким идеалам, желавшим получить сиюминутные результаты, так же быстро «вылетели» с рынка, как и проникли на него. Таким образом, практическая значимость организационной культуры очевидна.

Тем не менее, современная концепция организационной культуры не является логически стройной и законченной, требует дополнительного изучения. В подтверждение тому следует отметить многозначность трактовки самого термина организационной культуры зарубежными и российскими исследователями, а также отсутствие эмпирических данных, характеризующих влияние организационной культуры на эффективность деятельности российских предприятий. И в настоящей работе сделана попытка восполнить данный пробел.

Проведенный анализ существующих определений организационной культуры (например, [1, 2, 5, 6]) позволил выявить ряд ее особенностей (сложное социально-экономическое образование, в основе которого лежат определяющие поведение людей ценности, которые, возникая и развиваясь совместно с организацией, способствуют повышению сплоченности членов организации и достижению целей компании) и сформулировать собственное определение: «Организационная культура – это специфический продукт жизнедеятельности и развития организации, позволяющий выделить ее среди других и проявляющийся в системе разделяемых большинством членов организации ценностей, формирующийся под воздействием факторов внутренней и внешней среды организации как стихийно, так и благодаря целенаправленным управленческим действиям по «привитию» работникам единых культурных стереотипов поведения».

Таким образом, базой организационной культуры, ее системообразующим признаком являются ценности, т.е. сознательно одобряемые и разделяемые людьми представления о том, что хорошо, а что плохо, на основе которых осуществляется выбор приемлемых моделей поведения. Однако организационная культура – это не монолитное по своей структуре образование. Не все базовые предположения и ценности в одинаковой мере обязательно разделяются всеми членами организации. Поэтому для определения степени эффективности культуры, т.е. того, «насколько глубоко она пустила корни в организации, насколько тесно связана с индивидуальным и групповым поведением» [1], используют характеристику «Thick and thin», что переводится как «сильная и слабая» или «толстая и тонкая», «широкая и узкая». При этом большинство исследователей (например, [1, 5, 6]) сходятся во мнении о том, что сила культуры определяется:

- а) количеством важных предположений, разделяемых работниками;
- б) степенью разделяемости культуры членами организации;
- в) ясностью приоритетов культуры.

Организации с сильной культурой имеют согласованный набор ценностей, тесно связывающих всех ее членов и способствующих их вовлечен-

ности в дела организации и преданности ей. Слабая культура характеризуется отсутствием общих ценностных ориентиров. Она дает расплывчатые рекомендации в отношении того, как сотрудники должны вести себя. Часто слабая культура связана с фиктивной декларацией общих ценностей, не подтверждаемой практическими действиями и реальными отношениями (двойными стандартами).

Камерон К. и Куинн Р. используют для оценки эффективности культуры характеристику «сплоченность культуры», т.е. «степень, в которой культура, отражаемая одной частью организации, подобна и соответствует культуре, отражаемой ее другой частью» [3].

Эффективная организационная культура способствует достижению целей организации и организационному развитию. Поэтому, на наш взгляд, для оценки эффективности организационной культуры целесообразно дополнить приведенные выше характеристики характеристикой «действенность культуры», означающей ее способность воздействовать на результаты деятельности через соблюдение провозглашаемых принципов всеми членами организации. В результате получится комплексная характеристика «уровень развития культуры». Ее можно определить как среднее значение силы, сплоченности и действенности культуры, поскольку эти три признака – равноценны. На основе данных признаков нами разработана классификация типов организационной культуры, характеризующая уровень ее развития (табл. 1).

*Таблица 1*

**Классификация типов организационной культуры  
с точки зрения уровня развития**

| Классификационный признак                            | Тип организационной культуры  | Ключевой признак организационной культуры        |
|------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1. Степень принятия ключевых ценностей               | Сильная культура              | Ценности разделяются всеми членами организации   |
|                                                      | Слабая культура               | Общие ценности в организации отсутствуют         |
| 2. Воспринимаемая степень единства и целостности     | Культура сотрудничества       | Работники ощущают себя членами одной команды     |
|                                                      | Культура конфронтации         | Работники действуют по принципу «каждый за себя» |
| 3. Соответствие провозглашаемых ценностей реальности | Культура реальных деклараций  | Провозглашаемые принципы соблюдаются всеми       |
|                                                      | Культура фиктивных деклараций | Провозглашаемые принципы часто нарушаются        |

Таким образом, в зависимости от степени принятия членами организации ключевых культурных ценностей выделяются:

- а) сильная культура. Как правило, в организациях с сильной культурой имеется небольшое количество культурных ценностей, но они

одобряются и принимаются всеми членами организации без исключения. Представления о том, как надо относиться друг к другу, к руководителям, к клиентам, к поставщикам, какими методами при этом можно пользоваться, а какими нельзя – являются однозначными и бесспорными;

- б) слабая культура – это антипод сильной культуры. В организациях со слабой культурой отсутствуют ясные представления о ценностях, нет общих убеждений и принципов деятельности, в вопросах «что хорошо и что плохо» нет единого мнения, отдельные структурные подразделения не могут найти общего языка как по простым, так и по принципиальным вопросам, возникающим в процессе деятельности организации и т.п. Естественно, такая культура не способствует развитию персонала и даже угрожает существованию организации.

Сплоченность организационной культуры определяет степень единства ее членов и восприятия целостности стоящих перед организацией задач. В зависимости от того, насколько члены организации представляют собой единое целое, мы предлагаем выделять два типа культуры:

- а) культуру сотрудничества. В организациях с такой культурой работники ощущают себя членами одной команды, тесно взаимодействуют друг с другом при решении поставленных задач, ощущают свою причастность к организации, гордятся ей, считают необходимым трудиться на благо организации и, как следствие, свое собственное благо;
- б) культуру конфронтации. Отличается разобщенностью и противостоянием работников. Здесь работники не ощущают общности, действуют по принципу «каждый за себя», рассматривают свою работу на предприятии как вынужденную обстоятельствами, не соотносят свои интересы с интересами организации. Такая культура не может привести ни к успешным результатам функционирования организации, ни к личным результатам.

Действенность организационной культуры означает ее способность обеспечивать организационное развитие. Основное условие этого – воплощение в жизнь провозглашаемых руководством ценностей и норм поведения. Однако ценности можно провозглашать одни, а вести себя по-другому. Поэтому в зависимости от того, насколько провозглашаемые ценности соответствуют реальным действиям и поступкам руководства, мы выделяем следующие типы культуры:

- а) культуру реальных деклараций. В организациях с таким типом культуры слова не расходятся с делом, провозглашаемые принципы соблюдаются всеми – и руководством и подчиненными. Поэтому такая культура обладает привлекательной силой для сотрудников;

- б) культуру фиктивных деклараций. Такая культура означает наличие «двойной морали», т.е. провозглашаемые принципы носят декларативный характер и часто нарушаются самим руководством. Данная культура не способствует развитию лучших качеств у персонала и служит тормозом для организационного развития. Поэтому ситуация, когда «на одном и том же предприятии существуют две культуры – та, которая должна быть в воображении руководства, и та, которая есть» [5], весьма негативна.

С целью обоснования необходимости управленческих воздействий на уровень развития организационной культуры нами проведено исследование 10 предприятий г. Братска, специализирующихся на производстве и реализации продовольственных товаров. При этом была использована анкета, составленная на основании выше перечисленных характеристик типов организационной культуры. В результате полученных данных определена в процентном отношении сила, сплоченность и действенность культуры организаций (для такой оценки использовался метод средних взвешенных величин), а также уровень ее развития:

$$Y = \frac{(P_C + P_{СП} + P_D)}{3}$$

где  $P_C$ ,  $P_{СП}$ ,  $P_D$  – сила, сплоченность и действенность культуры.

Проведенное исследование позволило обнаружить наличие прямой связи между уровнем развития организационной культуры и экономическими результатами деятельности предприятия (рентабельность продаж и затрат), а также обратную зависимость между уровнем развития организационной культуры и уровнем текучести кадров на исследованных предприятиях (табл. 2, рис. 1-2).

Таблица 2

**Сопоставление характеристик организационной культуры и экономических показателей деятельности предприятий**

| Показатели                   | Предприятия |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|------------------------------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                              | № 1         | № 2   | № 3   | № 4   | № 5   | № 6   | № 7   | № 8   | № 9   | № 10  |
| Сила культуры, %             | 40,3        | 46,9  | 78,6  | 82,2  | 82,4  | 79,1  | 65    | 61,2  | 68,9  | 80,6  |
| Сплоченность культуры, %     | 41,7        | 64,0  | 85,7  | 81,9  | 82,3  | 89,1  | 52,5  | 57,9  | 95,6  | 89,3  |
| Действенность культуры, %    | 56,1        | 65,3  | 75,0  | 76,1  | 76,4  | 73,1  | 87,5  | 90,5  | 82,1  | 77,4  |
| Уровень развития культуры, % | 46,03       | 58,73 | 79,77 | 80,07 | 80,37 | 80,43 | 68,33 | 69,87 | 82,20 | 82,43 |
| Рентабельность продаж, %     | 1,09        | 1,32  | 4,41  | 5,08  | 6,72  | 10    | 12    | 31,3  | 18,8  | 24,19 |
| Рентабельность затрат, %     | 1,11        | 1,33  | 4,65  | 5,46  | 7,27  | 9,12  | 13,81 | 21,25 | 20,3  | 31,92 |
| Уровень текучести кадров, %  | 7           | 8     | 6     | 7     | 5     | 3     | 7     | 7     | 1     | 6     |

Таким образом, имеется прямая связь между уровнем развития организационной культуры и эффективностью предпринимательской деятельности. Наличие обратной связи между уровнем развития организационной

культуры и текучестью кадров на предприятиях свидетельствует о положительном влиянии развитой организационной культуры на степень приверженности работников к организации, а, значит, на уровень их заинтересованности в результативности труда. А это означает необходимость целенаправленного формирования и развития, т.е. управления организационной культурой путем воздействия на нее и «привития» единых культурных ценностей и стереотипов поведения персоналу. Поэтому на уровень развития организационной культуры и должно быть направлено управленческое воздействие руководителя современных предприятий и организаций.

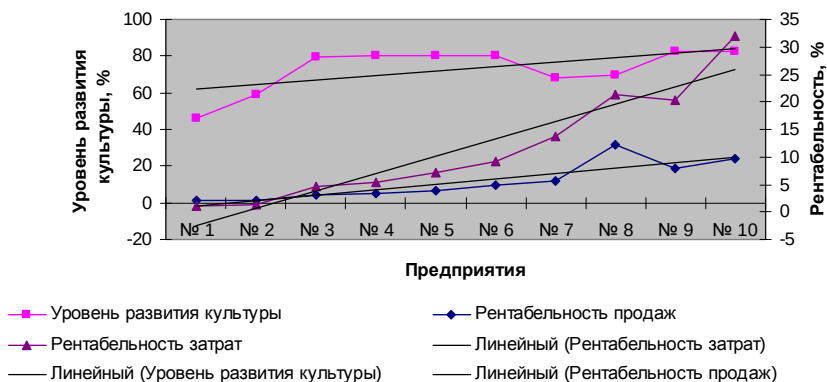


Рис. 1. Уровень развития организационной культуры и рентабельность

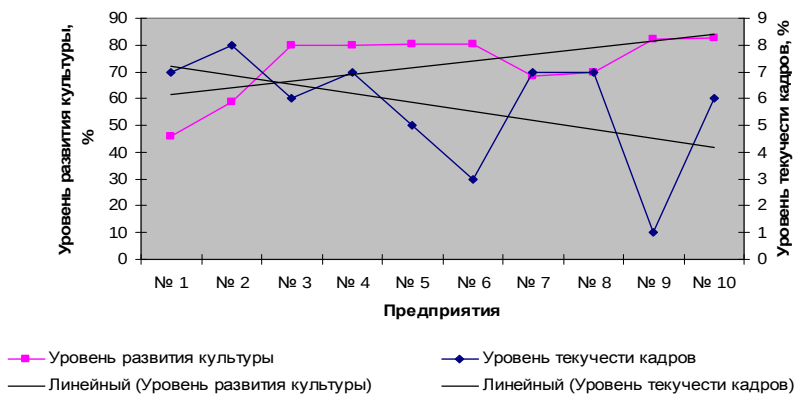


Рис. 2. Уровень развития организационной культуры и текучесть кадров

### Список литературы:

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2003.

2. Грошев И.В. Организационная культура: учеб. пособие / И.В. Грошев, П.В. Емельянов, В.М. Юрьев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
3. Камерон К.С., Куинн Р.Э. Диагностика и измерение организационной культуры: пер. с англ.; под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001.
4. Организационная культура: учебник / под ред. Н.И. Шаталовой. – М.: Издательство «Экзамен», 2006.
5. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2007.
6. Спивак В.А. Организационная культура. – СПб.: Изд. дом «Нева», 2004.
7. Deal T. Kennedy A. Corporate Cultures. – Hannonds Worth: Penguin, 1982.

## УПРАВЛЕНИЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬЮ БИЗНЕСА

© Лбова Н.О.\*

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

В данной статье рассматриваются различные аспекты деятельности по управлению рентабельностью компании с позиции финансового менеджера организации, а также рекомендуемые меры для повышения уровня рентабельности компании.

В условиях рыночной экономики на первый план в краткосрочном аспекте выходит максимизация такого экономического показателя как прибыль, которая необходима для реализации долгосрочных целей деятельности компании. Однако величина прибыли значима не только для конкретного предприятия, но и для государства в целом, поскольку за ее счет идет формирование отдельных статей доходов бюджета государственной власти.

Другим важным аспектом необходимости детального изучения прибыльности бизнеса является тот факт, что на данный момент прибыль является наиболее доступным источником финансирования для компаний.

Прибыль представляет собой разность между суммой полученных доходов и величиной понесенных убытков, полученных в результате хозяйственной деятельности компании.

Прибыльность бизнеса определяется показателями рентабельности. Итак, рассмотрим более подробно некоторые возможные факторы повышения эффективности управления рентабельностью компании, которые являются наиболее значимыми с точки зрения автора данной статьи, а именно:

1. снижение себестоимости продукции;
2. осуществление оперативного контроля за хозяйственной деятельностью организации;

---

\* Студент. Научный руководитель: Платонова Н.А., доцент, кандидат экономических наук.

3. непрерывность процесса ликвидации нерентабельных активов;
4. плановое совершенствование деятельности компании;
5. составление нескольких бюджетов хозяйственной деятельности;
6. поиск первопричин «узких мест» деятельности организации;
7. регулярное проведение анализа резервов повышения рентабельности.

Процесс управления рентабельностью представляет собой целостную систему, включающую в себя определение целевых показателей и критериев эффективности, разработку различных моделей управления рентабельностью и тому подобное.

Показатель общей рентабельности представляет собой отношение объема полученной прибыли до налогообложения к величине полученной выручки.

Одним из важнейших моментов для повышения рентабельности компании является взаимосвязка целей самой компании с целями всех ее контактных групп, представляемых акционерами, менеджментом компании, ее сотрудниками и так далее.

Возможным вариантом повышения показателя рентабельности производственных компаний является снижение себестоимости выпускаемой продукции за счет различных факторов, таких как:

1. изменение технологии производства с целью снижения объема затрат;
2. техническое перевооружение предприятия;
3. совершенствование работы обслуживающих производств;
4. повышение квалификации и уровня профессионализма сотрудников;
5. улучшение организации труда;
6. поиск альтернативных производственных ресурсов и так далее.

Для повышения рентабельности на основе выявленных влияний вышеуказанных факторов принято определять величину затрат на рубль произведенной продукции, динамику изменений отдельных статей затрат и выявление возможных резервов снижения себестоимости.

При управлении рентабельностью осуществляются мероприятия не только с объемами производства и ценой выпускаемой продукции, но также и со структурой активов, оптимизацией структуры капитала в зависимости от стоимости конкретных источников финансирования и тому подобное.

При управлении рентабельностью необходимо уделять внимание оперативному учету, а именно:

1. контролю за первичной документацией;
2. непосредственному наблюдению за работой всех структурных подразделений организации посредством использования единой электронной системы документооборота, за счет которой возможно отследить этапы тех или иных хозяйственных процессов и так далее;
3. оперативному контролю за соблюдением текущих планов путем сравнения запланированных показателей и объемов с фактически достигнутыми значениями.

Стоит отметить, что вопрос управления рентабельностью нельзя выделять в отдельный объект управления, поскольку все принимаемые решения еще на этапе их обсуждения и рассмотрения стоит оценивать с позиции их возможного влияния на показатели рентабельности деятельности организации.

Кроме рассмотрения возможных нововведений финансовым менеджерам следует проводить мониторинг деятельности в целях выявления нерентабельных видов продукции / неэффективных структурных подразделений, что позволит привести к росту рентабельности бизнеса. В одной из своих книг Питер Друкер писал о необходимости ежедневной траты некоторого времени для размышлений о возможных ликвидациях нерентабельных частей организации. Так, при помощи своевременной ликвидации возможно было бы поправить дела компании General Motors, которая в 80-ые годы XX века выпустила новую марку автомобиля – Saturn. Однако, вместо эффективного использования выгод от запуска новой марки, все средства ушли на поддержание Oldsmobile и Buick, которые было необходимо сократить в силу отсутствия даже их самоокупаемости.

Кроме того, процесс изменения организации носит постоянный характер и не прекращается в долгосрочной перспективе. Как один из вариантов реализации данного положения на практике возможно использование разработанной схемы по подразделениям организации, в рамках которой будет разработан план представления каждым структурным подразделением своих предложений по модернизации и изменению деятельности организации в рамках конкретного отдела. Например, изменение учетной политики организации, которая позволит максимизировать показатели получаемой прибыли, или модернизация отдельных технологических этапов производства, которая позволит увеличить объемы выпускаемой продукции или ее качество.

Еще одним важным элементом повышения рентабельности является плановое совершенствование, называемое японцами «кайзен». С точки зрения японских компаний оптимальным является улучшение контрольных показателей на 3 % ежегодно. Перечень показателей выбирается компанией самостоятельно. В качестве данных показателей необходимо использовать, в первую очередь, коэффициенты рентабельности и, в дополнение к ним, коэффициенты ликвидности, платежеспособности и оборачиваемости.

Чтобы показатели рентабельности демонстрировали устойчивый рост (или, как минимум, не снижались бы ниже установленной нормативной величины) должно быть постоянное внедрение инноваций в хозяйственные процессы, протекающие в компании. Поэтому топ – менеджмент компании быть гибким и уметь приспосабливаться к происходящим переменам.

Другая рекомендация заключается в следующем: необходимо составление двух бюджетов по планированию финансовой деятельности. А именно:

1. Обычный бюджет, представляющий собой смету доходов и расходов организации, который необходим для планирования «обычной» деятельности компании.
2. «Инновационный бюджет» – смета доходов и расходов по процессам, направленным для перспективного развития компании. Обычно величина данного бюджета составляет около 10-12 % общих затрат организации. Данные средства направляются на разработку новых продуктов, обновление используемых технологий и так далее.

Другим хорошим советом для реализации стратегии повышения рентабельности бизнеса является поиск корневых причин всех хозяйственных процессов организации. Так, японские компании в своей практике используют правило «5W»: для нахождения истинных причин того или иного бизнес-явления необходимо минимум 5 раз ответить на вопрос, почему происходит данное явление. Чаще всего, на самом деле истинная причина той или иной проблемы лежит совершенно в другой сфере относительно сферы проявления ее негативных эффектов.

В завершение анализа рентабельности нужно провести анализ имеющихся резервов повышения рентабельности, в качестве которых могут выступать такие показатели, как:

1. рост объемов выпускаемой продукции;
2. повышение эффективности ресурсных затрат;
3. снижение издержек обращения и так далее.

Финальной стадией анализа рентабельности является проведение финансового контроля за достижением поставленных целей и намеченных значений контрольных показателей.

Управление рентабельностью является одним из основных направлений управления хозяйственной деятельностью компании. Поэтому руководство компанией должно фокусировать свое внимание на данном направлении работы финансовых служб с целью увеличения стоимости компании и повышении ее привлекательности для потенциальных инвесторов.

По своей сути управление рентабельностью представляет собой достижение желаемой динамики значений показателей рентабельности. Соответственно, при управлении рентабельностью необходимо не только фокусироваться на показателях прибыли, но и анализировать структуру активов, источников финансирования и тому подобное, а также в ходе текущей хозяйственной деятельности стараться постоянно изыскивать возможные пути повышения эффективности деятельности компании и резервы роста рентабельности.

### **Список литературы:**

1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке: пер. с англ.: учеб. пособие. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 288 с.: ил. – Парал. тит. англ.

2. Абдикеев Н.М. Данько Т.П. Ильдеменов С.В. Реинжиниринг бизнес-процессов: Мощное средство повышения эффективности бизнеса компании: учебник. – М.: Издательство «Эксмо», 2007. – 592 с.

## **СУБЪЕКТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ВОСПРИЯТИЯ РИСКА**

**© Лебедева А.В.\***

Астраханский государственный университет, г. Астрахань

В статье акцентируется внимание на исследованиях риска с субъективной точки зрения. Выявляются отдельные факторы, влияющие на склонность к риску отдельного индивида и компании в целом. Рассматривается актуальность формирования культуры риска в организации.

Современное управление организацией предполагает создание гибких механизмов своевременного реагирования на изменения во внешней и внутренней среде. Факторы внешней макро- (научно-технические, экономические, политических, социально-демографические, правовые и т.д.) и микросреды (поставщики, покупатели, конкуренты, органы государственного контроля, партнеры и т.д.) таят в себе огромное количество неопределенностей, которые могут привести к неожиданным убыткам и даже к гибели организации.

В тоже время в рамках самой организации действует ряд внутренних факторов, которые не меньше влияют на успешность её деятельности. Внутренние переменные – прежде всего результат решений, принимаемых в процессе менеджмента, однако это вовсе не означает того, что они могут полностью контролироваться.

Неопределенный характер воздействия внешних и внутренних факторов порождает ситуации риска. Источниками риска могут быть не только природные и техногенные катастрофы, террористические акты, обвал фондового рынка, банальный рост цен, падение спроса на производимую компанией продукцию, банкротство делового партнера, ужесточение государственного контроля бизнеса, коррупция и т.д. Более того, сам человек, его непреднамеренные действия или, напротив, осознанное поведение могут стать источником риска и привести к ущербу.

Несмотря на сложность и взаимосвязанность рисков организации хотя бы понимать рисковую ситуацию и управлять ей. В сфере риск-менеджмента уже представлены стандартные методы управления рисками, однако эффективность управления и избираемые для управления риском меры в значительной степени зависят от риск-менеджера, руководителя и прочих лиц, связанных с принятием рискованных решений.

---

\* Ассистент кафедры Менеджмента и финансов.

Это доказывает тот факт, что один и тот же риск разные люди воспринимают и реагируют на него не одинаково. Следовательно, в рамках построения системы риск-менеджмента необходимо учитывать восприятие риска отдельным человеком в частности (личная оценка риска) и корпоративной культурой в целом.

Восприятие риска – это отношение людей и общества к риску, которое необходимо учитывать при принятии решений об осуществлении рискованных проектов и выработке мероприятий по снижению риска, с тем, чтобы они были правильно восприняты и адекватно реализованы [1, с. 221].

Канеман Д. (совместно с Тверский Э.) своей работой по исследованию механизмов принятия решений индивидуумом в условиях неопределенности и риска доказал, что решения не всегда рациональны, как предполагалось в традиционной экономической теории [2, с.357-358, 6, с.508-510]<sup>1</sup>.

Сегодня психологические исследования риска с учетом субъективных суждений о природе и величине рисков ведутся в трех направлениях:

### *1. Исследования различий в рискогенных действиях*

Данный подход объясняет, что люди не склонны уходить от риска, но всегда нацелены на предотвращение потерь. Таким образом, индивидуумы не склонны рисковать, если потенциальные потери высоки, и рискуют, если велика возможная прибыль [1, с. 221].

В работе З. Шапира подчеркивается, что в вопросах принятия решения страх (чувство возможной потери) становится ведущим мотивом [2, с. 361].

В рамках такого подхода к управлению реализуется стратегия оптимизации риска (принятие рискованных решений, направленных на предотвращение возможных потерь).

Для оценки разумности человеческого поведения в процессе выбора управленческого решения Д. Бернули предложил теорию ожидаемой полезности.

Поведение отдельного человека характеризуется уникальной кривой предельной полезности. Кроме того, в рамках исследования Фридмена и Сэвиджа было установлено, что если текущий доход человека низок, то предельная полезность дохода высока, и человек готов согласиться на риск при более низкой премии, чем в том случае, когда доход высок. Иными словами, на низких уровнях дохода человек может даже искать риск. Это положение подтверждают и выводы психологов о том, что чем люди богаче, тем меньше они склонны к риску в бизнесе.

Среди топ-менеджеров организации может оказаться несколько заядлых игроков, несколько руководителей безразличных к риску (так как не осоз-

---

<sup>1</sup> За свои исследования профессор Д. Канеман получил в 2002 году Нобелевскую премию по экономике. Новый взгляд на природу риска позволил расширить аспекты управления рисками.

нают или не понимают его значения или не заинтересованы в повышении эффективности управления) и группа осторожных (рациональных) руководителей [6, с. 483]. В финансовой теории это выражается путем классификации инвесторов на риск-негативных, риск-нейтральных и риск-позитивных [4, с. 96].

## *2. Исследования индивидуального восприятия риска в процессе принятия решений, когда делают выводы на основе вероятностной информации*

Подход направлен на выявление интуитивных предубеждений в восприятии риска. Психологами отмечено, что более вероятными индивиды считают события, которые легче извлекаются из памяти.

Кроме того, Канеман и Тверски выявили психологический феномен «психологический закон малых чисел», который заключается в том, что индивиду убеждены в «справедливом уравнивании» не смотря на то, что риск отклонения от статистической средней величины на коротких сериях значителен [2, с. 360]. В рамках данного подхода более серьезным риск считается тот, который приведет к более тяжким последствиям, несмотря на не значительную вероятность его реализации.

Таким образом, принятие решений обуславливается особенностями характера, направленностью личности, темпераментом, объемом знаний и суждений о данном событии индивидуума.

Шапкин А.С. отмечает, что особую роль в принятии решений также играет интуиция и инсайт индивидуума [6, с. 487].

Обобщая вышесказанное, следует отметить что в процессе выявления и оценки рисков люди склонны использовать субъективные измерения даже в том случае, когда они работают со статистическими данными.

Отметим, что в зависимости от ситуации личностные параметры могут меняться, однако общую склонность к риску в рамках заданных полномочий реально оценить на этапе приема на работу в организацию. Полученный критерий должен сопоставляться с тем, какую политику в области управления данными рисками выбирает для себя компания. Полезным является прогнозирование отношения людей к тому или иному риску и, если это возможно, исключить привлечение людей с высокой склонностью к риску в ситуациях, когда риск необходимо исключить.

## *3. Исследования общественного восприятия риска [вишняков 221-222].*

Исследования этой направленности подчеркивают, что восприятие риска различается в зависимости от социальной и культурной среды. Этот подход объясняет характер управления рисками на разных этапах развития организации – от полного игнорирования рисков до внедрения интегрированной системы управления рисками в менеджмент. В настоящее время бизнес-среда буквально пропитана неприятием риска. Отметим, что зна-

чительное влияние на политику управления рисками в компании оказывает сформированная организационная культура.

Так, в зависимости от существующей практики управления рисками Э. Холмс выделил следующие разновидности компаний [5, с. 118-120]:

1. Компания-лемминг – отсутствует система выявления и управления рисками.
2. Компания-дронт – уклонение от риска.
3. Компания-страус – система управления рисками направлена на выделение ключевых факторов, используется политика сокращения рисков
4. Компания-сова – эффективное управление рисками (принимать на себя все риски-возможности).

|                          |                     |                        |                         |
|--------------------------|---------------------|------------------------|-------------------------|
| Управление<br>риском     | квалифицированное   | <b>Компания-страус</b> | <b>Компания-сова</b>    |
|                          | неквалифицированное | <b>Компания-дронт</b>  | <b>Компания-лемминг</b> |
|                          |                     | избегание              | поиск                   |
| <i>Отношение к риску</i> |                     |                        |                         |

Рис. 1. Классификация компаний по характеру управлению риском

Рассматривая уровень отдельной компании, можно утверждать, что одни типы корпоративной культуры более расположены к риску, чем другие. Например, из модели Джона и Гоффи можно сделать следующие выводы.

Компании с «сетевой» культурой стремятся брать на себя только хорошо просчитанные риски и, по большому счету, они стараются избегать рисков, которые могут нанести урон компании. Поскольку такие компании принимают только просчитанные иски, они много времени тратят на анализ последствий рискованных действий и оценку их альтернативных вариантов. Это значительно замедляет процесс принятия решений.

Организации с «фрагментарной» культурой не любят риск вообще, стараются избегать его, так как боятся потерять имидж. Такие организации очень редко признаются что сделали что-либо не так. Следует иметь в виду, что сотрудники таких организаций могут брать на себя риски о которых не знает руководство. Поэтому необходимо контролировать индивидуальную склонность сотрудников к принятию рисков, иначе организация может столкнуться с большими проблемами.

Организации, в которых преобладают принципы «коммерческой» культуры, принимают риски, но при этом всегда увольняют тех сотрудников, которые пошли на риск и потерпели неудачу. Страх провала принимает угрожающие размеры в этих организациях, хотя в целом компания занимает достойное место на рынке и достаточно быстро реагирует на рыночные измене-

ния. Сотрудники стараются скрывать любые проблемы и неприятности. Классический пример такой культуры риска – банки, финансовые компании.

Организации, имеющие «коллективную» культуру, охотно идут на риск и стремятся учиться на своих ошибках. Они рассматривают риск и принятие риска в качестве неотъемлемой части своей деятельности. В рамках данной культуры избежание риска воспринимается как большая проблема, чем его принятие [5, с. 166-167].

Различные исследования проведенные в разрезе национально-культурного аспекта также позволяют утверждать, что рисковое поведение людей зависит от их национальности и культуры того общества, в котором они оказываются. Японские и немецкие менеджеры менее склонны к риску, чем американские. А те, в свою очередь, значительно осторожнее россиян. Американская культура бизнеса серьезно влияет на стиль иммигрантов<sup>1</sup>.

В рамках компании следует развивать культуру риска, направленную на открытое обсуждение всех возможных проблем, рассмотрение риска как источника возможной прибыли, децентрализацией в части принятия отдельных рискованных решений.

В создании такой культуры значительную роль играет система мотивации сотрудников. Сложившаяся система оплаты не должна сдерживать менеджера от принятия рискованных решений, в противном случае компания не получит инновационного развития. Вместе с тем, система оплаты не должна поощрять людей принимать неоправданно высокие риски. Например, оплата труда коммерческого директора зависящая исключительно от объема заказов способствует реализации отгрузки неплатежеспособному клиенту.

Компания, чья цель – построение эффективной культуры риска должна отказаться от санкций к работникам, открыто поднимающих острые проблемы в организации, придерживаться коллективного метода в принятии решений. Последствия в ситуации реализации принятых рисков (управления которыми лежит на сотруднике и закреплено в его полномочиях) должны быть восприняты руководителем толерантно, а подчиненным как опыт и возможность обучения. Отказ от «обвинительной» культуры позволит создать эффективную систему по дальнейшему недопущению таких событий.

Вопросы обучения современным методам выявления и управления рисками должны включаться в постоянную деятельность сотрудников. В рамках осуществления взаимозависимых операций должны создаваться устойчивые коммуникационные связи, способствующие развитию компетентности сотрудников, единому воздействию на отдельный риск. Значительным элементом, способствующим развитию культуры риска в организации, яв-

---

<sup>1</sup> Это доказывается тем, что рисковый стиль бывших россиян, а ныне американских бизнесменов в США – одни, а в России – другой.

ляется четко сформулированная, известная и понятная сотрудникам стратегия. Трактовка миссии и отдельных целей компании отдельными сотрудниками позволяет увидеть допустимые рамки в своей деятельности.

### **Список литературы:**

1. Вишняков Я.Д. Общая теория рисков: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений / Я.Д. Вишняков, Н.Н. Радаев. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 368 с.
2. Вяткин В.Н., Гамза В.А., Екатеринославский Ю.Ю., Иванушка П.Н. Управление рисками фирмы. Программа интерактивного риск-менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.
3. Дятлов А.Н. Общий менеджмент: Концепции и комментарии: учебник / А.Н. Дятлов, М.В. Плутников, И.А. Мутовин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 400 с.
4. Макаревич Л.М. Управление предпринимательскими рисками. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2006. – 448 с.
5. Холмс Э. Риск-менеджмент / Э. Холмс; [пер. с англ.]. – М.: Эксмо, 2007. – 304 с. – (Высокий стандарт).
6. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций. – 5-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. – 544 с.

## **СДЕЛКИ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ КОМПАНИЙ: СУЩНОСТЬ ИХ ОЦЕНКИ**

**© Лукашин В.Д.\***

Представительство ООО «Инвестиционная палата», г. Ливны

С началом финансового кризиса в 2008 г. начался новый этап в развитии российского рынка слияний и поглощений. При общем спаде на рынке слияний и поглощений остались хозяйствующие субъекты, сохранившие ликвидность, которые смогли ею воспользоваться для приобретения обесценивающихся активов. В этих условиях важное значение имеет оценка сделок слияния и поглощения.

В настоящее время для России тема слияний и поглощений компаний не теряет актуальность. В результате изменения макроэкономических условий в течение последнего года, а именно мирового финансового кризиса и его негативных последствий, которые до сих пор не преодолело большинство российских компаний, у многих игроков рынка слияний и поглощений (M&A)

---

\* Руководитель представительства.

появились новые возможности по приобретению интересующих их активов по ценам, существенно более низким, чем в предыдущие годы.

Как показывает практика, пики сделок слияний и поглощений приходятся на периоды структурных изменений, промышленных кризисов и подъемов, инфляции, технологических революций, когда происходит существенная организационная перестройка экономики и переоценка ее активов. Именно такая ситуация сложилась в мировой экономике на сегодняшний день. В то же время, несмотря на то, что у руководителей компаний – участников рынка M&A – имеется немалый практический опыт в области осуществления сделок слияний и поглощений и много научных работ на данную тему создано учеными-экономистами, было бы крайне неразумно заключить, что управление интеграцией компаний-участников сделки M&A сегодня уже является развитой областью науки. Управление операциями слияния и поглощения нуждается в более активном развитии. Лучшие решения еще не определены, наблюдается очевидный пробел в качественных выводах. Проблемы в большом количестве беспокоят даже лучших специалистов в данной области. Как следствие, в последнее время интерес к изучению проблемы сделок слияний и поглощений существенно вырос.

На данном этапе развития рынка M&A многие сделки по слиянию и поглощению компаний оказываются неудачными, что является следствием их неправильной оценки. Поэтому следует выбрать наиболее эффективный подход к оцениванию сделок M&A для того, чтобы пресечь данную негативную тенденцию.

В научной литературе разные варианты методологий оценки сделок M&A разделяют на два принципиально различающихся между собой методологических подхода – перспективную и ретроспективную оценку слияний и поглощений. Сущность перспективной оценки заключается в соотношении сумм затрат с некой оценкой приобретаемой компании, включающей в себя приведенную сумму ожидаемых денежных потоков, генерируемых приобретенной компанией. Данный вид оценки активно используется при принятии решений об осуществлении сделки M&A, но при этом не является объективным критерием эффективности слияний и поглощений, так как включает в себе фактор неопределенности будущих результатов. Второй вид оценки – ретроспективный анализ, основанный на рассмотрении динамики тех или иных характеристик деятельности компаний за определенный промежуток времени после осуществления слияния, что позволяет сделать более точный вывод об эффективности сделки.

Проведение перспективной оценки стоимости компаний в целях их приобретения является одним из конкретных видов оценки стоимости компаний. При практическом осуществлении слияний и поглощений производятся как минимум два типа оценок стоимости компании. Первый тип оценки осуществляется внутренними силами компании-покупателя и является

неотъемлемой частью процедуры должной проверки. Второй тип осуществляется независимыми оценщиками и необязательно совпадает с первым по применяемым методикам и полученным результатам.

Проведение перспективной оценки представляет наибольшую сложность, потому что от того, насколько качественно будет она проведена, зависит как само осуществление сделки, так и ее последствия.

В соответствии с законом «Об акционерных обществах» целью проведения перспективной оценки является «определение рыночной стоимости объекта», которая является производной от стоимости бизнеса (точнее – стоимости акционерного капитала) и вполне может отличаться от курсовой стоимости акций объекта оценки.

Под рыночной стоимостью объекта оценки понимается наиболее вероятная цена, по которой данный объект оценки может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величину цены сделки не влияют какие-либо чрезвычайные обстоятельства, то есть когда:

1. одна из сторон сделки не обязана отчуждать объект оценки, а другая сторона не обязана принимать исполнение;
2. стороны сделки хорошо осведомлены о предмете сделки и действуют в своих интересах;
3. объект оценки представлен на открытый рынок в форме публичной оферты;
4. цена сделки представляет собой разумное вознаграждение за объект оценки и принуждения к совершению сделки в отношении сторон сделки не было;
5. платеж за объект оценки выражен в денежной форме.

Поэтому перспективная оценка должна стать основанием для решения следующих задач:

- разработка планов и стратегий развития интегрированного предприятия;
- оценка эффективности менеджмента;
- определение реальной стоимости одной акции.

При этом оценка должна отвечать следующим требованиям:

- простота;
- наглядность;
- обоснованность;
- периодичность;
- информативность.

Несмотря на значительное количество вариаций подходов к оценке стоимости компаний, можно выделить три основных метода оценки: оценку стоимости чистых активов (затратный подход), метод коэффициентов (сравнительный подход) и метод дисконтированных денежных потоков (доход-

ный подход). Каждый из методов представляет собой компромисс между неопределенностью исходных данных и адекватностью оценки стоимости. Оценка стоимости активов оперирует точными историческими данными, но не представляет собой полноценную оценку справедливой стоимости компании, поскольку исторические затраты не позволяют создать полную картину будущих доходов. Метод коэффициентов также оперирует достаточно точными данными о сходных компаниях или сходных сделках, но, опять же, не отражает полностью стоимость компаний, участвующих в слиянии, поскольку практически невозможно найти полностью идентичные компании и полностью идентичные сделки. Метод дисконтированных денежных потоков, напротив, дает верное представление о стоимости компании, однако в его основе заложена значительная доля неопределенности, поскольку метод строится на прогнозных данных о денежных потоках.

Оценка стоимости компании, основанная на определении стоимости ее чистых активов, нашла отражение в российском законодательстве. Понятие «чистые активы», минимальный объем чистых активов вводится в ст. 35 ФЗ «Об акционерных обществах», а конкретный порядок оценки стоимости чистых активов утвержден приказом Министерства финансов РФ № 71 «О порядке оценки стоимости чистых активов акционерных обществ».

Однако, в большинстве работ, посвященных теме перспективной оценки, предпочтение методу дисконтированных денежных потоков.

Оценка стоимости компании в целях ее приобретения методом дисконтированных денежных потоков имеет определенные особенности, заключающиеся в том, что в прогноз результатов деятельности приобретаемой компании должны закладываться ожидаемые синергетические эффекты и планы компании-покупателя в отношении развития компании-цели. Существуют три разновидности метода дисконтированных денежных потоков в зависимости от того, какой показатель лежит в основании дисконтирования:

1. прогноз будущих дивидендов;
2. прогноз операционных денежных потоков;
3. прогноз свободных денежных потоков.

Прогноз будущих дивидендов зависит от прогноза прибыли компании и производится либо на один последующий период с дисконтированием по формуле пожизненной ренты, либо на ряд периодов с последующим дисконтированием по формуле пожизненной ренты.

Стоимость компании по методу прогноза операционных денежных потоков рассчитывается как сумма дисконтированных операционных денежных потоков за минусом стоимости ее долга. Дисконтирование осуществляется по ставке средневзвешенной стоимости капитала, которая учитывает стоимость привлечения компанией всех видов финансирования.

$$\text{Стоимость} = \sum_{i=1}^n \frac{ОДП_i}{(1 + CCK)^n} - \text{Долг}$$

где  $ОДП$  – операционные денежные потоки;  
 $ССК$  – средневзвешенная стоимость капитала;  
 $n$  – число периодов, принимаемое равным бесконечности.

При этом, величина операционных денежных потоков рассчитывается по следующей формуле:

$$ОДП = ПДНП \times (1 - СНП) + Амортизация - KB - \Delta TA + \Delta TO - ПА$$

где  $ОДП$  – операционные денежные потоки;  
 $ПДНП$  – прибыль до налогообложения и выплаты процентов;  
 $СНП$  – ставка налога на прибыль;  
 $KB$  – капитальные вложения;  
 $\Delta TA$  – изменение текущих активов;  
 $\Delta TO$  – изменение текущих обязательств;  
 $ПА$  – прочие активы.

Однако, рассчитать стоимость компании путем суммирования бесконечного количества дисконтированных денежных потоков не возможно, более того, в этом нет практической необходимости. В связи с этим необходимо ограничиться расчетом денежных потоков только для ряда лет, после чего рассчитывается стоимость денежных потоков по формуле пожизненной ренты.

Третий вариант расчетов по методу дисконтированных денежных потоков основывается на прогнозе свободных денежных потоков. Он отличается от предыдущего метода тем, что выплаты долгов и процентов по ним, так же как и привлечение новых заемных средств, учитываются в прогнозе денежных потоков. Свободные денежные потоки представляют собой потенциальные выплаты акционерам, в связи, с чем они дисконтируются не по ставке средневзвешенной стоимости капитала, а по ставке стоимости акционерного капитала компании. Следовательно, свободные денежные потоки рассчитываются по следующей формуле:

$$СДП = ЧП + Амортизация - KB - \Delta TA + \Delta TO - ВЗС + УЗС$$

где  $СДП$  – свободные денежные потоки;  
 $ЧП$  – чистая прибыль;  
 $KB$  – капитальные вложения;  
 $\Delta TA$  – изменение текущих активов;  
 $\Delta TO$  – изменение текущих обязательств;  
 $ВЗС$  – выплаты заемных средств;  
 $УЗС$  – увеличение заемных средств.

Тогда стоимость компании рассчитывается как сумма свободных денежных потоков, дисконтированных по ставке стоимости акционерного капитала компании следующим образом:

$$\text{Стоимость} = \sum_{i=1}^n \frac{СДП_i}{(1 + САК)^n}$$

где *СДП* – свободные денежные потоки;

*САК* – стоимость акционерного капитала компании;

*n* – число периодов, принимаемое равным бесконечности.

Результаты оценки по трем разновидностям метода дисконтированных денежных потоков могут различаться в результате различия входных данных, однако при наличии соответствующей финансовой отчетности все три метода должны применяться для наибольшей достоверности полученных результатов.

Однако в российской практике использование метода дисконтированных денежных потоков связано с двумя основными типами препятствий:

- отсутствие у абсолютного большинства российских предприятий стабильной дивидендной истории, на основании которой можно было бы прогнозировать размер денежных выплат акционерам;
- сложностью толкования российской бухгалтерской отчетности в целях прогнозирования денежных потоков.

В то же время второй тип сложностей возможно преодолеть тремя путями: во-первых, использованием финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с западными стандартами учета; во-вторых, при анализе поглощаемой компании могут использоваться методики трансформации бухгалтерской отчетности; и, в-третьих, при анализе возможно моделирование денежных потоков, основанное на широком круге производственных и финансовых параметров.

И так если цель перспективной оценки слияний и поглощений – это определение степени эффективности (или неэффективности) предстоящей сделки, то задачей ретроспективной оценки является определение соответствия проведенного слияния критерию максимизации стоимости. При этом существуют три основных подхода к оценке эффективности:

1. оценка на основании бухгалтерских и производственных показателей (бухгалтерский подход);
2. оценка на основе движения курсов акций компаний-участников сделки (рыночный подход);
3. комбинированный подход.

Бухгалтерский подход основан на сопоставлении результатов деятельности компаний до и после слияния на основе данных бухгалтерской отчетности. Оценка эффективности при использовании бухгалтерского подхода осуществляется на основании сравнения ряда производственных и финансовых показателей, к которым относятся:

- доля компании на рынке;

- операционные показатели (объем производства, уровень себестоимости и др.);
- финансовые показатели (прибыль, рентабельность собственного капитала, рентабельность активов и др.).

При анализе динамики изменения данных показателей до и после слияния делается заключение об эффективности или неэффективности сделки M&A. Преимуществами такого подхода являются доступность и относительная простота интерпретации данных отчетности, возможность легкой обработки данных, достоверность используемых фактических данных, ограниченная лишь достоверностью бухгалтерской отчетности компании.

С другой стороны, бухгалтерский подход имеет ряд недостатков с точки зрения оценки эффективности компании после сделки M&A, среди которых можно назвать следующие:

- во-первых, бухгалтерская отчетность базируется на данных прошлых периодов и часто игнорирует текущие рыночные цены;
- во-вторых, изменения в показателях деятельности компании до и после сделки M&A, рассчитанных на основе данных бухгалтерской отчетности, могут быть следствием не только слияния (поглощения), но и других событий, которые также должны приниматься во внимание.

Второй подход к ретроспективной оценке эффективности слияния основан на изучении реакции фондового рынка на слияние, а точнее на анализе изменения доходности акций компании в результате ее участия в процессах слияний и поглощений по сравнению с средней доходностью ценных бумаг данной компании. Данные об изменении рыночных курсов акций отражают реальный экономический эффект от слияния двух компаний для их акционеров. Изменение доходности акций изучают по сравнению с их средней доходностью как по отношению к компании-покупателю, так и приобретаемой компании. Можно подвергнуть анализу и совокупный эффект от сделки M&A на стоимость компании, возникающий в результате слияния или поглощения, в этом случае в качестве базы для сравнения берется средневзвешенная сумма прироста дохода участников сделки M&A.

Но при применении данного подхода может возникнуть следующая проблема. Так если изменение рыночной доходности компаний изучается в течение краткосрочного периода (например, незадолго до даты объявления о совершении сделки M&A), недостатком данного подхода является то, что в качестве исходной базы для анализа используются не реальные изменения в деятельности компании, а рыночные ожидания по поводу еще не состоявшихся событий. Поэтому необходимо выбирать временной промежуток до сделки M&A таким образом, чтобы влияние событий не связанных с проведением сделки M&A на курсовую стоимость акций было минимальным.

Комбинированный метод объединяет первые два подхода при анализе эффективности сделок слияний и поглощений и включает в себя следующие этапы:

1. анализ данных бухгалтерской отчетности и результатов деятельности компании;
2. анализ динамики рыночных курсов акций компании;
3. изучение корреляции между изменением показателей, рассчитанных на основе бухгалтерской отчетности, и изменением курсовой стоимости акций компании.

Одной из целей данного подхода является изучение способности рынка проводить различия между успешными сделками M&A, результатом которых является улучшение показателей деятельности компании, и неудачными.

Однако для того чтобы провести эффективную оценку сделки M&A, необходимо найти компромисс между двумя видами оценки (перспективной и ретроспективной). Это является возможным при постепенной сверке и замене прогнозных данных в первом виде фактическими результатами деятельности компаний после сделки M&A. При этом следует учитывать различную направленность данных двух видов оценки на практике: перспективная оценка используется для принятия решения о совершении сделки M&A, а ретроспективная оценка пригодна для определения того, насколько удачно функционирует созданная в результате сделки структура.

В то же время в большинстве компаний, активно проводящих эффективные сделки M&A (таких как Bank of America), существуют команды специалистов по слияниям и поглощениям. Эти специалисты осуществляют подготовку к проведению сделки M&A, применение методов оценки эффективности слияний и поглощений и контроль за процессами интеграции в целом. У них разработаны и задокументированы специальные модели оценивания, к которым обеспечена возможность быстрого доступа и использования в случае необходимости. Эти модели синхронизированы с общей моделью деятельности компании и позволяют за более короткое время получить выгоду от сделки, а также совершить большее количество сделок с меньшими рисками. Так же специалисты по сделкам M&A имеют свои разработанные системы управления различными функциями, и присоединенные компании перестраиваются на те же системы, что делает процесс оценки гораздо более точным.

Поэтому для использования современной системы оценивания эффективности сделок M&A необходимо не только внедрять современные методы оценки, но и осуществить следующие мероприятия:

1. Сформировать команду экспертов (специалистов по сделкам M&A), причем она должна состоять из экспертов в различных областях (специалисты по контролю качества производства, логисты, IT-специалисты, экологи, специалисты по работе с клиентами). Данная команда должна проводить свои исследования как на основе информации полученной от компании участвующей в сделке M&A, так и на основе информации полученной из альтернативных источников.
2. Как можно раньше подключить специалистов к работе. Очень часто, например, логистов или IT-специалистов подключают к ра-

боте, когда сделка уже практически совершена, это неправильный подход, ведь их исследования занимают довольно большой период времени. Поэтому использовать специалистов необходимо тогда, когда только это станет возможным, чтобы вовремя получить интересующую информацию. При этом нужно быть готовым к сбоем даже в самом тщательно продуманном процессе, а также к непредвиденным расходам.

3. Ориентировать специалистов на основную цель их деятельности – определение наиболее вероятных будущих систем управления и предстоящих вложений, выгод, рисков и т.д.

Команда специалистов по сделкам M&A должна иметь следующий состав:

1. Лидер – опытный специалист широкого профиля. Он должен отвечать за определение важнейших сфер исследования, работу со специалистами с целью выявления основных рисков, сфер будущих вложений, базовых расходов и т.д., также лидер ответственен за обработку всех возможных сценариев будущего слияния или поглощения.
2. Различные специалисты – квалифицированные специалисты, которые могут быстро исследовать какой-либо вопрос. Их задачей является быстрое определение рисков в сфере будущего вложения. Хорошая команда экспертов обычно включает следующих специалистов:
  - специалист, ответственный за общую оценку предприятия, который может быстро оценить техническую и функциональную адекватность систем компании и выяснить, соответствуют ли они существующим нормам, могут ли справляться с современными нагрузками. Данный специалист может авторитетно сказать, необходимы ли в этой области соответствующие инвестиции;
  - специалисты в сфере прикладного анализа, которые помогают установить стабильное расходование средств, финансовые потоки фирмы и определить их значимость для работы компании в будущем. Они анализируют текущую деятельность организации, чтобы определить ее финансовое положение и параметры инвестирования. Специалисты в сфере прикладного анализа тесно работают с администраторами баз данных и специалистами отдела программирования, чтобы проанализировать всю деятельность компании и дать рекомендации по инвестированию или рационализации тех или иных областей;
  - специалисты в области инфраструктуры – эксперты, исследующие инфраструктуру компании, с целью выявления областей риска. В их ведении находятся базы данных, местные и глобальные сети, телекоммуникации и безопасность.
  - эксперты баз данных – специалисты задача которых состоит в том, чтобы улучшить качество и структуру баз данных для упрощения управления, помочь объединить данные обеих компаний.

Таким образом, оценка сделок М&А является одним из основных элементов стратегии слияний и поглощений – по двум причинам. Во-первых, оценка стоимости перспективных для слияния компаний является ключевым фактором оценки экономической целесообразности слияния или поглощения. Во-вторых, оценка различных показателей компаний после осуществления слияний позволяет проанализировать факторы, повлиявшие на успех или неудачу свершившегося слияния, и сделать выводы для дальнейшего осуществления финансовой стратегии. Однако использование методов оценки эффективности сделок М&А должно осуществляться с учетом российской специфики.

### **Список литературы:**

1. Лукашин В.Д. Актуальность изучения сделок слияния и поглощения / В.Д. Лукашин // Наука в інформаційному просторі: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (16-17 вересня 2010 р.): в 5 т. Т. 5: Теоретичні та практичні дослідження в галузі економіки. – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2010. – С. 7-10.
1. Молотников А. Е. Слияния и поглощения: российский опыт / А.Е. Молотников. – М.: Вершина, 2006. – 344 с.
2. Петросьян А. Корпоративная интеграция: оценка слияний и поглощений / А. Петросьян, М. Мусатова // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 4. – С. 16-29.
3. Радугин А. Российский рынок слияний и поглощений: этапы, особенности, перспективы / А. Радугин // Вопросы экономики. – 2009. – № 9. – С. 23-45.
3. Фостер Р.С. Искусство слияний и поглощений / Р.С. Фостер, А.Р. Лажу; пер. с английского. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. – 958 с.

## **СТРУКТУРА И ТИПОВЫЕ КОМПОНЕНТЫ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ ФИНАНСОВОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**© Макаров Ю.Н.\***

Сводное управление организации космической деятельности Роскосмоса,  
г. Москва

В статье описана структура, типовые компоненты и этапы создания информационно-аналитической системы для финансовой структуры предприятия.

Информационная инфраструктура современной финансовой структуры предприятия (ФСП) формируется множеством различных систем [2].

---

\* Начальник, кандидат технических наук.

ФСП можно рассматривать, как внутренний «банк» предназначенный для оценки возможности инвестирования и самого инвестирования интегрированных, либо для интегрируемых предприятий в будущей перспективе, с вытекающими из этого аналогичными понятиями и методами работы как у простых банков, в связи с хорошо проработанными методами.

В ФСП в том или ином виде присутствуют фронт- и бэк-офисы, базы данных, хранилища данных, автоматизированные системы ФСП. Чтобы обеспечить поддержку принятия решений на различных уровнях финансового управления, нужно собрать, сохранить, обработать и проанализировать огромное количество сведений из самых разнообразных источников, а для этого необходим инструмент, объединяющий в себе передовые информационные технологии и развитый математический аппарат. ИАС предлагает доступ к этим инструментам руководству и сотрудникам аналитических отделов и строится по следующим принципам: объединение информационных процессов ФСП; встраивание системы в организационную структуру предприятия; координация усилий ФСП при выполнении поставленных задач; открытость системы для дальнейшего развития; возможность упрощения системы; безопасность и защита от несанкционированного использования; комплексное использование современных методов анализа данных.

Исторически принято выделять два типа источников данных: транзакционные (*OLTP – Online Transaction Processing*) и аналитические (*OLAP – online analytical processing*) [1]. На этапе первоначальной фиксации данные поступают через системы сбора и обработки информации в так называемые транзакционные базы данных. Для их согласования решается задача консолидации данных, их преобразования и очистки, в результате чего данные поступают в информационные хранилища. Их использование гарантирует обеспечение целостности, непротиворечивости и хронологии данных, а также высокую скорость выполнения аналитических запросов.

Создание ИАС для задач инвестирования малых и средних предприятий состоит из следующих шагов:

- Сбор и первичная обработка данных.
- Извлечение, преобразование и загрузка данных в консолидированный источник (*ETL (Extract, Transform, Load)*-процессы).
- Формирование витрин данных и OLAP-представлений.
- Анализ данных и моделирование.
- Распространение аналитической отчетности и моделей среди конечных пользователей, а также встраивание моделей в бизнес-процессы предприятия.

Архитектура ИАС в обобщенном виде представлена на рис. 1.

На первых двух этапах определяются с тем, какие данные будут содержаться в консолидированном источнике (как правило, это хранилище дан-

ных), проектируется структура хранилища, настраиваются средства загрузки данных с предварительной проверкой ошибок и приведением данных к принятому стандартному виду.



Рис. 1. Архитектура ИАС для задач инвестирования подрядчиков

Важный момент – интеграция ИАС с внешними источниками информации. Для ФСП основным внешним источником могут служить организации-аналоги бюро кредитных историй (БКИ) в финансово-кредитной сфере. Значительно повысить точность оценки кредитного риска, связанного с конкретным подрядчиком, призван анализ инвестиционной истории подрядчика. Зарубежная практика уже давно доказала свою эффективность, и более того, в настоящий момент является главным инструментом в выборе наилучшего решения при принятии окончательного заключения. В отечественной практике создание бюро кредитных историй наконец-то получило должное развитие, и со временем роль данных организаций в работе с бизнесом будет только возрастать. В сфере же инвестирования

подрядчиков в промышленности таких организаций в РФ на сегодняшний день не существует.

На третьем этапе «Формирование витрин данных и OLAP-представлений» над хранилищем данных настраивается аналитическая отчетность, которую обеспечивают пользовательские инструменты задания сложных запросов и наглядного представления их результатов. Здесь говорят о нерегламентированных запросах – когда результат одного запроса наводит аналитика на мысль о том, каким должен быть следующий запрос. К типичным запросам инвестиционных процессов, выполняемых в интерактивном режиме, относят отчеты о динамике инвестиционного портфеля заявок в разрезе дат, филиалов, видов инвестиций; развернутые отчеты о процентных соотношениях причин срывов поставок комплектующих изделий или услуг подрядчиками, качестве тендерных карт и другие.

На этапе «Анализ данных и моделирование» используются математические и статистические методы для построения моделей системного анализа поставщика (САП), количественных оценок лояльности предприятий-подрядчиков, то есть решения задач интеллектуального анализа данных.

Последний этап предполагает тиражирование построенных шаблонов, моделей, отчетов среди лиц, принимающих решение, а также их интеграция в существующие учетные системы ФСП.

#### **Список литературы:**

1. Барсегян А.А., Куприянов М.С. Технологии анализа данных. Data Mining, Visual Mining, Text Mining, OLAP. – БХВ-Петербург, 2007. – 384 с.
2. Семакин И.Г., Хеннер Е.К. Информационные системы и модели. Электронный курс: Методическое пособие. – М.: БИНОМ; Лаборатория знаний, 2006. – 304 с.

## **МЕТОДОЛОГИЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПАРАМЕТР БЕТА КАК ОСНОВА АНАЛИЗА СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА**

**© Миронова И.В.\***

Казанский государственный архитектурно-строительный университет,  
г. Казань

В статье рассмотрено определяющее значение параметра бета при оптимизации структуры капитала организации. Бета как инструмент

---

\* Соискатель кафедры «Экономика и предпринимательство в строительстве».

принятия инвестиционного решения смоделирован как для котируемых на фондовой бирже компаний, так и для компаний, не представленных на рынке ценных бумаг.

Восстановление фондового рынка после финансового кризиса 2008 года определяет возрастающую роль инвестиционного анализа, который позволяет повысить эффективность инвестирования путем выявления оптимального портфеля. Крах ипотечного кредитования в Америке в очередной раз подтвердил, что базисный актив, стоящий во главе угла, должен быть тщательно изучен.

Формирование инвестиционного портфеля, направленное на его диверсификацию, предполагает, что основными его составляющими являются акции и облигации. В данном случае определяющую роль играет выбор эмитента.

Одним из показателей, на основе которого можно проводить анализ доходности инвестиций в ценные бумаги, является бета.

Показатель бета характеризует изменение котировки ценной бумаги по сравнению с общими колебаниями на рынке и рассчитывается по следующей формуле:

$$\beta_i = \text{cov}(r_{it}, r_{mt}) / \text{var}(r_{mt})$$

где  $\text{cov}(r_{it}, r_{mt})$  – коэффициент ковариации доходности анализируемой ценной бумаги и среднерыночной доходности;

$\text{var}(r_{mt})$  – дисперсия среднерыночной доходности.

Фактически бета показывает, насколько процентов изменится доходность акции при изменении общей доходности фондового рынка на один процент. Таким образом, финансовые инструменты с бетой больше единицы подвержены большей волатильности доходности по сравнению со среднерыночной и наоборот.

Определение беты важно при формировании портфеля, так как обуславливает необходимость его расширения в целях диверсификации. При этом необходимо отметить, что общий риск инвестирования в портфель или отдельный актив складывается из недиверсифицируемого риска  $\beta_i^2 \sigma_m^2$  и диверсифицируемого риска  $\sigma_{ei}^2$ .

Непосредственный расчет показателя связан с рядом спорных моментов:

- какую периодичность данных нужно брать: годовую, месячную или недельную доходность;
- сколько наблюдений необходимо включать в расчет;
- какой индекс использовать в качестве показателя среднерыночной доходности.

Что касается выбора частоты данных, то в данном случае следует исходить из их однородности. Если можно выделить явные тенденции при

изучении графического представления изменения показателя беты, то анализируемый период необходимо разбить на несколько субпериодов.

Выбор индекса как показателя среднерыночной доходности зависит от фондовой биржи, на которой котируется ценная бумага, а также от отрасли, в которой функционирует компания-эмитент.

Среднее значение беты варьируется с 0 до 3. Нижняя граница обусловлена тем, что невозможно найти ценную бумагу, на доходность которой никак не повлияло бы изменение среднерыночной доходности, что в очередной раз может быть подтверждено последним финансовым кризисом, так как когда фондовый рынок рушится это в любом случае оказывает неблагоприятное влияние на все его составляющие. Верхняя граница значения беты предполагает, что если бы существовала возможность переиграть рынок, то рациональные инвесторы воспользовались бы ей, что привело бы к повышению среднерыночной доходности и корректировки показателя бета в сторону уменьшения.

Так как бета определяется на основании доходности ценной бумаги эмитента, то она существенно различается для разных компаний, однако может иметь сравнимые значения по отрасли. В данном случае следует иметь в виду, что многие крупные организации вовлечены в разного рода деятельность, и беты по ним следует рассматривать по отдельным направлениям их функционирования.

Причина разброса бет по компаниям внутри одной отрасли заключается также в различных структурах капитала, их характеризующих.

Бета для компании, учитывающая ее структуру финансирования, может быть рассчитана на основе уравнения Хамады, представленном в следующем виде:

$$\beta_L = \beta_U(1 + (1 - T)(D / E))$$

где  $\beta_L$  – бета с учетом структуры капитала;

$\beta_U$  – бета без учета структуры капитала

Показатель беты без учета структуры капитала во-первых позволяет сравнить чувствительность изменения доходности ценной бумаги по сравнению со среднерыночной вне зависимости от структуры финансирования компании-эмитента.

Как это следует из табл. 1 разница между показателями бета с учетом структуры капитала по четырем крупнейшим мировым компаниям нефтегазовой отрасли существенно снизилась, когда мы исключили фактор структуры финансирования и налоговых ставок, применяемых компаниями.

Во-вторых, исключение влияния фактора структуры финансирования дает возможность рассчитать показатель беты для тех компаний, которые не котируются на фондовом рынке, либо для тех, по которым данный показатель не представлен в финансовых обзорах.

Таблица 1

**Финансовые показатели компаний нефтегазовой отрасли [2]**

| Показатель                                                                           | ExxonMobil | Royal Dutch Shell | BP     | Petrobras-Petróleo Brasil |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------|--------|---------------------------|
| Соотношение долговых обязательств к рыночной стоимости собственного капитала (D / E) | 0,0311     | 0,2081            | 0,2092 | 0,2962                    |
| Бета с учетом структуры капитала                                                     | 0,3170     | 0,6500            | 0,7280 | 1,1240                    |
| Налоговая ставка                                                                     | 0,5471     | 0,3950            | 0,3941 | 0,2392                    |
| Бета без учета структуры капитала                                                    | 0,3126     | 0,5773            | 0,6461 | 0,9173                    |

Данная методика предполагает определение средней беты без учета структуры капитала по компаниям в заданной отрасли, к которой в последствии применяется уравнение Хамады, корректирующее среднюю бету по отрасли на коэффициент соотношения заемных и собственных источников средств и ставку налогообложения по налогу на прибыль.

Таблица 2

**Расчет показателя бета для ОАО «Газпром»**

|                           |        |
|---------------------------|--------|
| Средняя бета по компаниям | 0,5902 |
| Оцениваемая бета          | 0,7909 |

Показатель беты, определяемый структурой финансирования компании, влияет в свою очередь на стоимость привлечения собственных средств, которая участвует в расчете средневзвешенной стоимости капитала (WACC).

В приведенной ниже таблице представлена средневзвешенная стоимость капитала для различной структуры капитала компании ОАО «Газпром».

Таблица 3

**Расчет оптимальной структуры капитала**

| Доля собственного капитала, % | Доля заемного капитала, % | Бета   | Стоимость собственного капитала | Стоимость заемных средств | WACC   |
|-------------------------------|---------------------------|--------|---------------------------------|---------------------------|--------|
| 0                             | 100                       | -      | -                               | 0,2495                    | 0,1989 |
| 5                             | 95                        | 9,5331 | 1,1009                          | 0,2370                    | 0,2346 |
| 10                            | 90                        | 4,8263 | 0,5870                          | 0,2245                    | 0,2198 |
| 15                            | 85                        | 3,2574 | 0,4157                          | 0,2120                    | 0,2061 |
| 20                            | 80                        | 2,4729 | 0,3300                          | 0,1996                    | 0,1933 |
| 25                            | 75                        | 2,0022 | 0,2786                          | 0,1871                    | 0,1816 |
| 30                            | 70                        | 1,6884 | 0,2444                          | 0,1746                    | 0,1708 |
| 35                            | 65                        | 1,4643 | 0,2199                          | 0,1621                    | 0,1610 |
| 40                            | 60                        | 1,2962 | 0,2015                          | 0,1497                    | 0,1522 |
| 45                            | 55                        | 1,1655 | 0,1873                          | 0,1372                    | 0,1444 |
| 50                            | 50                        | 1,0609 | 0,1758                          | 0,1247                    | 0,1377 |
| 55                            | 45                        | 0,9753 | 0,1665                          | 0,1123                    | 0,1319 |
| 60                            | 40                        | 0,9040 | 0,1587                          | 0,0998                    | 0,1271 |
| 65                            | 35                        | 0,8436 | 0,1521                          | 0,0873                    | 0,1232 |

*Продолжение табл. 3*

| Доля собственного капитала, % | Доля заемного капитала, % | Бета   | Стоимость собственного капитала | Стоимость заемных средств | WACC   |
|-------------------------------|---------------------------|--------|---------------------------------|---------------------------|--------|
| 70                            | 30                        | 0,7919 | 0,1465                          | 0,0748                    | 0,1204 |
| 75                            | 25                        | 0,7471 | 0,1416                          | 0,0624                    | 0,1186 |
| 80                            | 20                        | 0,7078 | 0,1373                          | 0,0624                    | 0,1198 |
| 85                            | 15                        | 0,6732 | 0,1335                          | 0,0624                    | 0,1209 |
| 90                            | 10                        | 0,6425 | 0,1301                          | 0,0624                    | 0,1221 |
| 95                            | 5                         | 0,6149 | 0,1271                          | 0,0624                    | 0,1233 |
| 100                           | 0                         | 0,5902 | 0,1244                          | 0,0000                    | 0,1244 |

Так как структура капитала с долей собственных средств 0-15 % является неприемлемой для организаций нефтегазового комплекса в силу необходимости значительной фондовооруженности, показатели бета соответствующие заданной структуре финансирования определяются лишь на теоретическом уровне.

На заданном примере была проиллюстрирована методика оптимизации структуры капитала, при которой достигается минимальное значение средневзвешенной стоимости капитала и, следовательно, максимальная стоимость компании. Следует отметить, что наименьшее значение WACC, обусловленное соотношением собственных и заемных средств как 75 : 25, не эквивалентно структуре капитала при минимальном значении беты, что свидетельствует о присутствии налогового эффекта.

Таким образом, показатель беты оказывает непосредственное воздействие на структуру финансирования организации, так как участвует в расчете средневзвешенной стоимости капитала, минимизация которой позволяет оптимизировать структуру капитала компании.

В свою очередь соотношение собственного и заемного капитала компании влияет на показатель беты с учетом структуры капитала, определяя тем самым рискованность вложений в ценные бумаги эмитента.

Взаимозависимость рассмотренных параметров позволяет моделировать альтернативные варианты инвестиционных решений, прогнозируя риск волатильности доходности финансовых вложений в зависимости от структуры финансирования организаций.

### **Список литературы:**

1. Gregory A. Strategic valuation of companies / A. Gregory // Financial times. – 2002.
2. Palepu K.G., Healy P.M., Bernard V.L., Peek E. Business analysis and valuation: IFRS edition / K.G. Palepu, P.M. Healy, V.L. Bernard, E. Peek. – Thomson, 2007.
3. Информационная база Thomson ONE Banker [Электронный ресурс]: Бухгалтерская финансовая отчетность компаний за 2005-2009 гг. / Официальный сайт Thomson ONE Banker. – Режим доступа: [www.banker.thomsonib.com](http://www.banker.thomsonib.com).

## ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

© Шипунов В.Ю.\*

Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС», г. Москва

В статье рассматриваются принципы построения региональной сети и правовое регулирование региональных подразделений коммерческого банка.

Коммерческие банки являются частью банковской системы, степень развития которой оказывает значительное влияние на основные направления ведения бизнеса кредитных организаций. Поэтому рассмотрение развития банковской системы обусловлено необходимостью выявления особенностей, которые нельзя не принять к рассмотрению при исследовании вопроса построения системы продаж розничного бизнеса коммерческого банка.

Для этих целей был проведен анализ территориальной распределенности кредитных организаций по Федеральным округам. Для анализа использовались статистические материалы Банка России [1], расчеты и диаграммы выполнены автором статьи. Так, на 1 января 2010 г. Банковская система России была представлена 1058 кредитными организациями и 3238 филиалами, расположенными во всех регионах. Как видно из диаграммы (рис. 1), наибольшее количество кредитных организаций – 598 зарегистрированы в Центральном Федеральном округе, следом за Центральным федеральным округом по количеству кредитных организаций идет Приволжский ФО (125 кредитных организаций), затем Южный ФО (113 Кредитных организаций). На 4 месте находится Северо-Западный Федеральный округ с 75 Кредитными организациями, 5-6 место делят Сибирский Федеральный округ и Уральский Федеральный округ с 62 и 54 Кредитными организациями соответственно. Значительно отстает Дальневосточный Федеральный округ, на территории которого зарегистрировано лишь 31 кредитная организация.

Причем большая часть кредитных организаций – 535 (50,57 % от общего числа) – зарегистрирована в Московском регионе. Таким образом, можно сделать вывод об очень большой концентрации кредитных организаций.

Эти цифры подтверждают заметный структурный перекося в степени развития банковской отрасли в Москве по отношению к другим регионам России, который является еще одним признаком недостаточного развития общероссийского банковского рынка.

Ситуация с территориальной распределенностью филиалов (рис. 3), отчасти, очень схожа с той, с которой мы столкнулись при рассмотрении Кредитных организаций.

---

\* Соискатель.

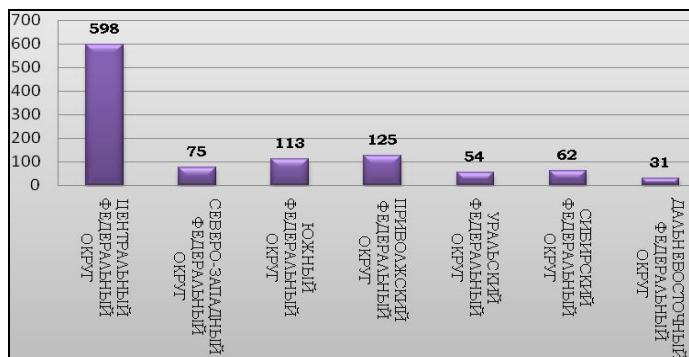


Рис. 1. Количество кредитных организаций по Федеральным округам РФ на 01.01.2010 г.



Рис. 2. Количество кредитных организаций, зарегистрированных в Московском регионе

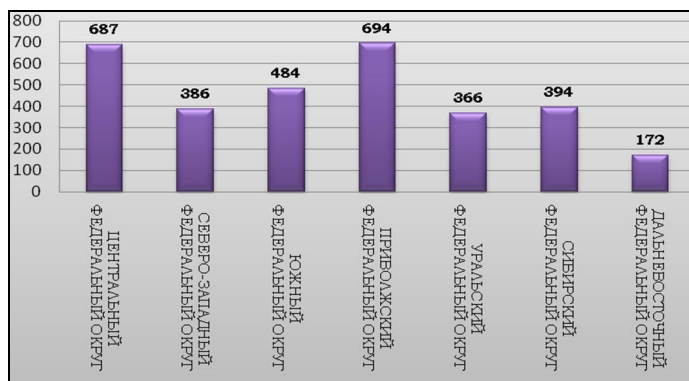


Рис. 3. Количество филиалов кредитных организаций по Федеральным округам РФ на 01.01.2010 г.

Здесь лидирует Приволжский Федеральный округ (694 филиала). На втором и третьем месте также находятся Центральный Федеральный округ (687 филиалов) и Южный Федеральный округ (484 филиала). На 4 месте находится Сибирский Федеральный округ с 394 филиалами, далее следует, Северо-Западный Федеральный округ с 386 филиалами, Уральский Федеральный округ находится на 6 месте – 366 филиалов. Замыкает список Дальневосточный Федеральный округ с 172 филиалами.

Проведенный анализ показывает, что банковский рынок Московского региона уже сложился и перенасыщен кредитными организациями, поэтому борьба за клиентов будет разворачиваться в тех регионах, где уровень развития банковской системы еще довольно слабый. Этот факт подталкивает коммерческие банки к выходу на новые географические рынки. Деятельность коммерческих банков достаточно жестко регламентируется действующим законодательством и нормативными актами Банка России и выход на новые географические рынки требует от банка построение региональной сети, потому что банк не может осуществлять свою деятельность в регионе без открытия специального структурного подразделения [2]. В этой связи, задача развития системы продаж розничного бизнеса переходит в задачу построения и управления региональной сетью коммерческого банка.

Для целей управления совокупность региональных подразделений банка необходимо рассматривать как единую сеть. Эффективность сетевого присутствия гораздо выше, чем эффективность одной какой-то обособленной банковской точки. Построение собственной розничной сети для банка, в первую очередь, обусловлено тем, что благодаря этому имя банка становится узнаваемым, а близость кредитной организации к клиенту – дополнительный стимул к привлечению новых клиентов.

Согласно Инструкции Банка России от 2 апреля 2010 г. № 135-И «О Порядке принятия Банком России решения о государственной регистрации кредитных организаций и выдаче лицензий на осуществление банковских операций» (далее – Инструкция 135-И) региональные подразделения делятся на:

- обособленные подразделения (представительства и филиалы);
- внутренние структурные подразделения (дополнительные офисы, кредитно-кассовые офисы, операционные офисы, операционные кассы вне кассового узла).

С экономической точки зрения построение региональной сети представляет собой инвестиционный проект, при котором сначала инвестируется определенная сумма, а прибыль получают после выхода региональных подразделений на проектную мощность. В последнее время наметился четкий вектор, нацеленный на упрощение открытия подразделений банка за счет создания внутренних структурных подразделений вне места нахождения самого банка или его филиала, что ведет к удешевлению региональной экспансии.

В практике принято разделять региональные подразделения банка на несколько уровней [3]:

- Первый уровень – головной офис;
- Второй уровень – филиалы и представительства;
- Третий уровень – дополнительные офисы, кредитно-кассовые офисы, операционные офисы, операционные кассы вне кассового узла.

В основе процесса анализа функциональности филиалов, представительств, дополнительных и кредитно-кассовых офисов кредитной организацией лежит вопрос регулирования их правового положения.

Определение филиала и представительства кредитной организации дано в Федеральном Законе «О банках и банковской деятельности» (в редакции от 23.07.2010 г.):

- Филиалом кредитной организации является ее обособленное подразделение, расположенное вне места нахождения кредитной организации и осуществляющее от ее имени все или часть банковских операций, предусмотренных лицензией Банка России, выданной кредитной организации.
- Представительством кредитной организации является ее обособленное подразделение, расположенное вне места нахождения кредитной организации, представляющее ее интересы и осуществляющее их защиту. Представительство кредитной организации не имеет права осуществлять банковские операции.

Таким образом, из определений филиала и представительства видно их основное различие: филиал кредитной организации в отличие от представительства, может осуществлять банковские операции, предусмотренных лицензией, а представительство выполняет только агентские функции.

В соответствии с требованиями Положения Банка России от 04.06.2003 № 230-П «О реорганизации кредитных организаций в форме слияния и присоединения» филиалы кредитной организации могут создаваться как «с нуля», так и на основе реорганизуемой в форме слияния кредитной организации.

В случае открытия филиала путем приобретения регионального банка и его присоединения, основным ключевым моментом является наличие в регионе продаваемого банка, причем с наличием устойчивой клиентской базы и отсутствием ярко выраженной негативной репутации.

Первоочередной задачей в случае открытия филиала «с нуля» является подбор кандидатов на должности управляющего, заместителя управляющего, главного бухгалтера и его заместителя, отвечающих квалификационным требованиям, предъявляемым Банком России. Кандидаты, в значительной степени, должны являться командой филиала, способной сформулировать и выполнить поставленные задачи.

Правовое положение внутренних структурных подразделений регулируется нормами Инструкции № 135-И:

*Дополнительный офис* вправе осуществлять все или часть банковских операций, предусмотренных выданной кредитной организацией лицензией на осуществление банковских операций (положением о филиале) и не может располагаться вне пределов территории, подведомственной территориальному учреждению Банка России, осуществляющему надзор за деятельностью соответствующей кредитной организации (филиала).

*Операционный офис* может располагаться как на территории, подведомственной территориальному учреждению Банка России, осуществляющему надзор за деятельностью кредитной организации (филиала), открывающей операционный офис, так и вне пределов такой территории в рамках федерального округа, на территории которого находится головной офис кредитной организации (филиал), открывающей операционный офис. Операционный офис вправе осуществлять все или часть банковских операций, предусмотренных выданной кредитной организацией. Для операционных офисов, находящихся вне пределов территории, подведомственной территориальному учреждению Банка России, вводятся ограничения на ряд операций.

*Кредитно-кассовый офис* вправе осуществлять операции по предоставлению денежных средств субъектам малого и среднего предпринимательства и физическим лицам, а также по их возврату (погашению), осуществлять кассовое обслуживание юридических и физических лиц, осуществлять прием наличной валюты Российской Федерации и иностранной валюты для осуществления перевода по поручению физического лица без открытия банковского счета. Может располагаться вне пределов территории, подведомственной территориальному учреждению Банка России, осуществляющему надзор за деятельностью соответствующей кредитной организации (филиала).

*Операционная касса вне кассового узла* вправе осуществлять кассовые операции с юридическими и физическими лицами, осуществлять прием наличной валюты Российской Федерации и иностранной валюты для осуществления перевода по поручению физического лица без открытия банковского счета, а также отдельные виды банковских операций и иных сделок с наличной иностранной валютой и валютой. Операционная касса вне кассового узла может располагаться вне пределов территории, подведомственной территориальному учреждению Банка России, осуществляющему надзор за деятельностью соответствующей кредитной организации (филиала).

С вводом в действие Инструкции № 135-И в апреле 2010 года из перечня видов внутренних структурных подразделений кредитных организаций были исключены обменные пункты.

Региональные подразделения коммерческого банка также принято различать по функционалу и масштабам деятельности [4]. Формат офисов продаж зависит от их территориального расположения и размещения.

Существует несколько подходов к построению региональной сети коммерческого банка, которые имеют положительные и отрицательные стороны [5]:

- проектный;
- массовый.

В рамках проектного подхода создается небольшое количество подразделений сети. Как правило, проектный подход используется при точечном открытии или имеет имиджевую цель, чтобы показать развитие банка.

В рамках массового (поточного) подхода ведется одновременная работа над большим количеством подразделений сети.

Необходимо отметить, что при управлении подразделениями региональной сети у Банка могут возникнуть трудности, которые связаны с задержками в принятии решений или принятием ошибочных решений, а также излишне жёсткая централизации управления. Эти отрицательные моменты должны быть нивелированы правильной структурой управления сетью. Автор предлагает подход к построению и структурированию сети розничных продаж коммерческого банка, заключающейся в объединении филиалов в региональные центры по территориальному принципу, делегировании части полномочий управления на региональные центры, а также разделение функции управления в рамках филиала: За развитие бизнеса должны отвечать Управляющие директора по развитию бизнеса филиала, а за административные функции – Управляющие филиалами.

Банковские офисы продаж должны находится в непосредственной близости и быть удобными для клиента. В качестве критериев удобства для клиента должны рассматриваться такие показатели, как отсутствие очередей и время обслуживания. Однако любое улучшение качества приводит к увеличению затрат. Например, для решения проблемы очередей можно увеличить штатную численность офиса продаж, что соответственно приведет к росту расходов. Поэтому территориальная структура сети банка должна быть построена таким образом, чтобы осуществлять масштабирование со сравнительно небольшими временными и финансовыми затратами. Это означает, что для построения региональной сети должны применяться унифицированные форматы и типовые решения и использоваться стандартизация объектов сети.

### **Список литературы:**

1. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru).
2. Карчевский С.П. Правовое регулирование создания филиала кредитной организации // Юридическая работа в кредитной организации. – 2006. – № 5.
3. Головнев О.Г. Росбанк осваивается в регионах // Российская газета. – 22.03.2005.
4. Шкаровский С.И. Изучение клиентуры как этап маркетингового анализа банковского филиала // Маркетинг в России и за рубежом – 2000.
5. Базелюк И.А. Присутствие банка и точки продаж // Управление в кредитной организации. – 2008. – № 2.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a small circular element at the top-left and bottom-left corners.

## **Секция 5**

# ***МАРКЕТИНГ***

# РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ В ИНТЕРНЕТЕ

© Глухова Е.А.\*

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва

В настоящее время продвижение компаний в Интернете является достаточно высокоэффективным методом маркетинговых коммуникаций. Промышленным компаниям в виду своей специфики и узости рынка следует применять данный канал и внедрить свою собственную программу продвижения в сети Интернет. В данной статье автором рассматриваются наиболее эффективные виды продвижения промышленных компаний в Интернете и предлагается программа продвижения с целью увеличения числа закупок.

На промышленных рынках с каждым годом повышается интерес к продвижению компаний в Интернете. Согласно Стиву Майнетту, 78 % бизнеса, совершаемого в World Wide Web, относятся к рынку b2b [1, с. 156].

Для промышленных компаний Интернет привлекателен тем, что он позволяет четко сегментировать пользователей Интернета и дает возможности адресовать обращение узким сегментам рынка. Тогда как традиционные СМИ – прекрасная площадка для массовых коммуникаций, Интернет теоретически должен быть одним из самых интересных каналов распространения для b2b-компаний. Барвайз и Фарли доказали, что американские «b2b-компании тратят большую значительную часть своих рекламных бюджетов на Интернет» [4, с. 72]. Также они количественно показали, что данная тенденция сохранится и в ближайшем будущем. Однако необходимо отметить, что в Интернете представлены миллионы сайтов, велик риск того, что сайт может затеряться сети, поэтому цель данной статьи – предложить промышленным компаниям эффективную программу их продвижения в Интернете, такую программу, которая сможет выделить компанию из большого числа конкурентов.

Существует множество инструментов продвижения компаний в Интернете. Согласно различным классификациям можно насчитать от 15 до 25 видов продвижения в Интернете, поэтому нам представляется важным определить их основные характеристики и спрогнозировать эффективность использования инструментов в той или иной ситуации.

На основании исследований Маклеода, Ансари, Мела, Йенсена, Саманьего и др. авторов представлены основные характеристики инструментов продвижения промышленных компаний в Интернете в табл. 1. Сводная таблица характеристик коммуникаций в Интернете.

---

\* Аспирант.

Таблица 1

**Сводная таблица характеристик коммуникаций в Интернете**

| Характер коммуникации                                                        | Вид коммуникации                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Возможность передачи визуальной и вербальной информации (сила воздействия)   | Web-страницы, видеоконференции, баннерная реклама, микросайты                                                                                                                                                  |
| Официальное обращение                                                        | Web-страницы, микросайты                                                                                                                                                                                       |
| Неформальное обращение (возможность эмоционального воздействия)              | E-mail, видеоконференции, чаты, дискуссии, форумы, спонсорство в Интернете, стимулирование сбыта в Интернете (например, реклама в играх)                                                                       |
| Двусторонняя коммуникация                                                    | Web-страницы с обратной связью, видеоконференции, электронное обучение, создание группы в сообществах, связи с общественностью в Интернете                                                                     |
| Односторонняя коммуникация                                                   | Web-страницы без обратной связи, массовая рассылка в Интернете, контекстная реклама, вирусный маркетинг в Интернете, партнёрские программы, рассылка сообщений с разрешением, SMS-рассылка, мобильный Интернет |
| Личностный характер коммуникации                                             | E-mail, видеоконференции, чаты, дискуссии                                                                                                                                                                      |
| Максимальный охват адресатов обращения                                       | Web-страницы                                                                                                                                                                                                   |
| Возможность общения в одно время (единство времени)                          | Видеоконференции, чаты, электронное обучение                                                                                                                                                                   |
| Общение в различные промежутки времени                                       | Web-страницы, e-mail, форумы                                                                                                                                                                                   |
| Общение внутри организации (осуществление взаимодействия внутри организации) | Инtranет                                                                                                                                                                                                       |
| Общение за пределами организации                                             | Экстранет, событийный маркетинг в Интернете                                                                                                                                                                    |

Из таблицы следует, что каждая коммуникация обладает своими специфическими чертами, поэтому в одной ситуации применение конкретной маркетинговой коммуникации может быть весьма успешно, а в другой необходимо использовать отличную маркетинговую коммуникацию или комбинацию нескольких видов.

Разработка комплекса продвижения промышленной компании в Интернете предполагает определение цели продвижения, специфики товара и отношения покупателей к товару, а также уровень располагаемых ресурсов. Далее на основе полученных данных разрабатывается сам комплекс коммуникационных инструментов в Интернете: определяются необходимые маркетинговые коммуникации, временной интервал их использования, возможности их совместного применения.

В данной статье мы предлагаем следующую программу продвижения в Интернете. Цель продвижения – увеличение числа закупок; ситуация покупки – техническая сложность товара; временной интервал кампании про-

движения – 3 года; организация продвижения – аутсорсинг. Модель рекламного воздействия строится по следующей схеме: «осведомление – поддержание интереса – совершение покупки – содействие повторным покупкам»

На первом этапе – осведомление потенциальных клиентов о компании – коммуникация является безличной, подразумевает массовый охват потенциальных покупателей, воздействие носит рациональный характер, подкрепляется эмоциональным образом компании (характеристика «надежный», поскольку покупка сопряжена с определенным уровнем риска и сложностью товара). Учитывая специфику промышленного рынка, этап может длиться от 3 до 9 месяцев.

На втором этапе – поддержание интереса к компании (покупатель рассматривает различные варианты покупки) – продвижения воздействие носит личностный характер, коммуникация – двусторонняя. На данный этап отводится от 2 до 4 месяцев.

На третьем этапе – совершение покупки – продвижение носит двусторонний характер, коммуникация осуществляется в одно время, также в покупку могут быть подключены трудовые ресурсы из других отделов компании (осуществляется взаимодействие внутри организации). Длительность этапа – около месяца.

На четвертом этапе – содействие повторным закупками – продвижение носит личностный характер, является неформальным и ненавязчивым, максимально полно отражает визуальную и вербальную информацию, носит поддерживающий характер. Предполагается, что данный этап занимает период времени до совершения очередной закупки – от 3 месяцев до 2 лет. На протяжении всех этапов сохраняется формальный характер коммуникации.

Длительность этапов соответствует среднему значению в отрасли.

Соответственно, при разработке программы продвижения необходимо подобрать свой набор коммуникационных инструментов для каждого этапа продвижения (характер коммуникации и значимость выбранной коммуникации на промышленном рынке).

Далее определяется алгоритм действий при внедрении того или иного комплекса продвижения для каждого этапа.

Итак, исходя из описанных выше характеристик коммуникаций и времени их воздействия, можно представить следующую программу продвижения промышленных компаний в Интернете с целью увеличения числа закупок (рис. 1) представлена кампания продвижения поэтапно, набор мероприятий и предлагаемые коммуникационные инструменты).

В случае постановки других целей продвижения промышленной компании данную программу следует изменить, в частности определить время реализации программы, уменьшить или увеличить временные интервалы, изменить предполагаемые коммуникационные инструменты, определить наиболее подходящий ситуации набор действий по реализации программы.

## Программа продвижения промышленной компании в Интернете

|                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Предварительный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Разработка стратегии</li> <li>- Создание сайта (наполнение, стиль, РО, эмоциональный образ)</li> <li>- Выбор РА</li> <li>- Защита интеллектуальной собственности в Интернете</li> </ul> | <p>I-ый этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Работа по продвижению сайта в поисковых системах</li> <li>- Ссылка на Интернет в традиционных формах продвижения</li> <li>- Подбор адресатов для ДМ</li> </ul> | <p>II-ый этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- PR в Интернете (статьи, обзоры, выставки в Интернете и т.д.)</li> <li>- Создание групп в сообществах, ведение блогов</li> <li>- Уточнение данных о пользователях ресурсов</li> </ul> | <p>III-ий этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Координация работы внутри компании посредством Интранета</li> <li>- Организация вебинаров и обучения в Интернете</li> <li>- Запуск «сарафанного радио» в Интернете</li> <li>- Осуществление своевременного отклика посредством Интернета</li> <li>- Организация продаж посредством Интернета</li> </ul> | <p>IV-ый этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Подготовка и запуск баннеров, вставок и пр. на партнерских сайтах</li> <li>- Разработка и запуск микросайтов под новые товары</li> <li>- Работа с имеющейся базой потенциальных и реальных покупателей</li> <li>- Организация мероприятий в Интернете (формальных и неформальных)</li> <li>- Разработка неценовых программ стимулирования сбыта в Интернете</li> </ul> | <p>Заключительный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализ проведенной КП</li> <li>- Своевременное внесение корректив</li> </ul> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### Используемые инструменты продвижения на различных этапах кампании

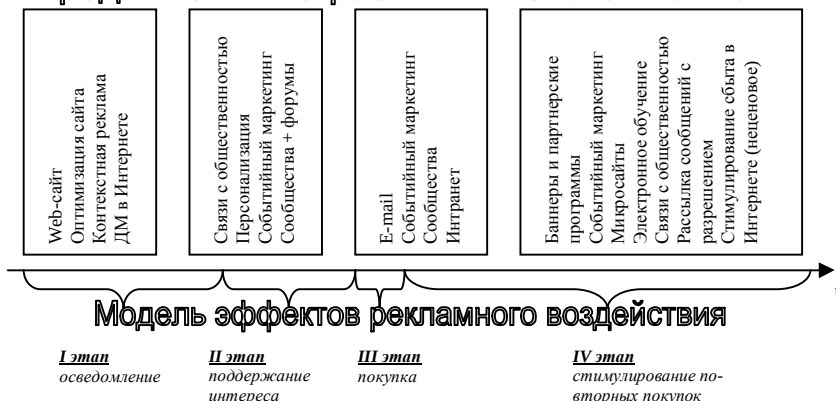


Рис. 1. Программа продвижения в Интернете  
с целью увеличения числа закупок

Однако необходимо отметить, что кампанию продвижения в Интернете необходимо поддерживать традиционными формами маркетинговых

коммуникаций, в таком случае возможно увеличение охвата целевой аудитории и эффективности всего комплекса продвижения в целом. Здесь возможно применение нескольких вариантов стратегий, в частности мероприятия по поддержке кампании в Интернете включают упоминание сайта, анонсы о предполагаемых мероприятиях в Интернете, в прочих формах рекламной деятельности (СМИ, выставки, связи с общественностью).

Интерес к товару может возникнуть посредством рекламы в прессе, выставок, семинаров и других видов традиционных коммуникаций, в то время как наличие представленной на сайте информации укрепит интерес к товару и может способствовать принятию решения о покупке. На сайте компании можно предложить систему поддерживающих и стимулирующих покупку мероприятий. Данная стратегия может быть подкреплена использованием такого эффективного инструмента продвижения, как использование электронной почты, благоприятствующей налаживанию связей между покупателем и продавцом. На ранних стадиях покупки реклама в специализированной прессе способствует осведомлению о товаре и b2b-компаниям, возникновению положительного образа компании. На следующей стадии покупки закупщики обращаются к сайтам профессиональных изданий, и на завершающей стадии закупщики обращаются к сайтам b2b-компаний за более подробной информацией.

Таким образом, на наш взгляд, предложенная программа продвижения промышленной компании в Интернете учитывает специфику и характер промышленных товаров и услуг, модель эффектов рекламного процесса для данного типа компаний, помогает подобрать наиболее эффективные инструменты и методы продвижения, позволяет определить необходимые действия по продвижению в конкретной ситуации, скорректировать объём выделяемых финансовых средств, отслеживать выполнение программы на каждом её этапе, учитывает вовлеченность различных сторон (например, отдела сбыта и рекламного отдела) в процесс продвижения промышленной кампании.

### **Список литературы:**

1. Миннетт Стив. Маркетинг b2b и промышленный брендинг: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 208 с.: ил. – Парал. тит. англ.
2. Основы промышленного маркетинга / Фредерик Уэбстер. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005. – 417 с.
3. Ansari A., Mela, C.F. E-customization // Journal of Marketing Research. – 2003. – Vol. 40, № 2. – P. 131-149.
4. Barwise P., Farley J.U. The state of interactive marketing in seven countries: Interactive marketing comes of age // Journal of Interactive Marketing. – 2005. – Vol. 19, № 3. – P. 69-76.
5. Garrido Samaniego M. Jose, Gutierrez Arranz Ana M., Jose Cabezudo Rebeca San. Determinants of internet use in the purchasing process // Journal of Business & Industrial Marketing. – 2006. – Vol. 21, № 3. – P. 164-174.

6. Macleod S. The evaluation of PR on the internet // Journal of Communication Management. – 2000. – Vol. 5, № 2. – P. 178-191.

7. Morten Bach Jensen, Anna Lund Jepsen. Low attention advertising processing in b2b-markets // Journal of Business & Industrial Marketing. – 2007. – Vol. 22, № 5. – P. 342-348.

8. Morten Bach Jensen. Characteristics of B2B adoption and planning of online marketing communications // Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing. – 2006. – Vol. 14, № 4. – P. 357-368.

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**© Козел И.В.<sup>\*</sup>, Масленникова Н.В.<sup>♦</sup>**

Ставропольский кооперативный институт (филиал)

Белгородского университета потребительской кооперации, г. Ставрополь

В работе приведена методика оценки эффективности функционирования службы маркетинга на предприятии, представлена координация отдела маркетинга с другими подразделениями предприятия (на материалах ОАО «АЭТЗ»).

Эффективное управление производством в условиях неустойчивой конъюнктуры рынка предполагает организацию специализированной маркетинговой службы на предприятиях.

Руководитель маркетинговых служб выполняет опосредующие функции между подразделениями и сотрудниками предприятия, занимающимися разработкой продукта, его производством, стимулированием продаж, распределением, продажей, послепродажным обслуживанием и потребителями продукции. При этом руководитель маркетинга и его аппарат отслеживают состояние внешней среды маркетинга, обращая в первую очередь внимание на деятельность конкурентов [3]. Работники предприятия получают от маркетинговых служб информацию о развитии продукта, о том, в каком направлении нужно совершенствовать выпускаемую продукцию, и какую новую разрабатывать. Производственники узнают, какой должен быть ассортимент выпускаемой продукции, каковы сроки ее обновления. Подразделения, связанные с ценовой политикой, исходя из информации, полученной от службы маркетинга, должны уметь правильно определять цены. Кадровая служба соответственно решает вопросы увольнения и найма, переквалификации и т.д.

---

<sup>\*</sup> Доцент кафедры Маркетинга и менеджмента, кандидат экономических наук.

<sup>♦</sup> Доцент кафедры Маркетинга и менеджмента, кандидат экономических наук.

Успешное функционирование маркетинговой службы предприятия предполагает комплексную деятельность экономического, валютно-финансового, планирующего, технико-производственного, сбытового и исследовательского характера, что предопределяет высокие требования к уровню теоретической подготовки персонала этой службы.

В современной действительности не многие российские предприятия имеют в своей структуре маркетинговый отдел, поскольку отношение к данному подразделению не всегда однозначно как со стороны руководства, так и рядовых работников. Многие руководители воспринимают данное подразделение как «неизбежное зло», со всеми вытекающими последствиями.

Нами была проанализирована эффективность функционирования маркетингового отдела в ОАО «АЭТЗ», работающего на рынке производства маломощных электродвигателей. Поскольку предприятие работает в высококонкурентной среде, создание маркетингового отдела являлось для предприятия жизненно необходимым мероприятием.

На предприятии функционирует классическая функциональная служба маркетинга, характеризующаяся четким разделением функций, обязанностей. Такая структура хороша для крупных фирм с большим потенциалом персонала, однородными товарами и рынками. Функциональная структура проста в управлении, но инертна и не гибка, не ориентирована на нововведения, поскольку каждый специалист чувствует себя здесь в рамках организации практически незаменимым.

Несмотря на то, что отдел маркетинга функционирует на предприятии 8 лет, за последние годы наблюдается достаточно сложное экономическое положение предприятия. В товарной политике ОАО «АЭТЗ» преобладает производство электродвигателей малой мощности (74 % объемов производства), основными потребителями которых выступают производители стиральных машин активаторного типа. В результате проведенного анализа было выявлено дальнейшее снижение спроса на электродвигатели мощностью 60-180 Вт, которые в структуре электродвигателей малой мощности занимают 50 % производства. Отсюда можно сделать выводы, что маркетинговый отдел не учел то обстоятельство, что производственные мощности ОАО «АЭТЗ» ориентированы на потребности быстро сокращающегося рыночного сегмента. Следовательно, напрашивается вывод о невысоком профессионализме сотрудников маркетингового отдела.

Нами была проведена оценка состояния маркетинга на предприятии. Эта методика основана на экспертном опросе управленческих работников ОАО «АЭТЗ» с использованием определенных показателей и системы баллов. Оценка была проведена по трем направлениям:

- полнота выполнения функций маркетинга на предприятии;
- финансирование маркетинга;
- влияние службы маркетинга на предприятии.

Общее максимальное количество баллов, которое может набрать оцениваемое предприятие по всем разделам – 34. На основе этих баллов можно оценить состояние маркетинга на предприятии в целом и найти наиболее проблемные стороны этой деятельности. Для этого необходимо определить отношение фактического числа баллов к максимально возможному по этому аспекту маркетинга.

Результаты исследования состояния маркетинга на предприятии приведены в табл. 1. Полученные цифры позволяют увидеть, что ни одна характеристика организации маркетинга не достигает максимально возможного уровня.

Таблица 1

### Экспертная оценка службы маркетинга в ОАО «АЭТЗ»

| Характеристика маркетинга на предприятии                   | Максимальное число баллов | Фактическая оценка, баллы | Отношение фактической оценки к максимальной, % |
|------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------------------------|
| 1. Выполнение маркетинговых функций                        | 8                         | 5                         | 62,5                                           |
| 2. Положение службы маркетинга на предприятии              | 5                         | 3                         | 60                                             |
| 3. Руководствуются ли отделы предприятия рекомендациями ОМ | 7                         | 4                         | 57                                             |
| 4. Профессиональный уровень работников ОМ                  | 5                         | 3                         | 60                                             |
| 5. Направление затрат на маркетинг                         | 5                         | 4                         | 80                                             |
| 6. Зависимость финансирования ОМ                           | 4                         | 3                         | 75                                             |
| Всего                                                      | 34                        | 22                        | 65                                             |

Наиболее низкое количество баллов было набрано по таким характеристикам, как профессиональный уровень сотрудников отдела (из 5 баллов, было поставлено 3), положение отдела маркетинга на предприятии – 3 балла из 5 возможных. Проиллюстрируем табличные данные в виде графика (рис. 1).

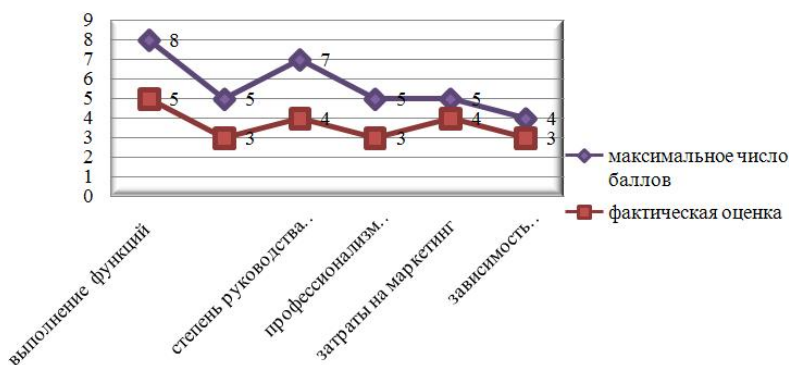


Рис. 1. Оценка маркетинговой деятельности на ОАО «АЭТЗ»

Наиболее удовлетворительной является оценка характеристики «зависимость финансирования отдела маркетинга» (75 %), что свидетельствует о наличии материальной заинтересованности работников маркетингового отдела. Высшее руководство, финансовый отдел и бухгалтерия мало руководствуются рекомендациями маркетологов. В свою очередь, маркетинговая служба в основном занимается организацией сбыта и исследованием конкурентов, а исследованиями потребителей и разработкой товарной политики практически не занимаются.

В результате обнаружения недостатков работы маркетингового отдела, целесообразно порекомендовать некоторые направления его развития.

Поскольку, в результате проведенных исследований было выявлена незначительная степень принятия рекомендаций отдела маркетинга другими подразделениями, нами была разработана система взаимоотношений отдела маркетинга на предприятии (табл. 2).

Таблица 2

### Взаимоотношения отдела маркетинга с другими подразделениями

| Наименование подразделения               | Отдел маркетинга получает                                                                                                                                                        | Отдел маркетинга передает                                                                                                                               |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Бухгалтерия                              | 1. Сведения о ежемесячной реализации товара в количественном и стоимостном выражении. Данные о себестоимости, выпускаемой продукции.                                             | 1. Документы необходимые для оформления взаиморасчета.                                                                                                  |
| Коммерческий отдел                       | 1. Сведения о наличии остатков продукции на складе.<br>2. Сведения об отгруженной продукции.<br>3. Информацию о поступающих заказах на изготовление продукции.                   | 1. Предложения по оформлению договоров.<br>2. Сведения об особенностях новых заказов.<br>3. Оформленные договора.                                       |
| Финансово-экономическая служба           | 1. Цены на изделия завода                                                                                                                                                        | 1. Информацию о ценах на рынке.                                                                                                                         |
| Отдел главного конструктора              | 1. Выписки из ТУ, характеристики изделий.<br>2. Предложения по доработке и модернизации, а также освоению новых изделий.<br>3. Запросы на закупку изделий конкурентов и новинок. | 1. Запросы потребителей о технических характеристиках.<br>2. Предложения по модернизации и разработке новых изделий.<br>3. Образцы изделий-конкурентов. |
| Отдел главного технолога                 | 1. Проекты технической документации на ТНП и требования к ним.                                                                                                                   | 1. Доработанные технические документы на ТНП (дизайн паспортов, упаковка).                                                                              |
| Отдел материально-технического снабжения | 1. Сведения о необходимых материалах для производства.                                                                                                                           | 1. Предложения по приобретению материалов по взаиморасчету, характеристики материалов, образцы.                                                         |
| Отдел контроля качества                  | 1. Информация о состоянии качества продукции.<br>2. Информация о рекламациях.                                                                                                    | 1. Информация о качестве изделий конкурентов.                                                                                                           |

*Продолжение табл. 2*

| Наименование подразделения | Отдел маркетинга получает                               | Отдел маркетинга передает                                                  |
|----------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Производственный отдел     | 1. Информация о изготовлении отдельных видов продукции. | 1. Предложения по согласованию запуска в производство новых видов изделий. |
| Ст. юрисконсульт           | 1. Зарегистрированные и проверенные договоры.           | 1. Проекты договоров.                                                      |
| Дилеры, торговые агенты    | 1. Отчеты о продажах                                    | 1. Анализ эффективности работы                                             |

Поскольку основные потребители продукции ОАО «АЭТЗ» разбросаны территориально (это предприятия на территории РФ и в странах ближнего зарубежья), а продукция, производимая на предприятии значительно диверсифицирована (это производство маломощных двигателей, приборы для энергосистем, вентиляторы, готовая продукция), то наиболее полно учесть эти особенности можно путем реорганизации маркетингового отдела по товарному принципу. Но для учета специфики работы с клиентами стран ближнего зарубежья (Украина, Белоруссия, Молдова и др.), целесообразно ввести в штат управляющего региональной службой сбыта.

Управляющий региональными службами сбыта курирует вопросы распределения товаров по регионам. В рамках этой структуры специалисты по маркетингу группируются по отдельным регионам, представляющим части общего рынка. Ответственность за организацию маркетинга возлагается на менеджера по конкретному рынку. Он координирует все маркетинговые мероприятия по всем продуктам и осуществляет контроль за всеми покупателями, которые находятся в его регионе.

Только при условии тесного сотрудничества отдела маркетинга с другими подразделениями возможна его эффективная работа, которая, несомненно, скажется на улучшении экономических показателей деятельности ОАО «АЭТЗ».

### **Список литературы:**

1. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – М.: Питер, 2006.
2. Беляев В.И. Маркетинг: Основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – М.: КНОРУС, 2007.
3. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Принципы и практика. Российский опыт / И.С. Березин. – М.: ГНОМ и Д, 2002.
4. Кеворков В.В. Практический маркетинг / В.В. Кеворков. – М.: РИП-холдинг, 2003.
5. Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: учебник для бизнес-школ / Н.Н. Павлова. – М.: Норма, 2005.

## **ОСОБЕННОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**© Корепанова Н.С.\***

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье сделана попытка проанализировать влияние современных рыночных условий на деятельность молочно-перерабатывающей промышленности НСО, выявить адаптационные направления развития региональных предприятий.

Молочной промышленности принадлежит особая роль в решении задач по обеспечению населения продовольствием. Молочная продукция востребована всеми слоями населения независимо от возраста, материального положения или места проживания. В России переход к рыночным отношениям изменил развитие молочной промышленности.

Зарубежные компании, стремясь завоевать лидирующие позиции на рынках нашей страны, активно использовали все возможные стратегические приемы. В настоящее время предприятия молочной промышленности вынуждены конкурировать не только с зарубежными производителями, имеющими богатый опыт и финансовые ресурсы, но и между собой. Специфика молокозаводов состоит в том, что они зависят от состояния и развития сельского хозяйства, которое находится в глубоком кризисе [5].

Произошло резкое сокращение поголовья крупного рогатого скота и валового производства молока, снижение его поставок на перерабатывающие предприятия. В результате использование производственных мощностей предприятий сократилось: по цельномолочной продукции составляет 70,8%, маслу животному – 47,1%, сыру – 32,2%. Выпуск продукции в Новосибирской области с 1990 года снизился с 1570,7 тыс. тонн до 783,1 тыс. тонн в 2009 г.

Проблемы дефицита сырья, его низкое качество, медленное внедрение новых технологий производства оказывают влияние на выпуск продукции перерабатывающей промышленности, увеличивают импортные поставки молочной продукции. Поэтому региональные предприятия в тяжелом положении – с одной стороны, высокие производственные затраты, а с другой необходимость осваивать современные технологии и производить новые виды продукции. Молочная промышленность находится под давлением жесткой конкуренции и ограничением спроса на продукцию в связи с ростом цен на неё и низкой платежеспособностью населения [1].

---

\* Старший преподаватель кафедры Маркетинга.

В условиях рыночной экономики производство молочных продуктов строго подчиняется ее основному закону – закону спроса и предложения. Весь период рыночных отношений характеризовался снижением спроса и предложения, что привело к сокращению производства всех молочных продуктов. На начало 2010г в Новосибирской области снижение объема производства молочных товаров по сравнению с 1990 г составляет:

- по цельномолочной продукции с 425,5 до 280 тыс. тонн;
- масло животное с 26,2 до 5,7тыс. тонн;
- сыры животные с 12,4 до 1,3тыс. тонн.

Молокоперерабатывающая промышленность Новосибирской области представлена 25-ю крупными и средними, и 30-ю малыми предприятиями. Однако все большая часть их вливается в крупные холдинговые структуры, которые составляют наибольший удельный вес в выпуске молочной продукции региона: ОАО Компания «Вимм-Билль-Данн», ОАО «Юни-Милк», ООО «Столица молока», ОАО «Консервщик», ООО «Столица молока» Славгород.

В Новосибирской области ёмкость регионального молочного рынка, в настоящее время, значительно формируется за счет импорта и межрегионального обмена. Ввоз молочных товаров в НСО в 2008 г. составил: масла – 1,3 тыс. тонн, сыра – 6,4 тыс. тонн, цельномолочной продукции – 33,7 тыс. тонн. А уровни самообеспеченности Новосибирской области по основным видам молочной продукции значительно ниже нормы и в 2009 году по цельномолочной продукции в пересчете на молоко – 106,1 кг, масло животное – 2,2 кг, сыры – 0,5 кг на душу населения.

Несмотря на серьезные проблемы, региональный рынок обладает потенциальными резервами роста. С 2000 года преодолена негативная тенденция снижения потребления молочных продуктов в расчете на душу населения и составляет 292 кг. Техническое перевооружение позволило наладить производство современного ассортимента у ведущих региональных производителей ОАО «Консервщик», ОАО «Утянский», ЗАО «Искитимский». Но рыночная доля региональных участников рынка остается низкой и составляет менее 50 %.

Данные анализа позволяют утверждать, предприятия регионального комплекса не справляются с задачей обеспечения населения Новосибирской области молоком и молочной продукцией. Существующие мощности позволяют производить молочной продукции больше фактического уровня. Ввоз молочных продуктов из других регионов увеличивается. Региональные предприятия Новосибирской области уступают свои позиции на рынке.

Проведенный опрос руководителей и специалистов предприятий молочной промышленности области показал разные оценки конкурентных позиций предприятий, степень конкурентности рынка, конкурентные преимущества. Это объясняется неравенством условий для мелких перераба-

тывающих предприятий и средних. При ранжировании целей по степени их важности для предприятия, руководство указало на первом месте повышение прибыльности производства – 76 %, на втором – укрепление позиций на областном рынке – 72 %, расширение рынков сбыта, поддержание репутации предприятия – около 60 %. Многие предприятия адаптировались к рыночной среде, поэтому выживание не ставят главной задачей.

Обеспеченность сырьем респонденты считают главным фактором конкурентной силы предприятия. Мелкие предприятия вынуждены создавать собственные сельскохозяйственные производства. Опрос показал, конкурентные стратегии формируются на разных сегментах рынка молочной продукции не одинаково. На цельномолочную продукцию – как товар первой необходимости, цена оказывает большее влияние, чем на масло животное и сыр, спрос на которые в большей степени определяется параметрами качества.

Основным способом укрепления своих конкурентных позиций и получения конкурентных преимуществ, предприятия считают неценовую конкуренцию, используя дифференциацию товара, поиск новых рыночных ниш, расширение ассортимента. Поэтому на рынке все большую долю занимает продукция с высокой добавленной стоимостью (йогурты, десерты, творожки и обогащенные продукты). Однако исследования показывают, региональные предприятия не уделяют должного внимания созданию ценности своих брендов и не располагают моделью разработки брендов с потенциалом формирования увеличения стоимости товара. Большое количество и наиболее известные марки имеет в своем маркетинговом арсенале компания «Вим Билль Данн», вся продукция этого предприятия продается под марками. Каждая торговая марка позиционируется строго определенным образом. Использование марочной политики характерно для всех общероссийских молокоперерабатывающих предприятий на рынке Новосибирской области.

Предполагается, что заинтересованные в создании бренда региональные предприятия, переведут свои определенные товары в разряд марочных, при этом будут придерживаться единого марочного названия для всех товаров. Это позволит снизить издержки по выводу товаров на рынок за счет сокращения затрат на рекламу. Эффективность торговой марки будет определяться ростом объема продаж, влиянием на каналы распределения, созданием позитивного имиджа предприятий. Существующая проблема монополизма со стороны крупных предприятий не дает возможности выхода на рынок мелким и средним переработчикам, хотя их продукция высокого качества и пользуется спросом у потребителей. Для увеличения доли действующих предприятий и появления возможности их выхода на рынок соседних регионов, предлагается создание бренда мелких и средних доля которых не превышает 3 %. Инвестирование средств в бренд создает капитал данного бренда, нематериальный актив, основу конкурентных преимуществ [2].

Учитывая, что входные барьеры на рынок не велики, и приход новых конкурентов зависит от наличия поставщиков сырья – сырьевой базы региона, то в качестве барьеров сегодня выступает уровень развития контрактных отношений перерабатывающих предприятий с сельскохозяйственными производителями, с организациями по сбыту сельскохозяйственной продукции. Увеличение производства молока и повышение эффективности его переработки возможно через усиление интегрированных формирований местных предприятий [3].

Специфические особенности производства отрасли в том, что качество используемого сырья напрямую связано с качеством и безопасностью готовой молочной продукции, перерабатывающим предприятиям необходимо поддерживать крестьянские хозяйства. И самое важное заниматься не только вывозкой и приемкой молока от производителей, но оказывать помощь в материально-техническом обеспечении, осуществлять финансовую поддержку путем распределения и перераспределения полученной прибыли от реализации молочной продукции [2].

Молочный рынок устроен так, что при низких ценах на сырое молоко, страдают крестьяне. А при высоких ценах рентабельность теряют переработчики. Любое повышение рыночной цены влечет падение заявки от торговых предприятий, т.е. снижение потребления. Рост цен не выгоден никому. В этой ситуации проблему дефицита сырья и роста импорта региональным предприятиям решить сложно. Нужно стимулировать крестьянские, фермерские хозяйства к производству большего количества и лучшего качества сырого молока.

Сотрудничество молокоперерабатывающих предприятий с товаропроизводителями позволит улучшить качество сырья и сформировать эффективную систему оплаты всех звеньев цепи «производство – переработка – реализация».

Низкая эффективность молочного подкомплекса вызвана разбалансированностью и сильной дифференциацией в распределении прибыли между участниками производственной цепочки «поле-завод-магазин». Это подтверждается данными о структуре розничных цен, которые составляются Федеральной службой статистики. По молоку наибольшую прибыль на 1 рубль затрат получила торговля – 51 коп. За ней следует переработка – 18 коп. Сельское хозяйство получило крайне низкую прибыль – 7 коп, т.е. в 7,3 раза меньше, чем торговля, и в 2,6 раза меньше, чем переработка. По этой причине некоторые предприятия, например ЗАО «Ирмень», обладая экономической свободой, организовали у себя молочные цеха для переработки произведенного молока с продажей продукции переработки [4].

Положительные стороны переработки молока на месте его производства:

- отсутствуют проблемы с поступлением сырья;
- молоко поступает по графику с низкими транспортными затратами;

- операции по чистке, охлаждению, контролю качества выполняют-ся один раз в молочном цехе;
- максимально эффективно используется вторичное сырье;
- решаются социальные проблемы: увеличивается обеспечение мо-лочной продукцией, снижается уровень безработицы в селе, по-вышаются доходы сельских жителей.

Особенности развития рынка молочной продукции на региональном уровне позволяет утверждать, что неудовлетворительные темпы повышения уровня обеспеченности населения, значительное сокращение объемов про-изводства молочных товаров, существенное отклонение и деформация ра-циона питания – ставят задачу развития молокоперерабатывающей промыш-ленности в Новосибирской области по значимости в число приоритетных.

### **Список литературы:**

1. Борисова Л.А., Георгиевский Д.Л. Маркетинговое управление в мо-лочнопродуктовом подкомплексе регионального АПК. – Ярославль, 2007. – 205 с.
2. Веселова А.О. Развитие маркетинга в молочноподпродуктовом подком-плексе. – ГНУ ВНИИЭСХ, 2010.
3. Третьяк О.А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления: учеб-ник. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 403 с.
4. Федоров М.Н., Смирнов В.Д., Шелковников С.А. Переработка мо-лока в сельскохозяйственных предприятиях. – Новосибирск, 2006. – 33 с.
5. Серегин С.Н., Свирина Н.П., Каширина О.Н. Молочный подком-плекс России: итоги работы в 2009 году // Молочная промышленность. – 2010. – № 3.

## **ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА НА ДЕЛОВОМ РЫНКЕ**

**© Степанова И.С.\***

Филиал ОАО «МТС» в Омской области, г. Омск

В статье рассматриваются основные особенности работы компании на деловом рынке, отличия основных элементов деятельности на про-мышленном рынке от потребительского рынка, а также приведены ос-новные моменты маркетинговой деятельности, на которые необходимо обращать особое внимание компаниям, работающим в сфере B2B.

В результате обострения конкуренции российский B2B-рынок давно вышел за рамки, которые ограничивались производством продуктов и ус-

---

\* Специалист отдела Маркетинга и маркетинговых коммуникаций, соискатель кафедры Мар-кетинга и рекламы ОмГУ им. Ф.М. Достоевского.

луг надлежащего качества. Теперь товары должны не только быть высококачественными, но и максимально удовлетворять запросы конкретного рынка, что подтверждают и классические маркетинговые теории.

Деловой или промышленный маркетинг можно определить как деятельность в сфере рынка товаров производственно-технического назначения, направленную на продвижение этих товаров (услуг) от предприятий к тем организациям и фирмам, которые приобретают их для последующего использования в производстве или перепродажи без изменения [1, с. 17].

В качестве основных потребителей в маркетинге товаров В2В-рынка выступают промышленные предприятия и торговые посредники. Организации-потребители приобретают товары и услуги для дальнейшего производства, использования в рамках организации или перепродажи другим потребителям; конечные потребители – для личного, семейного или домашнего использования.

Организации-потребители значительно отличаются от конечных потребителей по ряду существенных признаков:

- Организации часто покупают оборудование, сырье и полуфабрикаты. Конечные потребители редко приобретают подобные товары.
- Организации покупают на основе спецификаций и технических данных. Конечные потребители часто совершают покупки на основе описаний, моды или стиля.
- Организации чаще, чем конечные потребители, принимают решения о покупке коллективно.
- Организации чаще исследуют цены и поставщиков.
- Организации чаще арендуют оборудование.
- Организации чаще используют конкурентные торги и переговоры.
- Спрос организаций является производным от спроса конечных потребителей.
- Спрос организаций в большей степени зависит от циклических колебаний, чем спрос конечных потребителей.
- Организации более малочисленны и географически сконцентрированы, чем конечные потребители.
- Организации часто используют специализированных снабженцев.
- Каналы товародвижения для организаций короче, чем для конечных потребителей.
- Организации могут требовать особых услуг: более широких гарантий, больших возможностей возврата, сотрудничества в рекламе, беспроцентного кредитования и др.
- Организации чаще, чем конечные потребители, могут производить товары и услуги в качестве альтернативы их приобретению [2, с. 85].

Однако организации-потребители помимо различий имеют и сходства с конечными потребителями. Организации, как и конечные потребители,

могут описываться в демографических характеристиках, кроме того, может собираться и анализироваться статистическая и описательная информация о них. Среди организаций-потребителей также выделяются различные категории потребителей со своими определенными потребностями. Организации могут быть определены по используемым социальным и психологическим факторам, таким, как тип деятельности, структура закупок, целевое использование покупок, ожидания, предполагаемый риск и разрешение конфликтов [2, с. 104].

Маркетологи должны понимать как сходства, так и различия между организациями и конечными потребителями и в соответствии с этим разрабатывать свои планы.

Особенности маркетинга на B2B-рынке можно увидеть при сопоставлении основных элементов маркетинговой деятельности компании (табл. 1).

*Таблица 1*

**Сравнение маркетинговых решений  
на деловом и потребительском рынках**

| Маркетинговые решения     | Деловой рынок                                                                                              | Потребительский рынок                               |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Продукт                   | Относительно более технический по природе, форма часто различна, сопутствующие услуги очень важны          | Стандартная форма, услуги менее важны               |
| Цена                      | Конкурентные предложения исполнителей для уникальных продуктов, цена прайс-листа для стандартных продуктов | Цена прайс-листа                                    |
| Продвижение               | Акцент на личных продажах                                                                                  | Акцент на массовых коммуникациях                    |
| Распространение           | Относительно короткие, прямые каналы                                                                       | Несколько посредников                               |
| Отношения с потребителями | Относительно длительные и сложные                                                                          | Относительно нечастые и непродолжительные контакты  |
| Процесс принятия решения  | Решение принимается группой разнообразных участников организации                                           | Решение принимается индивидуумом или домохозяйством |

Как можно видеть из таблицы, промышленный товар более сложен и технологичен, критериями деловых закупок служат объективные и явные атрибуты продуктов. Покупки делаются в соответствии с точными техническими спецификациями и на основе хорошего знания продуктовой категории, а значит, процессу разработки и производству должно быть уделено особое внимание.

В ценовой политики важную роль играют скидки (скидки за объем партии, за своевременную оплату, за предварительный заказ и т.п.). При этом при выборе поставщиков с одинаковыми стандартизированными продуктами, цена подчас принимает решающее значение. В рынке B2B нередко проводятся тендеры, конкурсы, с целью получения оптимальных условий по качеству и цене.

Маркетинговая политика заключена в прямых продажах товара, что исходит из высокой степени сложности товара и использования маркетинга партнерских отношений. Организационные покупки предполагают тесное взаимодействие между покупателем и продавцом. Поскольку покупочная практика обычно основывается на четко специфицированных и явных критериях, организации-покупатели могут требовать от поставщика обеспечить соответствие продукта спецификации. Необходимость и возможность подгонки продукта к индивидуальным требованиям делового покупателя делает сегментацию организационного рынка менее значимым компонентом маркетинга, чем для рынка многочисленных индивидуальных потребителей [3].

Организационное решение о покупке может предполагать интенсивные переговоры, особенно когда организации договариваются покупать друг у друга. Торговый персонал играет ключевую роль в организационных продажах, поскольку ведет переговоры по немногочисленным, крупным и потому особо значимым для обеих сторон сделкам.

Деловые покупочные решения более сложные и более длительные, требуют более обширного обмена информацией и несут больше финансового риска и неопределенности. Решения об организационных закупках рискованны и для организационного представителя-покупателя – его карьера может зависеть от продемонстрированного в процессе решения профессионализма.

В маркетинге промышленных товаров особенно важно обращать внимание на такой классический прием продвижения, как уникальное торговое предложение (УТП). Для маркетинга в сфере B2B чрезвычайно важно, чтобы концепция УТП была тщательно подготовлена. В качестве УТП может выступать, например, производство оборудования из отечественного сырья по запатентованной технологии, при использовании которого себестоимость оказывается в несколько десятков раз ниже среднемировой. При этом конечно, важно обеспечить соответствующую защиту интеллектуальной собственности. В подобных случаях остальные средства маркетингового воздействия могут быть проработаны более слабо, но преимущество уникального в мировом масштабе метода явно будет превалировать.

Для технически сложных продуктов и решений в деловой сфере таким УТП может служить, например, наличие центра компетенции (ЦК) по определенному направлению, возможность проведения тестирования уникального оборудования, а также независимой экспертизы, в процессе которой автоматически фиксируются полученные объективные данные[4].

Принятие решения корпоративным клиентом характеризуется повышенными требованиями к наличию технического обоснования. Особенно убедительным является техническое обоснование, подкрепленное расчетами, замерами, инструментальной экспертизой, автоматически зафиксированными протоколами тестирования и другими объективными данными. В сфере информационных технологий подобные экспертизы прово-

дятся в центрах компетенции по соответствующим направлениям, достаточно распространенных на крупных зарубежных предприятиях. Проведение таких объективных исследований (например, экспертиза биллинговых систем телекоммуникационных компаний) является уже привычной практикой для западных организаций.

Подводя итог, можно выделить основные особенности маркетинга на деловом рынке. Это в первую очередь, рациональный подход к выбору поставщика, активное использование маркетинга партнерских отношений, поиск действенного УТП, а также применение политики индивидуальных предложений в качестве индивидуализации клиента, создание ощущения его значимости.

### **Список литературы:**

1. Ковалев А.И. Промышленный маркетинг: учеб. пособие // Маркетинг. Спец. выпуск № 21. – М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2003. – 128 с.
2. Эванс Дж Р., Берман Б. Маркетинг: сокращ. перев. с англ. / Авт. предисл. и науч. ред. А.А. Горячев. – М.: Экономика, 1993. – 335 с.
3. Алешина И.В. Деловое покупательское поведение: продажи на деловых (B2B) рынках [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.elitium.ru](http://www.elitium.ru).
4. Блейхман О. Особенности маркетинга на рынке B2B [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru).

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА МАРКЕТИНГОВОГО КОНСАЛТИНГА**

**© Тарасова Н.Е.<sup>\*</sup>, Агаджанян Н.Т.<sup>♦</sup>**

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

В данной работе на основе анализа маркетингового консалтинга и особенностей его функционирования в России, анализа современных тенденций, складывающихся на мировом рынке консалтинговых услуг в области маркетинга, определены основные элементы конкурентоспособности российских компаний, оказывающих услуги в области маркетингового консалтинга. Также в работе поднимается вопрос о влиянии мирового продовольственного и финансового кризисов на развитие маркетингового консалтинга в России. Благодаря исследованию динамики объема рынка консалтинговых услуг в области маркетинга и

---

<sup>\*</sup> Доцент кафедры Теории и технологий в менеджменте, кандидат экономических наук, доцент.

<sup>♦</sup> Студент.

оценкам экспертов, сделаны выводы об эффективности деятельности консалтинговых компаний и перспективности их развития в области маркетинга на российском рынке.

Маркетинговая деятельность, несомненно, одно из наиболее важных направлений деятельности компании, но ее эффективность существенно зависит от рациональной организации деятельности маркетинговых подразделений, учитывающей особенности обслуживаемого рынка, тенденции его развития, внутреннюю специфику компании и многие другие факторы. Современный российский бизнес доказал, что без существования маркетинговой политики в организации успешное развитие невозможно. Каждая компания стремится управлять рыночным поведением своих потенциальных и актуальных клиентов, давая им множество причин выбрать именно эту компанию именно сейчас и именно для покупки данного товара, или услуги. Управление рыночным поведением потенциальных и актуальных клиентов компании представляет собой комплексную задачу. Решить ее можно только внедрив в деятельность компании функцию системного маркетинга, представляющую собой привнесение маркетингового смысла в каждый контакт с потенциальным клиентом и в саму систему предоставления услуг и продажи товаров.

Безусловно, маркетинговый консалтинг является неотъемлемой частью плана развития компании, более того, он позволяет структурировать все системы на предприятии. По сути, маркетинговый консалтинг – это поиск и внедрение эффективных стратегических и тактических коммерческих решений, таких как определение целевой аудитории, потребительских предпочтений, конкурентов, положения компании на рынке, создание и вывод на рынок новых брендов и других. Однако широкое распространение данный вид деятельности в России получил в последние годы, значительное влияние на это оказал мировой финансовый кризис, который затронул и российскую экономику. В связи с этим, многие консалтинговые компании стали разрабатывать и предлагать ряд антикризисных программ по поддержанию и развитию бизнеса. Кроме того, маркетинговый консалтинг позволяет значительно уменьшить затраты компании на содержание штата специалистов, перераспределяя нагрузку по проектам на специализированные компании. Сегодня консалтинговые компании проводят регулярные и индивидуальные маркетинговые исследования, осуществляют разработку и оптимизацию коммерческой, маркетинговой, сбытовой стратегии, бизнес-планов компаний, готовят базы данных компаний по определенному рынку. На протяжении своей деятельности компания накапливает данные по рынкам, разрабатывает собственные методики, постоянно находится в курсе самых последних тенденций в экономике страны. В таком случае консалтинговая компания играет роль внешнего отдела маркетинга. Это, в свою очередь, дает возможность воспользоваться услугой данной компании не один раз, а подписать постоянное маркетинговое обслуживание.

Необходимо отметить, что существуют не только преимущества, но и некоторые недостатки в плане доверительных отношений на момент пере-кладывания задач маркетингового обслуживания с собственного отдела на стороннюю компанию. Как правило, отдел маркетинга работает в тесной связи с отделом сбыта, рекламы, PR и другими отделами. Показателями эффективной деятельности отдела маркетинга считают повышение уровня продаж компании. Если речь идет о новом продукте, то задачей отдела маркетинга компании является экономическое обоснование вывода данного продукта на потребительский рынок. Этот отдел играет роль своеобразного буфера между рынком и компанией. Деятельность отдела маркетинга направлена на поддержание стратегии развития компании. Передавая все эти функции сторонней компании нужно быть уверенным в её профессионализме, компетентности и соблюдении режима конфиденциальности.

Следует также добавить, что заказчиками маркетингового и бренд-консалтинга выступают крупные российские компании, проводящие ребрендинг или рестайлинг [2]. Но поскольку маркетинговый консалтинг в России появился не так давно, как правило, они обращаются в западные агентства. Однако за последние два-три года к услугам маркетингового консалтинга стали обращаться и компании среднего размера. Чаще всего речь идет о разработке упаковки, формировании фирменного стиля, регистрации товарного знака, формировании, или реформировании службы маркетинга в компании, консультациях по стратегии маркетинга, написании маркетинговой части бизнес-плана, построении прогноза развития рынка и других задачах.

Интересен тот факт, что по средним взвешенным оценкам экспертов в 2008-м году количество компаний, оказывающих услуги в области маркетингового консалтинга, стратегического позиционирования и брендинга весьма значительно возросло, на 25 %, и достигло 160 (рис. 1). Аналогичный количественный рост имел место в 2004-м году, когда количество маркетинговых консультантов почти достигло сотни.

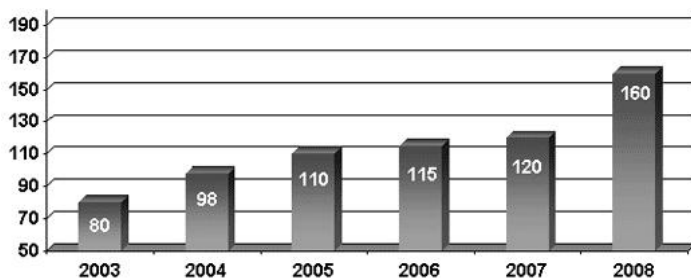


Рис. 1. Количество консалтинговых компаний, шт. [1]

Объем рынка маркетингового консалтинга в 2008-м году вырос на 55 % и составил около 3,25 миллиардов рублей или 130 миллионов долларов по среднегодовому курсу 25 руб./дол.

Впечатляющие темпы роста объясняются молодостью и неразвитостью этого сегмента рынка. Если в более опытных в этой сфере, развитых экономиках США и Западной Европы на маркетинговый консалтинг приходится от 2 до 4 % от общего объема рынка маркетинговых услуг (включая рекламу, DM, BTL, PR), то в России – менее 1 % [4]. Поэтому потенциал роста у этого рынка как минимум трехкратный.

Особенностью рынка маркетингового консалтинга в России является отсутствие на нем крупных фирм, явных лидеров. Маркетинговым консалтингом занимаются и западные компании, однако ни у кого из них в России нет достаточно крупного офиса или филиала.

Но следует отметить, что уровень доверия как со стороны российских, так и западных потребителей зависит от степени развитости рынка. А в России компании, оказывающие консалтинговые услуги в области маркетинга появились недавно, еще каких-то 7-8 лет назад этого рынка практически не было, по сути, только сейчас происходит его становление.

На Западе консультантами по маркетингу становятся, как правило, опытные специалисты, по 20-25 лет отработавшие в различных отраслях, в крупных компаниях типа C-C, BP, P&G, в то время как на российском рынке маркетингового консалтинга не хватает таких специалистов [3]. Кроме того, заказчики на Западе десятилетиями приучены обращаться к услугам различных специализированных агентств. Тем более что большинство крупных и средних западных компаний управляются наемными топ-менеджерами. Еще 10 лет назад в большинстве средних российских компаний не было ни службы маркетинга, ни менеджера по маркетингу, но сегодня в большинстве компаний такие службы есть.

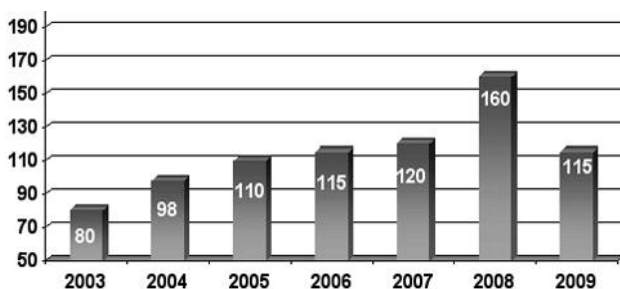


Рис. 2. Динамика изменения оценки числа реально работающих на рынке консалтинговых компаний, шт. [1]

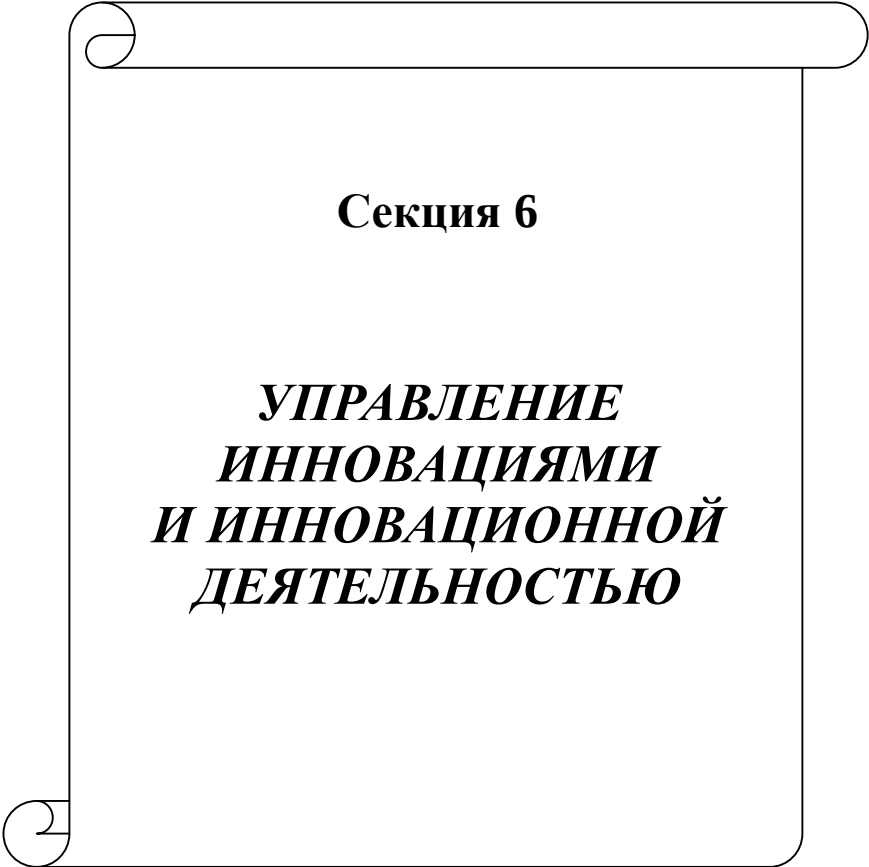
Однако, основываясь на анализе состояния рынка маркетингового консалтинга в условиях мирового финансово-экономического кризиса, необходимо отметить, что по оценкам экспертов в 2009-м году довольно резко сократилось количество компаний, оказывающих услуги в области марке-

тингового консалтинга, которые реально работают на российском рынке: проводят исследования, оказывают консультационные услуги по вопросам, связанным с маркетингом. Так, по итогам 2009 года количество консалтинговых компаний составило 115 (рис. 2).

Несомненно, рынки развиваются и конкуренция усиливается. Россия становится привлекательным рынком для крупных западных компаний. Им необходим консалтинг на предмет российской специфики. Таким образом, необходимо создание условий для привлечения западных инвесторов и опытных специалистов в области маркетингового консалтинга на российский рынок для укрепления позиций на международном рынке и более успешного развития экономики страны в целом.

### **Список литературы:**

1. Маркетинговый консалтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.marketingone.ru](http://www.marketingone.ru).
2. Беквит Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
3. Березин И. Маркетинговый анализ: Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. – М.: Вершина, 2007.
4. Иванов М., Фербер М. Руководство по маркетингу консалтинговых услуг. – М.: Альбина Паблишер, 2003.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a horizontal bar at the top. The scroll is open at the top-left and bottom-left corners, showing the inner edge of the scroll.

## **Секция 6**

# ***УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ***

# РОЛЬ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

© Александровский С.В.\*

Нижегородский филиал Государственного университета – Высшей школы экономики, г. Нижний Новгород.

В работе представлены результаты анализа условий развития национальной инновационной системы РФ, на основании которых определена роль и структура инновационных процессов, а также сформулированы проблемы и задачи управления модернизацией на российских предприятиях.

В научной литературе под инновационным процессом понимается совокупность состояний инновации, сменяющих друг друга при переходе от начального состояния (например, предложенной конструкторской или технологической идеи) в конечное (потребление новых товаров, технологий, дающих эффект) [8, 9].

Инновационный процесс может осуществляться на разных уровнях: федеральном, региональном, муниципальном, корпоративном и внутри подразделений компании.

В литературе используется разделение инновационного процесса по степени принадлежности конкретной отрасли: межотраслевой или внутриотраслевой [1]. Период времени между появлением новшества и воплощением его в инновацию называется инновационным лагом (жизненным циклом инновации). Новшество становится инновацией, начиная с момента его технического или коммерческого использования и распространения. Жизненный цикл инновации также рассматривается как инновационный процесс [9, 10].

Существуют различные подходы к рассмотрению инновационного процесса, которые отличаются друг от друга степенью интеграции рыночного и технологического этапов. В «традиционном» подходе рассматривается преимущественно сам процесс разработки инновации, при этом уделяется слабое внимание рыночному спросу, а «современный» подход помимо «традиционных» элементов, связанных с разработкой, включает оценку спроса [2, 9].

Один из наиболее часто используемых подходов описывает инновационный процесс как цикл из четырех стадий инновационного производства, последовательно реализуемых в области: 1) научного исследования, 2) технологий, 3) производства и 4) потребления.

В данном подходе акцент на определенной стадии инновационного процесса является основой для построения моделей инновационного раз-

---

\* Старший преподаватель кафедры Маркетинга.

вития фирмы, региона, страны. Этот подход также принято называть классификацией на основании исторического развития. Автор данного подхода, Р. Росвелл, проанализировал мировой опыт в исследовании инновационных процессов и доказал, что более эффективный инновационный процесс ведет к сокращению периода времени от появления идеи новшества до самой инновации, а также затрат на её разработку [12]. Основываясь на результатах исследований компаний, осуществляющих технологические инновации, транснациональных корпораций, а также высокотехнологичных малых предприятий, Р. Росвелл выделил 5 моделей инновационного развития государства:

1. модель «технологического толчка» (1950-60 гг.);
2. линейная модель «рыночного вытягивания» (1960-70 гг.);
3. совмещённая модель – объединяет предыдущие две (1970-80 гг.);
4. интегрированная модель (1980-90 гг.);
5. модель стратегических сетей и интеграции со стейкхолдерами (1990-2000 гг.).

Модель «технологического толчка» акцентируется на первых двух стадиях инновационного процесса: научного исследования и технологий. Модель «рыночного вытягивания» – на двух последних стадиях инновационного процесса: производство и потребление, в т.ч. исследования рынка. Она основывается на идее о том, что рынок, где находят свое выражение потребности, представляет собой основную движущую силу инновационного развития. «Совмещенная модель» уравнивает этапы научного исследования и исследования рынка. «Интегрированная модель» рассматривает инновационный процесс как параллельный, в отличие от последовательного видения в предыдущих моделях. Этапы исследования, производства и потребления осуществляются в данной модели одновременно. Модель «стратегических сетей и интеграции со стейкхолдерами» основана на предположении, что инновационный процесс не заканчивается на стадии потребления, т.е. при выводе на рынок нового продукта, услуги или внедрением в производство новой технологии. Инновационный процесс непрерывен, т.к. в ходе его распространения и коммерциализации новшество, благодаря участию всех стейкхолдеров, становится более совершенным, эффективным, приобретает новые потребительские свойства. Данный процесс создает для инновации новые области применения, рынки, а, следовательно, и новых потребителей, воспринимающих данный новый продукт, технологию или услугу как новые именно для себя. Росвелл Р. также подчеркивает, что при разработке и внедрении качественно дифференцированных инноваций отдельные стадии инновационного процесса будут играть неодинаковые роли.

По аналогии с жизненным циклом инновационный процесс может быть рассмотрен как процесс последовательного превращения идеи новшества в товар, проходящий этапы фундаментальных и прикладных исследова-

ний, конструкторских разработок, маркетинга, производства и сбыта. Основными этапами инновационного процесса в данном подходе принято считать: 1) фундаментальные исследования; 2) прикладные исследования; 3) опытно-конструкторские работы; 4) внедрение; 5) рост; 6) замедление роста; 7) спад объемов продаж.

Инновационный процесс в данном подходе охватывает все стадии от создания и коммерциализации инновации на этапе исследований и разработок до послепродажного обслуживания и избавления от товара.

Внимания заслуживает подход к рассмотрению инновационного процесса в узком и широком смысле. Узкий подход концентрируется на рассмотрении деятельности отдельных организаций / подразделений, осуществляющих исследования и разработки, в то время как широкий – охватывает всех участников инновационной системы, где исследования и разработки являются одним из этапов инновационного процесса. В книге «Сбалансированная система показателей» Р. Каплан и Д. Нортон [4] рассматривают инновационный процесс в узком значении, как один из внутрифирменных бизнес-процессов. Каплан Р. и Нортон Д. предлагают представлять инновационный процесс как длинную волну создания стоимости, в которой компания сначала определяет и изучает новые рынки, новых потребителей и их настоящие и скрытые потребности. Затем начинается разработка и развитие новых товаров и услуг, которые позволяют завоевывать рынок и клиентов и удовлетворить их потребности.

Инновационный процесс в данном случае состоит из двух этапов. Первый – это определение размера рынка, типа потребительских предпочтений, а также предварительных цен на новые товары и услуги. Поскольку компания организует свой внутренний бизнес-процесс в соответствии с конкретными нуждами клиентов, получение адекватной и точной информации о размерах рынка и предпочтениях потребителя становится жизненно важной задачей. Помимо этого особое значение приобретает анализ перспектив и новых рынков для новых товаров и услуг, которые компания готова поставлять. Полученная на первом этапе информация о рынках и потребителях представляет собой основу для разработки и развития проектов, то есть для второго этапа инновационного процесса. Далее следуют операционные бизнес-процессы производства и доставки товара, а также процессы послепродажного обслуживания клиента.

Данный подход не противоречит пониманию инновационного процесса как процесса создания, распространения и использования инновации, т.е. совокупности новых идей и предложений, которые потенциально могут быть осуществлены, и при условии масштабности их использования и эффективности результатов могут стать основой любого нововведения. Этот подход является одним из видений инновационного процесса на уровне конкретного предприятия или его подразделений [2, 7].

Обобщая все приведенные выше подходы, можно заключить, что инновационный процесс принципиально состоит из двух этапов: 1) создание инноваций и 2) диффузия инноваций, внутри каждого из которых могут быть выделены разные (в зависимости от подхода) конкретные стадии изменения состояния инновации и соответствующие им виды инновационной деятельности.

Инновационная деятельность – вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений) в технологически новые или усовершенствованные продукты или услуги, внедренные на рынке, в новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства (передачи) услуг, использованные в практической деятельности [3].

Инновационная деятельность предполагает целый комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, и именно в своей совокупности они приводят к инновациям.

Выделяют следующие виды инновационной деятельности [3]:

- исследования и разработки;
- инструментальная подготовка и организация производства, охватывающие приобретение производственного оборудования и инструмента, изменения в них, а также в процедурах, методах и стандартах производства и контроля качества, необходимых для изготовления нового продукта или применения нового технологического процесса;
- производственное проектирование, дизайн и другие разработки (не связанные с научными исследованиями и разработками) новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов, включая подготовку планов и чертежей, предусмотренных для определения производственных процедур, технических спецификаций, эксплуатационных характеристик, необходимых для создания концепции, разработки, производства и маркетинга новых продуктов, процессов, услуг;
- приобретение овеществленных технологий – машин и оборудования, по своему технологическому назначению связанных с внедрением технологических и прочих инноваций;
- приобретение неовеществленных технологий со стороны в форме патентов, лицензий (договоров) на использование изобретений, промышленных образцов, полезных моделей, раскрытия ноу-хау, а также услуг технологического содержания; приобретение программных средств, связанных с осуществлением технологических инноваций;
- обучение, подготовка и переподготовка персонала, обусловленные внедрением технологических инноваций;
- маркетинговые исследования.

Достигнуть системной интенсификации усилий по развитию инновационной деятельности в России возможно посредством изменений в законодательстве и государственном управлении, которые помогут переходу всей национальной экономики на инновационный характер развития, а также создания инновационной системы, которая станет приводным механизмом научно-промышленного развития страны.

Из тезисов концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года следует, что инновационный тип экономического развития требует создания максимально благоприятных условий для предпринимательской инициативы, повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности российских частных компаний, расширения их способности к работе на открытых глобальных рынках в условиях жесткой конкуренции, поскольку именно частный бизнес является основной движущей силой экономического развития. Государство может создать необходимые условия и стимулы для развития бизнеса, но не должно подменять бизнес собственной активностью [6].

Масштабы и разнообразие страны обуславливают большую роль государства, необходимого для удержания и развития этой территории. В результате сильное государство играет и будет играть ведущую роль в формирующейся российской национальной инновационной системе, особенно на старте больших проектов, когда от власти понадобится «принуждение к инновациям» [7]. В концепции также указывается на решающую роль регионов РФ в формировании национальной инновационной системы, поскольку инновационное и социальное направления долгосрочного социально-экономического развития РФ проявляется в т.ч. в формировании территориально-производственных кластеров, ориентированных на высокотехнологичные производства в приоритетных отраслях экономики, с концентрацией таких кластеров в урбанизированных регионах.

Автором термина «национальная инновационная система» является К. Фримен, который в конце 80-х гг. XX в. положил начало развитию данной концепции в своих работах, где он представил не только сам термин, но и ряд положений этой концепции [11]. К. Фримен определяет национальную инновационную систему как сеть частных и государственных институтов и организаций, деятельность и взаимодействие которых приводят к возникновению, импорту, модификации и распространению новых технологий.

В настоящее время существует достаточно большое число определений национальной инновационной системы, среди которых интерес представляет историческое видение по аналогии с уже представленным выше подходом Р. Россвела к развитию инновационных процессов. В данном подходе национальная инновационная система определяется как исторически сложившаяся подсистема национальной экономики, которая состоит из различных институтов и экономических структур, оказывающих влияние на темпы и направления технологических изменений в обществе [7].

Эксперты отмечают, что российское общество в последние годы стало осознавать технологические вызовы как принципиально важные, а формирование национальной инновационной системы становится ключевым звеном в поиске ответов на эти вызовы [7]. Сегодня в РФ инновационную деятельность осуществляют лишь около 10 % компаний, что недостаточно для инновационного прорыва, о котором говорят эксперты [3].

Эксперты отмечают, что «сейчас в России тысячи компаний с оборотом сотни тысяч и миллионов долларов, это маленькие компании, но они растут. У нас есть компании с оборотом до 10 млн. долларов, их уже сотни, и это уже повод присмотреться к ним... Есть компании, у которых обороты выросли уже в десятки миллионов долларов, условно говоря, до ста. Из этих различных уровней компаний мы можем понять, как барьеры мешают им развиваться. Принципиальный барьер – отсутствие нормальных источников инвестиций, где-то отсутствие нормального спроса на внутреннем рынке, который опять-таки стимулируется с помощью инновационной политики, где-то проблема выхода на внешний рынок компаний с миллионными оборотами» [7]. Основным источником финансирования затрат на инновации являются собственные средства компаний, в то время как доля бюджетных средств сокращается [3].

Несмотря на глобализацию, интерес исследователей именно к национальным инновационным системам объясняется тем, что на уровне национальной инновационной системы наиболее отчетливо проявляются механизмы регулирования перетока научно-технологических знаний. Трансфер знаний, в свою очередь, напрямую зависит от трансфера человеческого капитала, мобильность которого весьма ограничена. И уровень этой мобильности прежде всего определяется особенностями механизмов государственного регулирования и эффективностью работы различных государственных и полугосударственных институтов, то есть всеми теми факторами, при изучении которых и необходимо принимать во внимание наличие национальных границ [7].

Как отмечает Д.С. Медовников, развитие национальной инновационной системы носит, как правило, «очаговый», или сетевой, характер: она растет локально, создаются (часто в режиме «чистого поля», *greenfield*) зоны с особо благоприятными для инноваций условиями, затем число зон (узлов) увеличивается, их опыт тиражируется [7].

Сегодня в России уже созданы многие институты, важные для функционирования национальной инновационной системы. Основным становится вопрос о том, каким образом обеспечить сочетаемость этих институтов с доставшимся в наследство от предыдущего века научно-техническим потенциалом в составе национальной инновационной системы [6, 7].

В мире в целом инновации не процветают равномерно во всех странах, да и внутри отдельной страны они локализованы в определенных, бла-

гоприятных для этого местах. Строительство национальной инновационной системы в России, скорее всего, пойдет путем формирования нескольких «центров кристаллизации» инновационной активности. В каждом из этих центров будут использованы разные модели инновационных систем [7].

Медовников Д.С. отмечает, что эти центры могут быть привязаны как границам определенного региона, так и конкретному вузу или академическому НИИ, наукограду или особой экономической зоне, бизнес-холдингу или целому кластеру предприятий. Важно, чтобы все эти центры активности постепенно объединялись в систему, взаимодействовали друг с другом, создавали сетевые сообщества, становились узлами этой сети и тиражировали свой опыт. Необходимо наладить между ними обмен информацией о ведущихся работах и имеющихся потребностях, об опыте реализации инновационных проектов и решении возникающих при этом проблем [7].

Описывая состояние национальной инновационной системы РФ, следует воспользоваться данными исследований ГУ-ВШЭ. Например, для компаний добывающего и ряда других производств основным источником расходов на инновации являются расходы на приобретение машин, оборудования, технологий, лицензий, которые в сумме составляют более 60 % всех расходов [3]. Данная структура затрат может быть охарактеризована как ориентация на модернизацию за счет импорта технологий, где разработка собственных инноваций играет второстепенную роль (на них расходуется в три раза меньше средств), что оценивается рядом экспертов в качестве несбалансированного и морально устаревшего подхода. Собственная научно-техническая база и кадры предполагают параллельное развитие процессов собственных разработок с процессами импорта для большинства предприятий РФ.

Предполагается, что в долгосрочной перспективе будут развиваться межрегиональное разделение труда и кооперация с опорой на мировые технологические новации и отраслевую научно-исследовательскую базу ведущих индустриальных центров в самих регионах и крупных центрах опережающего экономического роста.

В этой связи особо внимания заслуживают такие основные задачи модернизации российской экономики как [6]:

- развитие институтов, определяющих предпринимательскую и инвестиционную активность и конкурентоспособность компаний;
- интенсификация инновационного обновления обрабатывающих производств и рост производительности труда;
- развитие и реализация сравнительных преимуществ экономики в энергетике, науке и образовании, высоких технологиях и других сферах;

Помимо таких проблем как необходимость сочетания процессов технического обновления промышленной базы (модернизация) и создания усло-

вий для повышения конкурентоспособности отечественной экономики на базе создания оригинальных технологий и продуктов (инновации), а также недостаточно развитая инфраструктура (транспортная, телекоммуникационная, энергетическая), Россию отличает от большинства других стран огромная территория с весьма разнообразными в социально-экономическом плане регионами. Этот факт предопределяет очаговый характер развития инновационных процессов, их локализацию в наиболее подготовленных регионах. В данном контексте, следует упомянуть распространенную точку зрения о том, что специально созданные центры инноваций будут оттягивать ресурсы из других регионов и тормозить таким образом их инновационное развитие. История формирования национальной инновационной системы в других странах и регионах подтверждает данную точку зрения лишь отчасти, поскольку на старте практически всегда на первый план выходят такие центры инноваций, но со временем формирование сети центров инновационной активности, рассеянных по всей стране, станет важным фактором связанности ее регионов [5, 7].

Исходя из особенностей национальной экономики, мы приходим к выводу, что анализ факторов, способствующих решению поставленных задач, следует проводить, прежде всего, на региональном уровне. Территориальная близость участников инновационного процесса в масштабе региона играет значимую роль, например, для процессов кластеризации. Следовательно, и анализ причин возникновения инноваций, а также особенностей инновационного процесса на уровне региональных инновационных систем позволит более точно определить состояние национальной инновационной системы РФ в настоящее время и перспективы её развития.

### **Список литературы:**

1. Батрутдинов А.С. Основные модели инновационного процесса и классификационные признаки инновации / А.С. Батрутдинов, И.В. Федосеев // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 2 (26). – С. 27-31.
2. Гохберг Л.М. Национальные инновационные системы России в условиях «новой экономики» / Л.М. Гохберг // Вопросы экономики. – 2004. – № 3. – С. 26-44.
3. Индикаторы инновационной деятельности: 2009. Статистический сборник. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009. – 488 с.
4. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – 2-е изд. / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. – 320 с.
5. Конкурируя за будущее сегодня: Новая инновационная политика для России / ОПОРА России. – 2010.
6. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. – 2008.
7. Медовников Д.С. Рождение национальной инновационной системы / Д.С. Медовников, Т. Оганесян // Эксперт. – 2010. – № 36 (720). – С. 36-46.

8. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент / В.Г. Медынский. – М.: Инфра-М, 2008. – 293 с.
9. Carlsson B. Innovation Systems: A Survey of the Literature from a Schumpeterian Perspective / B. Carlsson. – Cheltenham: Edward Elgar, 2003. – 723 p.
10. Cooke P. Regional Innovation Systems / P. Cooke, H. Braczyk, M. Heidenreich. – London: UCL Press, 1998. – P. 2-25.
11. Freeman C. Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan / C. Freeman. – London: Frances Pinter, 1987. – 155 p.
12. Rothwell R. Towards the Fifth-generation Innovation Process / R. Rothwell // International Marketing Review. – 1994. – Vol. 11. – P. 7-31.

## **ПРЕИМУЩЕСТВА ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ**

**© Арбузов В.С.\***

Самарский государственный экономический университет, г. Самара

Компании, добившиеся лидерства в международных масштабах, используют стратегии, которые отличаются друг от друга во всех отношениях. Однако, хотя каждая успешная компания применяет свою собственную стратегию, глубинные принципы деятельности – характер и эволюция всех успешных компаний – оказываются в своей основе одинаковыми.

Компании добиваются конкурентных преимуществ посредством инноваций. Они осваивают новые методы достижения конкурентоспособности или находят лучшие способы конкурентной борьбы при использовании старых способов. Инновации могут проявляться в новом дизайне продукта, в новом процессе производства, в новом подходе к маркетингу или в новой методике повышения квалификации работников. В своем большинстве инновации оказываются достаточно простыми и небольшими, основанными скорее на накоплении незначительных улучшений и достижений, чем на едином, крупном технологическом прорыве. В этот процесс часто вовлекаются идеи, даже не являющиеся «новыми», идеи, которые буквально «висели в воздухе», но не применялись целенаправленно. При этом всегда происходит вложение капитала в повышение квалификации и получение знаний, в физические активы и повышение репутации торговой марки.

Некоторые инновации создают конкурентные преимущества, порождая принципиально новые благоприятные возможности на рынке, или же позволяют заполнить сегменты рынка, на которые другие соперники не обратили внимания [6].

---

\* Аспирант кафедры Теоретической экономики и международных экономических отношений.

Общепризнанно: инновации – основа технического прогресса. А вот вопрос, кто заинтересован в инновациях, однозначного ответа пока не имеет. Существует мнение, что из инновации выгоду извлекают ученые. Если раскрыть подобную точку зрения, то получится примерно такая картина: в тесной лаборатории, заставленной приборами, ученый совершает открытие или делает изобретение. Далее лаборатория превращается в малое предприятие, потом в большое и в очень большое. В качестве примера сторонники этой концепции ссылаются на карьеру Билла Гейтса. Однако ни Гейтса, ни других хозяев компаний, работающих в области высоких технологий, никак нельзя отнести к разряду ученых. Скорее, они талантливые бизнесмены, находящиеся к тому же в благоприятной для инноваций среде [5].

Ближе к истине утверждение, что основной инициатор, заказчик и потребитель инноваций – средняя и крупная промышленность. Однако, если принять такой подход, ситуация также далека от идеалии. На самом деле промышленные компании внедряют инновации не по горячему желанию, а лишь по крайней необходимости.

Заставить пойти на риск и затраты может, во-первых, конкуренция, а во-вторых, необходимость повышения стандартов качества продукции и экологии производства.

Рост эффективности производства – основа повышения прибыльности и выживания фирмы в конкурентной борьбе, особенно в современных условиях резкого ускорения технического прогресса. Именно поэтому рост производительности должен стать приоритетной целью внутрифирменного управления. В долгосрочном плане главным фактором повышения производительности являются инновационные изменения в технике и организации производства, ведущие к снижению его издержек [3].

Для отдельной компании необходимо различать потенциальную и реальную, действительную эффективность производства. Если уровень потенциальной эффективности зависит от внешних условий хозяйственной деятельности (наличия трудовых, сырьевых, энергетических ресурсов и т.п.) и прежде всего от общего уровня научно-технического развития страны, то реальная производительность в компании определяется в первую очередь уровнем управления и организации производства. Она может расти не только в результате снижения издержек производства за счет организационных или технических нововведений. Значительным резервом реальной эффективности производства является осведомленность, информированность руководства компании относительно новой техники или методов организации труда.

Одной из основных целей предприятия, работающего в условиях рыночной экономики, является не только обеспечение конкурентоспособности его товаров, но и совершенствование процессов их создания и производства [1]. Практика показывает, что данной цели достигают организации, отличающиеся высокой инновационной активностью специалистов, независимо

от того какую работу они выполняют и какие должности занимают. Отсюда следует, что для повышения конкурентоспособности современного предприятия управление инновационной активностью становится одним из основных факторов стратегического управления его деятельностью.

В России уже более 10 лет формируется законодательная база по стимулированию механизма инноваций. Если исходить из того, что страна в обозримой перспективе не откажется от курса на открытость экономики, и будет плавно интегрироваться в мировую экономику, то можно смело говорить о развитии следующих тенденций:

- ускорится структурирование российского бизнеса, разовьются сегменты «наукоемких» компаний и специализированных высокотехнологических предприятий;
- активизация инновационной деятельности компаний приведет к оживлению отечественного рынка исследований и разработок. Борьба за «интеллектуальный потенциал» вызовет повышение его стоимости;
- развитие института венчурного финансирования позволит эффективно доводить до производства и реализации научные идеи и разработки;
- усилится кооперация с иностранными компаниями;
- основным средством повышения конкурентоспособности российских компаний будет использование творческой энергии персонала, прежде всего, инженерно-технического и управленческого;
- в структуре доходов компаний будет возрастать доля от услуг и сервиса [3].

Такому развитию будут, прежде всего, отвечать компании с высокой инновационной активностью.

Под инновационной активностью следует понимать созидательную деятельность (творческую энергию) производителей товара или услуги, выраженную в достижении диктуемых спросом приращений новизны ( $\Delta N$ ) технико-технологических, экономических, организационных, управленческих, социальных, психологических и других показателей предлагаемых рынку процессов, товаров или услуг, производимых специалистами в конкурентоспособное время ( $\Delta t$ ) [2].

Источником эволюционных инноваций служат научно-исследовательская и опытно-конструкторская деятельность (разработки и внедрение изобретений), которые необходимо постоянно совершенствовать. Однако организационная система многих российских предприятий зачастую не способна к быстрым инновациям. Или, как образно сказал Лейф Эдвинссон: «Рыночные часы тикают быстрее тяжеловесных организационных ходиков» [7].

Отсюда следует, что предприятиям необходимо научиться оперативно реагировать на изменение потребностей, но эта стратегия сможет обеспе-

чить ему только временное преимущество, поскольку будет очень скоро использована конкурентами. Инновационно настроенное руководство предприятий должно предвосхищать пожелания потребителей, видеть контуры будущего рынка. Именно таким образом они должны создавать продукты и услуги, у которых некоторое время не будет конкурентов.

Инновационная активность зависит от многих факторов, главным из которых является инновационно-креативный потенциал сотрудников предприятий. Это подтверждается современными исследованиями, которые говорят о том, что «успех инноваций на 85-90 % зависит от уровня подготовки персонала, при этом особая роль принадлежит управленческим кадрам» [4]. Таким образом, не просто квалифицированная подготовка и богатый профессиональный опыт сотрудников на сегодня являются важными факторами повышения инновационной активности предприятий и, как следствие, его конкурентоспособности, а уровень проявления творческой энергии (созидательной деятельности) каждым из специалистов. По словам Брюса Меррифилда, курировавшего в свое время министерство торговли США, залогом конкурентоспособности в сфере промышленности служит умелое использование следующих факторов:

1. процесс инноваций, включая разработку и внедрение;
2. постоянное переобучение рабочего персонала;
3. автоматизация производства на основе широкого использования возможностей вычислительной техники [1].

При этом решающую роль играет корпоративная культура сложившейся среды в организации, позволяющая создавать инновации.

Инновационная активность есть суть внутреннего состояния предприятия, которой оно может управлять, целенаправленно используя возможности креативно настроенного персонала. Конкурентоспособность предприятия напротив, является отражением внешней среды, которой оно управлять в явном виде не может, однако способно оказывать на нее влияние через повышение своей инновационной активности.

Однако мало создать инновационно насыщенное изделие, оно должно трансформироваться в конкурентоспособный товар, который должен быть воспринят и оценен потребителем. Этого можно достигнуть только с помощью качественных инновационно активных услуг, и с точки зрения потребителя, являются одной из важнейших характеристик товара, при решении вопроса о его приобретении. Особенно это касается изделий высокотехнологичных производств.

До начала XXI века в России в основном представление об инновационном развитии предприятий заключалось в приобретении иностранного оборудования и технологий, и производства на их базе аналогичной западным стандартам качества продукции. Но кто сказал, что эта продукция совершенна? В данной ситуации такой путь совершенствования подобен

Китайскому опыту, который заключается в копировании зарубежных аналогов организации и производства продукции на аналогичном Западном оборудовании. В масштабах мировой экономики – результат ошеломляющий. Они ничего не придумали и не создали – просто скопировали чужой опыт производства востребованной, особенно в бедных странах продукции. Создали товары-заменители. При внешней похожести своей продукции на раскрученные мировые брэнды, но по более низкой цене и соответствующего качества [6]. На этом этапе у них идет познание, как надо производить (знаю как). Но для того, что бы стать мировым лидером в своей области этого мало, надо знать почему, необходимо производить именно так, а не по-другому. Для того, что бы знать – «почему»? В первую очередь необходимо заняться совершенствованием финансово – экономических систем предприятий с целью достижения главной задачи любого производства КЗП (качество – затраты – дисциплина поставок). Ведь если рассматривать пути повышения конкурентоспособности предприятий не только на внутреннем, но и на внешних рынках, то существует 3 – пути:

1. приобретение инновационного западного оборудования и технологий с целью производства аналогичной продукции. Результат – достижение конкурентных преимуществ по цене и качеству на внутреннем рынке и проблематичное конкурирование на внешних рынках с аналогичной продукцией по цене и качеству.
2. внедрение инновационных концепций, методов и инструментов совершенствования финансово-хозяйственных систем предприятий с целью перевода предприятий из затратных систем массового производства, на не затратные системы бережливого производства.
3. комбинированный метод (инновационные оборудование и технологии в комплексе с внедрением системы бережливого производства) [8].

Причем, как логически следует из выше сказанного, второй пункт должен быть первичен. Так как в не сбалансированных, ныне существующих системах финансово-хозяйственной деятельности предприятий, уже существует большой потенциал для совершенствования. Хотя на многих предприятиях руководители провели так называемое совершенствование. Постановку системы менеджмента качества согласно МС ISO. Какую практическую пользу она принесла предприятиям? Никакой. Кроме неприятного осадка у руководителей, которые заплатили огромные деньги консультантам, под руководством которых их сотрудники составили документы для получения выше указанных сертификатов. Но что изменилось на таких предприятиях? Ничего. Сознание менеджеров и работников осталось прежнее. Методы и инструменты выполнения работ такие же. И если первое время, кто – то помнил и выполнял разработанные ими требования СМК, то со временем все вернулось на «круги своя».

По официальной статистике в России число малых предприятий в 2009 году насчитывало почти 300 тыс., а количество занятых работников составляет около 12 млн. человек [9]. Однако далеко не все из них заняты научно-производственной деятельностью. Эволюция российских малых предприятий, формирование которых началось на первых этапах реформ, идет таким образом, что большинство из них включились в торговую и посредническую деятельность, и только очень небольшая часть занята в сфере науки и инноваций. Удельный вес российских малых предприятий, осуществляющих инновационную деятельность в настоящее время, составляет всего 9 %.

На первом этапе своего развития малый инновационный бизнес обеспечил себе прочное место в НИОКР, причем это практически сразу сопровождалось получением конкурентоспособной продукции и выводом ее сначала на внутренний, а затем и на внешний рынок. Возможность быстрого реагирования на его требования, мобильность и экономичность делают такую организационно-структурную форму, как малое предприятие, наиболее предпочтительной при освоении целого ряда новшеств.

Малые инновационные организации в России – это не только объективная реальность, но и важный фактор государственной научно-технической политики. Ограниченные экономические возможности государства в краткосрочной и среднесрочной перспективе не в состоянии обеспечить устойчивое развитие научно-технической сферы, причем достаточно реально дальнейшее, примерно трехкратное сокращение государственных ассигнований на развитие гражданской науки и техники. Это означает, что перспективы развития науки и технологий уже не могут быть всецело связаны с государственным бюджетом и будут в основном определяться спросом на исследования и разработки со стороны негосударственного сектора экономики [1]. Поэтому государству от отдельных акций по спасению важнейших предприятий и организаций научно-технической и производственной сферы следует переходить к целенаправленной работе по усилению роли мелких и средних наукоемких фирм, частнопредпринимательского инновационного сектора.

Малые инновационные предприятия в России в настоящее время действуют в сфере разработки программных продуктов, лазерной техники, маркетинговых исследований, в области «улучшающих» нововведений, т.е. в основном заняты модернизацией продукции, производимой крупными предприятиями и имеющей хорошие рыночные перспективы. Именно поэтому они могли бы оказать существенное влияние на улучшение качества и повышение конкурентоспособности производимой продукции [10]. Малые предприятия, созданные специалистами научно-исследовательских институтов, крупных НПО и функционирующие по сути как их необходимые партнеры, занимаются, в зависимости от текущих потребностей, исследованиями, разработками и даже производством. Основное приложение сил таких фирм ориентировано на оказание научно-инженерных услуг.

**Список литературы:**

1. Емельянов С.М. США: международная конкурентоспособность национальной промышленности. 90-е годы XX в. – М.: Международные отношения, 2006.
2. Королев С.В. Издержки производства в системе конкурентоспособности компании: зарубежный опыт и российская практика // Внешнеэкономический бюллетень. – 2003. – № 6. – С. 55.
3. Нэгл Т.Т., Холден Р.К. Стратегия и тактика ценообразования. – Питер, 2008. – С. 404.
4. Сенчагов В.К., Захаров А.Н., Зокин А.А. Конкурентоспособность и инвестиционный потенциал экономики России // Бизнес и банки. – 2008. – № 43.
5. Симаринов С.С. Российские инновации: «тянуть» или «толкать»? // Интеллектуальная собственность. – 2009. – № 12. – С. 7-10.
6. Усик Н.И. Использование синергетического эффекта в конкурентной борьбе // Вестник СПбГУ. Сер. 5. – 2008. – Вып. 2, № 13.
7. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. – М., ЮНИТИ, 2007. – С. 43.
8. [www.geneticsafety.org](http://www.geneticsafety.org) [www.nkj.ru](http://www.nkj.ru).
9. [www.gks.ru](http://www.gks.ru).
10. [www.ashbm.deal.by/p9074-perevod-predpriyatij-berezhlivye.html](http://www.ashbm.deal.by/p9074-perevod-predpriyatij-berezhlivye.html).

**ИННОВАЦИИ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ В АПК**

© Бережной А.Е.\*

Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск

Несмотря на то, что возрождение агропромышленного производства России на качественно новом уровне возможно на основе его инновационного развития, инвестиционной деятельности и технико-технологической модернизации, инновационное развитие, заявленное президентом, как правительственный приоритет, на самом деле им не стало. И, несмотря на правильные установки, существенных изменений в основных аспектах деятельности предприятий АПК не происходит.

В отличие от развитых стран, в которых товаропроизводители давно пришли к пониманию того, что освоение инноваций – неперемнное условие эффективного хозяйствования и конкурентоспособности их продукции, в России так и не создан механизм внедрения нововведений в реальный сектор экономики.

---

\* Заведующий кафедрой Организации производства, управления и предпринимательства на предприятиях АПК, кандидат экономических наук, профессор.

Ведущие западные производители сельскохозяйственной продукции начали еще в последней трети минувшего века переходить на инновационный путь развития (так называемое информационно-биологическое сельское хозяйство), к точному (прецизионному) земледелию и отраслям животноводства, наукоемким технологиям, широко внедрять технику и оборудование нового поколения.

Если Россия в кратчайшее время не ускорит темпы развития, не восстановит сельское хозяйство на качественно новой технико-технологической основе, отвечающей современным тенденциям, развитие аграрного сектора прекратится, он окончательно потеряет конкурентоспособность. В настоящее время отечественное сельскохозяйственное производство в 5 раз более энергоемко и 4 раза более металлоемко, а производительность труда в нем в 10 раз ниже, чем в США, Канаде и ведущих государствах ЕС [1]. Не ликвидировав этот разрыв, сельское хозяйство России не сможет обеспечить собственную продовольственную безопасность, внутренний рынок навсегда займет импортная продукция.

Учитывая острую необходимость обеспечения продовольственной безопасности страны, рассматриваемую проблему, безусловно, нельзя считать чисто отраслевой, ибо речь о безопасности государства. Здесь следует рассмотреть два аспекта. Во-первых, основные функции нынешнего государства в лице министерства сельского хозяйства не направлены на активное научно-прогрессивное вмешательство в инновационную деятельность АПК, основанную на инвестициях и модернизации производства. Выступая на расширенном заседании коллегии МСХ России 21 апреля 2010 года, министр сельского хозяйства Е.В. Скрынник заявила, что «Приоритетной задачей министерства является повышение эффективности выполнения контрольно-надзорных функций и снятие излишних барьеров для бизнеса».

Серьезным тормозом в развитии инноваций на основе инвестиционной деятельности и модернизации производства в АПК является поспешное реформирование предприятий АПК и превращение их в самостоятельные субъекты на основе определенных форм собственности, в особенности частной при отсутствии видоизмененных функций управления государства и соответствующих министерств по отношению к новым типам предприятий АПК. Это дало повод последним резко ограничить функциональное, технологическое научное вмешательство в их производственную деятельность под видом «коммерческой тайны» даже несмотря на прогрессивность и экономическую выгоду предлагаемых рекомендаций для предприятий.

Сложившаяся ситуация особенно уязвима для профессиональной управленческой деятельности не только для многочисленных специалистов-профессионалов различных органов управления МСХ но и для научных работников, ученых, а также молодых выпускников сельскохозяйственных вузов, аспирантов, магистров. Все эти представители сельскохозяйственной науки практически (за редким исключением) крайне ограничены к до-

ступу на производство предприятий АПК, несмотря на гарантии использовать полученную информацию только в научных целях с безвозмездной передачей полученных рекомендаций предприятиям.

Данное положение с продвижением научно-технического прогресса на основе инноваций и инвестиций на село, модернизации производства усугубляется неустойчиво-бесправными должностными обязанностями специалистов, уже работающих в аппаратах управления предприятий АПК.

Возьмем отрасль животноводства предприятий АПК.

Проблема в том, что еще с довоенных времен в организациях страны сложилась структура управления, при которой отраслью животноводства практически управляют все – руководитель организации, главный зоотехник, бригадиры и управляющие отделениями, а настоящего хозяина животноводства на предприятии так и нет. Предполагается, что наиболее подготовленным к управлению специализированной отраслью животноводства является главный зоотехник, имеющий, как правило, высшее образование по животноводству. Однако сохранившаяся доперестроечная структура управления ставит главного зоотехника, как и других главных специалистов, в положение советчика, а не ответственного рыночного руководителя отрасли. И его функциональные (а не линейно-административные) советы и рекомендации (а не указания) реализуются (если реализуются) не непосредственно через исполнителей на ферме, а через управляющих, бригадиров, звеньевых, не имеющих не только сельскохозяйственного, но подчас вообще никакого образования. И хотя они могут быть хорошими практиками, их профессиональный уровень не позволяет с должной эффективностью претворить в производство указания ученого зоотехника, организовывать производство на научной основе. Конечно, последний мог бы действовать на непрофессиональных управленцев фермы административно, но он в этом отношении является абсолютно бесправным, поскольку главные рычаги административного воздействия на подчиненных – их прием и увольнение, а также определение размеров оплаты для кадров животноводства, их премирование находятся в руках не зоотехника, а у высшего должностного лица – руководителя организации или его подчиненных линейных руководителей. Поэтому непрофессиональный управляющий, бригадир (а иногда просто безграмотный человек на их должности) в лучшем случае со смиренной снисходительностью выслушивает главного зоотехника, но делает по-прежнему, по-своему, по накатанной колее или то, что ему скажет руководитель.

В этом аспекте рождается отрицательный и моральный синдром молодого зоотехника, прибывающего на постоянную работу в хозяйство. Есть факты, когда молодые специалисты готовы мириться со сбытовым неустойством, низкой заработной платой, но только не с тем, когда их научный багаж, полученный на протяжении многих лет, необоснованно отвергается непрофессиональными (а иногда безграмотными) управляющими и бри-

гадирами. В таких случаях у многих появляется непреодолимая сила оставить не только новое назначение, но и призвание. И это можно понять. Сегодня в агроуниверситете на зоотехническом факультете сформировался преподавательский состав весьма высокого уровня. На всех кафедрах большими усилиями ректората подобраны заведующие – доктора наук, прошедшие не только научную, но и производственную школу в условиях края, коллектив всех преподавателей на факультете также высококвалифицированный. По уровню профессиональной научно-методической подготовки преподавательский состав зоофака КрасГАУ не уступает лучшим вузам центра России. Соответственно этому готовятся и выпускники факультета. Но с прибытием на производство молодого выпускника синдром противоречия между полученной специальностью и ее использованием в производственных условиях становится в большинстве случаев главным препятствием успешной работы зоотехника. Поэтому возвращаясь к распределению функций управления животноводством на местах, приходится констатировать, что в стране (и не только) управлять по-настоящему животноводством некому, и не только на уровне предприятий, но и со стороны ведомств, чьи функции прописаны по-новому крайне скупо и неконкретно. И есть полная вероятность, что призывы к инновациям и модернизации производства в животноводстве не достигнут нужных результатов.

В настоящее время происходят серьезные изменения в аграрной политике России, идет переосмысливание роли сельского хозяйства и крестьянства в обществе, меняется понимание его миссии. В решающей степени эти изменения происходят под влиянием новых направлений в экономической политике государства в целом, которые определены в законодательных актах на основе указаний президентской власти и правительства РФ.

На пятом экономическом форуме в г. Красноярске президент Российской Федерации определил основные направления развития экономики России, которые изложены в виде четырех «И».

*Институты.* Речь идет о государственных, административно-правовых структурах, исследовательских и внедренческих центрах, которые, по мнению президента, должны способствовать преодолению правового нигилизма, что означает уважение и неукоснительное выполнение законов. Особое внимание должно быть уделено качеству законов и правоприменению, радикальному снижению административных барьеров, налогового бремени в целях стимулирования инноваций и частных инвестиций в человеческий капитал, построению мощной самостоятельной финансовой системы, которая в перспективе должна стать одним из столпов финансовой стабильности в мире, превращению рубля в одну из региональных резервных валют.

*Инфраструктура.* Предусматривается модернизация транспортной и энергетической инфраструктур, создание новой телекоммуникационной инфраструктуры будущего.

*Инновации.* Ставится задача сформировать основы национальной инновационной системы. Это должно способствовать эффективному внедрению мероприятий по комплексному внедрению достижений науки, передового опыта.

*Инвестиции.* Здесь речь идет не только о широкой сфере инвестиционной деятельности в производственной сфере, но и реализации программ социального развития в нашей стране.

Рассматривая конкретные задачи развития АПК в свете изложенных выше требований, следует отметить, что продовольственная безопасность страны остается важнейшей функцией крестьянства. Но его роль и значения многообразнее: крестьянство обеспечивает сохранение и поддержание сельского образа жизни, выполняет экологические, рекреационные, туристические, демографические и многие другие функции в обществе. Ушачев И.Г. [2], обосновывая миссию крестьянства в формировании Российского государства, назвал это сословие своеобразной «Корневой системой», обеспечивающей формирование и функционирование подлинно-государственного государства. Назрело время критической оценки не только прошлого и настоящего Российского крестьянства, но и моделирования его образа в обозримом будущем.

Отмечая основные направления повышения эффективности государственной аграрной политики, Председатель Правительства Российской Федерации В.В. Путин [3] отметил следующие ключевые вопросы:

Необходимо существенно увеличить производство основных видов сельхозпродукции. Прежде всего, это касается мяса, молока, зерна. Причем особое внимание следует уделить зерну – главной сырьевой основе сельхозпроизводства. Требуется техническое и технологическое перевооружение отрасли. В этих целях следует развивать эффективные лизинговые инструменты, расширять практику долгосрочного кредитования.

Важно обеспечить ценовую стабильность по основным видам ресурсов, потребляемых АПК, прежде всего, горючему, смазочным материалам и удобрениям. Для этого необходимо повысить результативность антимонопольного регулирования и использования субсидий, необходимо внедрение современной системы управления рисками. В Госпрограмме «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы» предусмотрены меры по развитию сельхозстрахования. Однако широкого распространения на практике они пока не получили. Ситуация должна в корне измениться.

Нужны современные, рыночные механизмы реагирования на колебания конъюнктуры по основным видам сельхозпродукции. Для этого требуется внедрение системы постоянного мониторинга. И если цены выходят за установленные границы, должны автоматически включаться соответствующие механизмы, прежде всего, рыночные – закупочные и товарные интервенции, таможенно-тарифное регулирование. Весь этот набор инструментов применяется, но несистемно и зачастую с большим опозданием.

Различным ведомствам и министерствам были даны следующие основные поручения:

- обеспечить эффективное применение мер, в том числе предусмотренных в антимонопольном законодательстве, в целях стабильности цен по основным видам ресурсов, потребляемых в агропромышленном комплексе, прежде всего горючее, смазочные материалы и удобрения;
- разработать предложения по совершенствованию страхования в сельском хозяйстве;
- организовать на постоянной основе мониторинг на основные виды цен сельхозпродукции и продовольствия;
- принять меры по совершенствованию действующих механизмов реагирования колебания цен на мировых рынках, эти механизмы должны носить рыночный характер и незамедлительно применяться при изменении ценовой ситуации. Следует разработать предложения с проектами нормативных правовых актов по расширению государственных закупочных и товарных интервенций, залоговых операций, включая их использование на рынке молочной и мясной продукции;
- подготовить предложения с проектами соответствующих нормативно-правовых актов по повышению оперативности принятия мер таможенно-тарифного регулирования внешней торговли агропромышленной продукцией;
- разработать и утвердить методику определения и мониторинга рентабельности производства основных видов продукции АПК;
- провести анализ социально-экономических последствий внешне-экономических соглашений, ранее заключенных Российской Федерацией в сфере агропромышленного комплекса, о результатах доложить Правительству Российской Федерации, представив при этом необходимые предложения по совершенствованию внешней экономической деятельности;
- разработать и представить Правительству Российской Федерации проект федерального закона, направленного на стимулирование развития объединений сельскохозяйственных производителей;
- ускорить разработку проектов технических регламентов по обеспечению безопасности и качества продовольственного сырья и пищевых продуктов, в первую очередь, технического регламента на мясо и мясопродукты, а также на мясо птицы и доложить в ближайшее время правительству;
- ускорить представление Правительству России проекта федерального закона об основах государственного регулирования торговой деятельности в России, предусмотрев в нем раздел по особенностям реализации продукции АПК.

*В свете вышеизложенного большие задачи были поставлены перед сельскохозяйственной наукой. Для обеспечения устойчивого и эффективного развития агропромышленного комплекса России, предстоит существенно углубить исследования и уделить особое внимание:*

- разработке социально-ориентированной аграрной политики;
- методам преодоления бедности сельского населения на основе эффективной занятости, осуществлению программ устойчивого развития сельских территорий и, прежде всего, созданию альтернативных рабочих мест;
- разработке предложений по улучшению системы налогообложения долгосрочного кредитования, активизации инвестиционной деятельности и созданию консультационной службы в АПК;
- развитию рыночной инфраструктуры для улучшения доступа сельхозтоваропроизводителей к рынкам финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, готовой продукции;
- разработке механизмов финансового оздоровления неплатежеспособных сельхозпредприятий и реструктуризации их бизнеса;
- формированию системы государственной поддержки научно-технического прогресса и инновационной деятельности в АПК;
- обоснованию регулирования рынка земель сельскохозяйственного назначения, чтобы, с одной стороны, содействовать притоку инвестиций в отрасль, а с другой, не допустить обезземеливания крестьянства;
- разработке теории рисков в АПК, прогнозированию его функционирования при различных вариантах социально-экономического развития экономики страны;
- анализу последствий глобализации и вступления России во Всемирную торговую организацию и разработке мер по защите отечественных! сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Кроме того, необходимо доказать исполнительным и законодательным органам власти, что сельское хозяйство является национальным Приоритетом и стратегическим преимуществом России в перспективе, особенно при производстве и экспорте экологически чистой продукции.

*На основании исследования изложенных проблем развития АПК и анализа приведенных государственных установок автор ставит перед собой главную задачу – определить наиболее эффективные практические пути их реализации на трех уровнях: государственном, региональном, развития организаций АПК. На государственном уровне незамедлительного решения требует:*

1. разработка и осуществление стратегии развития АПК. При этом в функциях Минсельхоза предусмотреть содействие в развитии научно-технического прогресса посредством разработки и реализа-

ции комплексных целевых программ, изучения и распространения достижений наук и передовой практики АПК на основе инновационного развития, инвестиционной деятельности и модернизации производства;

2. государственное управление собственностью АПК и осуществление государственного контроля за качеством продукции, карантинном растении, сортоиспытания сельскохозяйственных культур, обеспечение и организация ветеринарного обслуживания и надзора, семеноводства и племенной работы, экологической безопасности сельскохозяйственного производства, землеустройства;
3. государственное регулирование аграрной сферы народного хозяйства на основе рационального использования выделяемых ей бюджетных средств, дотаций и кредитных ресурсов, осуществления мероприятий по поддержанию ценового паритета между сельским хозяйством и другими отраслями, проведения эффективной инвестиционной и институциональной политики, формирования федеральных и региональных продовольственных фондов, а также организация маркетингового и консультативно-информационного обслуживания сельских товаропроизводителей, предприятий и организаций в сферах переработки сельскохозяйственной продукции и материально-технического обеспечения, создание рыночной инфраструктуры;
4. создание экономических, организационно-правовых и иных условий для эффективного и комплексного развития экономики АПК на основе заинтересованного взаимодействия правительства Российской Федерации и администрации субъекта по ускоренному насыщению товарного рынка конкурентоспособной агропромышленной продукцией и наполнению бюджета финансовыми ресурсами для решения социальных программ.

*На региональном уровне* содержание инновационной деятельности и модернизации производства представляется следующим (на примере Аграрного сектора Красноярского края).

Учитывая неоднородность экономических показателей в организациях края, значительное число хозяйств, подлежащих банкротству, следует создать в крае центр аграрного реформирования и научно-практических экспертиз, ценовой политики в агропромышленном производстве в составе представителей министерства сельского хозяйства администрации края, краевого комитета по земельным ресурсам и землеустройству, фонда госимущества, финансовых органов, перерабатывающей промышленности, налоговой инспекции, госагроуниверситета, правовых органов, научно-исследовательских учреждений в сфере АПК. Главной задачей центра являлось бы проведение научно-практических экспертиз по каждому из общего числа аграрных предприятий, не выдержавших требования аттестации и

находящихся на грани банкротства, оказание консультативной помощи по определению совместно с руководствами этих предприятий основных направлений по выходу из кризиса, разработка мер по оказанию целесообразной помощи в инновационном развитии на основе инновационной деятельности и модернизации производства.

Финансирование деятельности небольшого по размерам научного центра могло бы складываться за счет отчислений из добавочного дохода агропромышленных предприятий, полученного за счет расположения их в более благоприятных природно-экономических условиях, партнеров АПК по переработке и реализации продукции, получающих доходы за счет изъятия средств из цены реализации конечного сельскохозяйственного продукта в больших размерах, чем товаропроизводители, части крупных промышленных предприятий, находящихся на территории края.

Вместе с тем нельзя ограничиваться только отстающими хозяйствами. Важен и территориальный аспект научного подхода, поскольку в крае не уменьшаются депрессивные территории в виде административных районов, зон, округов. Здесь задачей упомянутого центра является формирование научных коллективов по определению, разработке мер по санации депрессивных территорий, усилению их социально-экономического развития. В этом случае следует предусмотреть бюджетное финансирование научных разработок.

В интересах устранения недостатков в научном обеспечении аграрного сектора предлагается:

*Организовать работу отраслевых научно-экспертных советов (в дальнейшем ОНЭС) при губернаторе.*

Стиль работы ОНЭС должен соответствовать требованиям сегодняшнего рыночного дня. Их заседания должны носить не отвлеченно-декларативный характер обмена мнениями вообще и дачи рекомендаций, а научно-прикладной экспертизы конкретно готовящихся управленческих проектов обоих аппаратов управления, выработки собственных конкретных предложений по важнейшим народнохозяйственным проблемам края. ОНЭС не должны быть громоздкими, их работники могли бы работать на принципах совместительства с корректировкой на эффективность их труда. Их решения должны носить рекомендательный для губернатора характер. Проект ОНЭС по проблемам аграрной реформы может быть представлен авторами данных предложений губернатору края при получении на то согласия его и краевых сельскохозяйственных органов.

По предложению ОНЭС в крае должны возобновить работу научно-практические конференции суженного характера по важнейшим народнохозяйственным проблемам. В случае необходимости создаются оперативные расширенные научно-экспертные группы для выработки решений по безотлагательным, особо важным проблемам.

*На уровне предприятий (организаций) должна быть проведена следующая работа.*

Вся новейшая история управленческой деятельности аграрных предприятий говорит об острейшей необходимости коренных преобразований всей системы управления на предприятиях, структуры управления, регламентации управленческой деятельности в целом.

Ситуация на рынке требует необходимого отхода от прежних канонов внутрихозяйственного управления, состояние которого пришло в явное противоречие с современной действительностью.

Содержание современной профессиональной деятельности каждого работника, специалиста аппарата управления аграрных предприятий в условиях рынка требует законченности ее цикла по схеме «от поля, фермы – до прилавка». По этой схеме должен работать не только руководитель предприятия и главный экономист, но и каждый специалист отрасли. В этой связи предлагаются следующие пути управленческих преобразований на уровне предприятия.

Должна быть упразднена сложившаяся с довоенных времен двойная система функционального и линейного управления и соподчиненности. Специалист сельского хозяйства, имеющий диплом высшего образования, должен превратиться из бесправного советчика в полноправного руководителя – экономиста-менеджера в возглавляемой им отрасли. Начиная работу с планирования производственно-финансовой деятельности своей отрасли, он должен владеть не только разработкой, но и реализацией производственно-маркетинговой программы, содержащей не только производство продукции, но и ее переработку, реализацию с учетом конъюнктуры рынка, самостоятельно рассчитывать все слагаемые себестоимости производимой в отрасли продукции и цены на ее реализацию. Он должен иметь права заключать контракты на реализацию продукции наравне с руководителем предприятия. В его функции должны входить технологическое планирование отрасли, анализ информации о состоянии рынка. Он должен изучать и определять наиболее выгодные каналы реализации продукции, проводить текущий и годовой анализ результатов производственно-финансовой деятельности в своей отрасли, организовывать и обеспечивать методическое руководство проведением внутригодовых и годовых балансовых комиссий, а работу отрасли и ее внутриотраслевых подразделений – на принципах внутрихозяйственного (коммерческого) расчета. Важной его обязанностью должны быть жесткий контроль за, соблюдением и снижением производственных затрат в отрасли, ликвидацией непроизводительных расходов, необоснованных затрат заработной платы, внедрением прогрессивных форм предпринимательской деятельности. В его обязанности должны также входить совершенствование оплаты труда в отрасли, организация нормирования и внедрение прогрессивных форм материального

стимулирования, правильность применения тарифных ставок и расценок и ряд других функций современного организатора-менеджера. Особое внимание должно быть уделено инновационному развитию на основе инвестиционной деятельности и модернизации производства. В этой связи в штатном расписании предприятия должна быть учреждена вместо главного специалиста должность экономиста-менеджера отрасли с приданием ему статуса внутрихозяйственного руководителя, объединяющего линейное и функциональное управление.

### **Список литературы:**

1. Нечаев В. Проблемы освоения инноваций в АПК / В. Нечаев и др. // АПК: Экономика и управление. – 2010. – № 6.
2. Ушачев И. Обеспечить продовольственную безопасность Российской Федерации / И. Ушачев // АПК: Экономика и управление. – 2010. – № 9.
3. Путин В.В Первоочередном порядке будем заниматься проблемами АПК / В. Путин // Экономика сельского хозяйства. – 2008. – № 6.

## **НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН**

**© Евстафьева А.Х.<sup>\*</sup>, Кукушкина А.Н.<sup>♦</sup>**

Казанский государственный архитектурно-строительный университет,  
г. Казань

В статье рассмотрены особенности инновационного развития в Республике Татарстан, особое внимание уделено налоговому стимулированию инновационной деятельности.

Развитие общества всегда было связано с различными нововведениями, появление чего-то нового, неизвестного ранее. Инновации представляют собой результат инновационной деятельности. Это может быть новый товар или услуга, а может это новый способ производства. Благодаря инновациям национальная экономика достигает устойчивых темпов роста, что способствует развитию малых и средних инновационных компаний в России. Развитие подобных предприятий позволит создать новые рабочие места, стимулирует инновационную деятельность в целом, и делает российскую экономику конкурентоспособной.

---

<sup>\*</sup> Доцент кафедры «Экономика и предпринимательство в строительстве», кандидат экономических наук, доцент.

<sup>♦</sup> Студент.

Главной задачей в развитии инновационной деятельности в России должно стать создание благоприятной среды для появления и воплощения в жизнь новых идей. Для этого должна развиваться инновационная инфраструктура, которая создаст благоприятные условия. В Республике Татарстан, такая инфраструктура создана, особенностью которой является наличие разнообразной сети институтов развития.

2 августа 2010 года был принят закон № 63-ЗРТ «Об инновационной деятельности в Республике Татарстан», в котором были указаны цель и задачи инновационной деятельности:

1. Целью инновационной политики Республики Татарстан является достижение качественного экономического роста и конкурентоспособности экономики Республики Татарстан на основе формирования и эффективного использования научно-технического потенциала, реализации важнейших социальных задач Республики Татарстан.

2. Инновационная политика Республики Татарстан направлена на решение следующих задач:

1. нормативное и правовое обеспечение инновационного развития Республики Татарстан;
2. расширение государственной поддержки инновационной деятельности, повышение эффективности использования государственных ресурсов, направляемых на развитие инновационной деятельности;
3. привлечение финансового капитала банков, иных финансовых структур и частных инвесторов к созданию и практическому внедрению инноваций в Республике Татарстан;
4. содействие формированию системы подготовки специалистов для работы в инновационном направлении;
5. обеспечение развития инновационной инфраструктуры Республики Татарстан [1].

Основным источником финансирования инноваций являются собственные средства предприятий (рис. 1) и средства из федерального бюджета.

Объем государственного финансирования инновационной деятельности имеет тенденцию к росту и в 2009 году – увеличился на 7 %, т.е. составила 6 млрд. руб. [2].

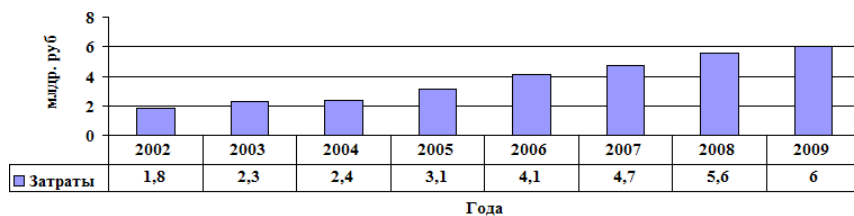


Рис. 1. Внутренние затраты на исследования и разработки РТ

Для того чтобы поддержать малые и средние инновационные предприятия государство должно стимулировать их деятельность. Известно, что к основным методам налогового стимулирования относят:

- уменьшение или обнуление налоговых ставок (освобождения);
- налоговые каникулы;
- перенос убытков на будущее;
- ускоренная амортизация;
- инвестиционный налоговый кредит;
- выведение из-под налогообложения отдельных объектов (изъятия);
- специальные налоговые режимы, предусматривающие льготное или упрощенное налогообложение;
- введение моратория на изменение (ухудшение) условий налогообложения;
- налоговые вычеты (скидки) из налогооблагаемой базы по определенным видам затрат налогоплательщика.

Инновационная деятельность связана с большим риском, так как большая вероятность, что инновации окажутся бесперспективными и не принесут никакой выгоды. У инновационных организаций есть своя экономическая специфика, а именно такие предприятия отличаются расходами на оплату труда, а, следовательно, на уплату социального налога; инновационная продукция обладает большей добавочной стоимостью отсюда и велика доля НДС. Исходя из этого, можно сформулировать основные задачи налогового регулирования, а именно:

- создание стимулов спроса на научные исследования;
- снижение налоговой составляющей в цене научного и инновационного продукта;
- создание стимулов для инвестирования в науку и инновационную сферу.

В связи с этим создаются свободные экономические зоны, технопарки, бизнес-инкубаторы, которые помогают предпринимателям осуществлять свои проекты, за счет налоговых льгот, льготных арендных ставок, квалифицированных консалтинговых и юридических услуг и т.д.

Особая экономическая зона – ограниченная территория с особым юридическим статусом по отношению к остальной территории и льготными экономическими условиями для национальных и / или иностранных предпринимателей. Главная цель создания таких зон – решение стратегических задач развития государства в целом или отдельной территории: внешне-торговых, общеэкономических, социальных, региональных и научно-технических задач.

В республике была создана Постановлением Правительства Российской Федерации № 784 от 21 декабря 2005 года особая экономическая зона «Алабуга» на территории Елабужского района Республики Татарстан. Ос-

новной целью деятельности ОЭЗ «Алабуга» является оказание содействия развитию экономики Республики Татарстан и Российской Федерации в целом, путем создания наиболее благоприятных условий для реализации российскими и международными компаниями инвестиционных проектов в области промышленного производства.

Инвесторы ОЭЗ «Алабуга» обеспечиваются рядом налоговых преференций и получают особые таможенные льготы при ввозе (вывозе) готовой продукции и сырья. Налоговые льготы для резидентов ОЭЗ «Алабуга» предусмотрены Федеральным Законом № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации», от 22 июля 2005 года, согласно которому, ухудшение финансовых условий для резидентов ОЭЗ не допускается (табл. 1).

Таблица 1

**Налоговые льготы [3]**

| Налог                                                                                  | Налоговая ставка для компаний-резидентов | Налоговая ставка для компаний, не являющихся резидентами |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 1. Налог на прибыль                                                                    | 15,5 %                                   | 20 %                                                     |
| 2. Налог на имущество                                                                  | 0 %                                      | 2,2 %                                                    |
| 3. Налог на землю                                                                      | 0 %                                      | 1,5 %                                                    |
| 4. Транспортный налог:<br>– легковые автомобили с двигателем мощностью 100 л.с. и ниже | 0                                        | 0,3 долл. (за л.с.)                                      |
| – грузовые автомобили с двигателем мощностью 250 л.с. и выше                           | 0                                        | 2 долл. (за л.с.)                                        |

Свободный таможенный режим зоны позволяет инвесторам избежать переплаты, связанной с импортированием оборудования, ресурсов и материалов или экспорта готовых изделий (табл. 2).

Таблица 2

**Льготы «Свободного таможенного режима» [3]**

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Зарубежное оборудование               | Зарубежное оборудование и продукция размещены и используются на территории ОЭЗ «Алабуга», без таможенных пошлин (10 %) и Налога на Добавленную Стоимость (18 %).                                                                                                                                                                                |
| 2. Продукция отечественного производства | Продукция отечественного производства размещается и используется на сроках и условиях, применяемых к экспортированию в соответствии с таможенным режимом экспорта, включая оплату акцизного сбора и без оплаты экспортных таможенных пошлин. (Вопрос о применении / неприменении свободного таможенного режима зоны решается самим инвестором). |

*Технологический парк* – организация, управляемая специалистами, главной целью которых является увеличение благосостояния местного сообщества посредством продвижения инновационной культуры, а так же со-стязательности инновационного бизнеса и научных организаций. Техно-парки занимаются разработкой промышленных образцов, с целью получе-

ния прибыли. Резидентам технопарков оказывают фирмам юридическую, организационную, маркетинговую, финансовую и другую поддержку.

Технопарки возникают на основе ВУЗов, их главной задачей является реализация различных коммерческих проектов. Услугами технопарков обычно пользуются малые и средние инновационные компании, находящиеся на самых разных стадиях развития.

Работе технопарков способствует государственная поддержка, одним из основных механизмов которой развития транспортной, инженерной и другой инфраструктуры строящихся объектов.

Довольно близким к понятию «технопарк» является бизнес-инкубатор.

Основным преимуществом бизнес-инкубаторов является льготная арендная ставка, которая составляет 40 % от ставки на федеральную (региональную, муниципальную) нежилую недвижимость в первый год, 60 % – во второй, 100 % – в третий.

Бизнес-инкубаторы представляют комплекс информационных, образовательных, консалтинговых, бухгалтерских, телекоммуникационных, юридических и секретарских услуг, необходимую оргтехнику и офисную мебель. Многие бизнес-инкубаторы сами ищут потенциальных инвесторов, разрабатывать бизнес-планы. Но кроме плюсов, существуют и минусы, например:

- помещения в аренду предоставляется только вновь созданным предприятиям (до 1 года с момента государственной регистрации);
- срок пребывания в бизнес-инкубаторе ограничивается 3 годами, а инновационный лаг составляет в среднем 5 лет;
- отсутствие необходимой производственно-технологической базы для проведения прикладных НИОКР, создание опытного образца, апробации технологии серийного производства.

В настоящее время в столице республики функционируют несколько технопарковых и инновационно-технологических структур. Среди них технополис «Химград» и ОАО «Инновационно-производственный технопарк «Идея». С каждым годом число резидентов технопарковых структур растет и за 2009 год по республике вырос на 7 % с 409 до 436 субъектов хозяйственной деятельности. Следовательно, растет показатель наполняемости площадей бизнес-инкубаторов, технопарков (с 41,9 % до 49,6 %). Этому способствуют налоговые льготы, а также льготная арендная ставка.

Например, резидентам Технополиса «Химград», реализующим одобренные инвестиционные проекты, предоставляется ряд существенных налоговых льгот:

- налоговая ставка по налогу на прибыль снижена до 15,5 %;
- освобождение от уплаты транспортного налога;
- налоговая ставка по налогу на имущество снижена с 2,2 % до 0,1 %;
- снижен коэффициента расчета арендной платы на землю до 0,1 % [4].

Основные усилия технополиса направлены на привлечение новых резидентов и введение эксплуатацию производственных площадей. И эти усилия не напрасны. Если в 2008 году сданная в аренду производственная площадь достигала 10 % от общей площади помещений, то в 2009 она составляла 53 %.

Развитие инноваций является приоритетной деятельностью для развития Республики Татарстан и Российской Федерации в целом. Для этого должны создаваться все условия для развития малого и среднего предпринимательства. Дать ему возможность развиваться, с помощью создания свободных экономических зон, технопарков и бизнес-инкубаторов у резидентов которых есть различные льготы, в том числе и налоговые, которые способствуют развитию бизнеса.

#### **Список литературы:**

1. Закон Республики Татарстан № 63-ЗРТ «Об инновационной деятельности в Республике Татарстан»
2. Государственный доклад об итогах инновационной деятельности РТ в 2009 году.
3. [www.elabuga-city.ru/printarticles71.htm](http://www.elabuga-city.ru/printarticles71.htm).
4. [www.himgrad.ru](http://www.himgrad.ru).

## **РАЗВИТИЕ ОСНОВ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

**© Капленков Д.В.\***

Ставропольский государственный аграрный университет, г. Ставрополь

В статье рассмотрены основы управления инновационной деятельностью, выявлены и проанализированы основные факторы, отрицательно влияющие на формирование инновационного климата в Ставропольском крае. Предложены способы модернизации системы показателей инновационной деятельности.

Инновации являются основой экономики и её сущностью, двигателем поступательного развития экономики любой страны мира. Отразившиеся на российской экономике последствия мирового финансового кризиса, несмотря на сужение круга потенциальных инвесторов и их возможностей, позитивно влияют на появление инноваций, так как побуждают хозяйствующих субъектов искать новые решения для воплощения своих идей в сложившихся условиях.

---

\* Аспирант.

Основным фактором, прямо влияющим на развитие инновационной деятельности и формирование благоприятного инновационного климата в России, являются затраты на ее осуществление, так с 1995 года по 2008 год отмечается неравномерный рост затрат на технологические инновации. В постоянных ценах затраты на технологические инновации за 13 лет выросли незначительно – с 7254 до 15218 млн. рублей или на 109,8 %. Среднегодовой рост составляет 8,4 %.

Динамика внутренних текущих затрат на исследования и разработки в процентах к валовому региональному продукту представлена в табл. 1. В Ставропольском крае уровень внутренних текущих затрат на исследования и разработки в процентах к валовому региональному продукту в 2,5 раза меньше чем в Южном Федеральном округе и в 6,3 раза меньше, чем в целом по Российской Федерации.

Оценив представленные в табл. 1 данные, можно отметить снижение внутренних текущих затрат на исследования и разработки в ВРП в Ставропольском крае, так за период с 2003 года по 2009 год снижение составило 0,5 %. По Южному федеральному округу снижение в сравнении со своим максимальным значением в 2003 году составило 0,05 %. В целом в Российской Федерации за весь наблюдаемый период снижение составило 0,15 %. Сравнивая приведенные данные в абсолютном выражении, можно сказать, что Ставропольский край по данному показателю в 2006 году находился на 9-м месте среди регионов, входящих в Южный Федеральный округ.

Таблица 1

### Динамика затрат на исследования и разработки в процентах к ВРП

| Наименование            | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Российская Федерация    | 1,40 | 1,47 | 1,50 | 1,34 | 1,23 | 1,25 | 1,25 |
| Южный федеральный округ | 0,56 | 0,62 | 0,64 | 0,63 | 0,58 | 0,57 | 0,57 |
| в том числе:            |      |      |      |      |      |      |      |
| Краснодарский край      | 0,53 | 0,66 | 0,63 | 0,50 | 0,45 | 0,45 | 0,43 |
| Ставропольский край     | 0,25 | 0,24 | 0,22 | 0,25 | 0,22 | 0,23 | 0,20 |
| Астраханская область    | 0,72 | 0,67 | 0,57 | 0,61 | 0,56 | 0,53 | 0,31 |
| Волгоградская область   | 0,47 | 0,42 | 0,43 | 0,47 | 0,34 | 0,42 | 0,49 |
| Ростовская область      | 1,00 | 1,17 | 1,35 | 1,40 | 1,45 | 1,29 | 1,31 |

Подводя итоги проведенного анализа, выявлены следующие отрицательные факторы: незначительный объем внутренних затрат на исследования и разработки в процентах к ВВП; снижение численности исследователей, как в абсолютном выражении, так и в расчете на 10000 занятых в экономике; количество предприятий предпринимательского сектора науки снижается с одновременным ростом государственного сектора; снижение удельного веса публикаций в общемировом числе публикаций; незначительный рост объема инновационных товаров, работ, услуг в постоянных ценах 1995 года; снижение показателя объема инновационных товаров на

рубль затрат; уменьшается удельный вес предприятий, осуществлявших технологические инновации; незначительная или отрицательная динамика удельного веса инновационных товаров; незначительный рост затрат на технологические инновации; снижение численности научных работников на 10000 чел. занятых в экономике в Ставропольском крае; отрицательная динамика внутренних текущих затрат на исследования и разработки в процентах к ВРП в Ставропольском крае.

Все из вышеперечисленных факторов взаимосвязаны и комплекс мер, который необходимо предпринять для их устранения, должен содержать решения большинства из них. Исследование способов и методов анализа инновационно-инвестиционной привлекательности территории, является первостепенной задачей.

Детальный анализ показал, что некоторые показатели неполно отражают суть групп, в которых они представлены. Так, в результате проведенного экспертного анализа мы заменили часть следующих показателей и их предельных отклонений:

1. Показатель производственной и технологической составляющей – «Удельный вес оборудования со сроком эксплуатации до 10 лет» заменён на «Доля осуществляющих технологические инновации предприятий». В среднем по России этот показатель составляет около 10 %;
2. Показатель финансовой составляющей – «Отношение объемов инвестиций в промышленность к ВРП» заменен на «Доля реально инвестированных средств в общей капитализации венчурных фондов действующих в регионе»;
3. Показатель результативной компоненты – «Уровень инновационной активности промышленных предприятий» заменен на «Количество проектов принятых к разработке и внедрению в производство». Таким образом, результативная компонента будет состоять из показателей отражающих полный цикл прохождения инноваций от регистрации до выхода на рынок;
4. Предельные отклонения показателя доли внутренних затрат на исследования и разработки в валовом региональном продукте заменить на 0,5 и 1,5 процентов соответственно, так как они соответствуют общероссийским.

Результаты представленной оценки в виде координат инновационного профиля Ставропольского края за 2001, 2004 и 2008 гг. выступают основой определения направлений по реализации инновационной политики в регионе. Проведенные расчеты, представлены в графическом виде на рис. 1.

Полученные координаты инновационного потенциала Ставропольского края могут быть графически отображены в виде диаграммы и на нем могут быть выделены три зоны:

1. Зона кризисного состояния инновационного потенциала ( $N < 0$ ). Отражает негативные тенденции в формировании инновационной экономики;
2. Зона неудовлетворительного состояния ( $0 < N \leq 1$ ). Недостаточный для формирования инновационной экономики региона уровень потенциала;
3. Зона удовлетворительного состояния ( $N > 1$ ). Необходимо поддержание позитивной динамики показателей.

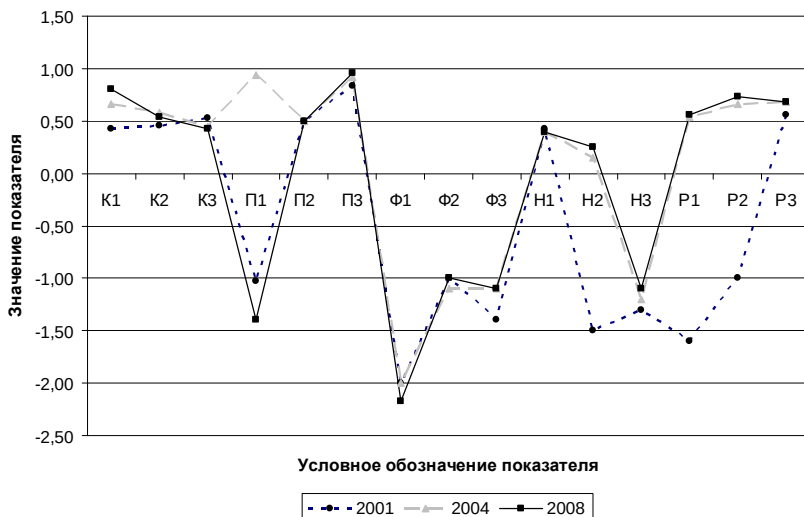


Рис. 1. Координаты инновационного профиля Ставропольского края

В Ставропольском крае наиболее проблемными выглядят производственная, финансовая и научная составляющие. В производственной составляющей первый показатель два из трех наблюдаемых периода находится в отрицательной территории, т.е. его значение ниже минимального установленного для данного показателя, так для данного показателя установлен нижний предел на уровне 8,0 %, а в 2004 году данный показатель превысил максимальный (12,0 %) и составил 12,7 %, однако уже в 2007 году он снизился более, чем вдвое и составил 5,7 %. Таким образом, обобщенный показатель – доля осуществляющих технологические инновации предприятий оказался в зоне кризисного состояния инновационного потенциала. Два других показателя производственной и технологической составляющей выглядят более благоприятно, но их значения не превышают единицы, т.е. они находятся в зоне неудовлетворительного состояния и требуют адекватных действий со стороны региональной власти. Наиболее проблемной является финансовая составляющая.

Как показал проведенный анализ у всех показателей, используемых в настоящее время отечественной статистикой для характеристики инновационной деятельности, на наш взгляд, имеется один недостаток – данные показатели являются результирующими и не отражают всей цепочки инновационной деятельности от фундаментальных и прикладных исследований до внедрения инновационного продукта на рынок. Кроме того, существующая практика статистического учета инновационно-активных предприятий не отражает их реального количества, ведет к повторному учету внедряемых инноваций. Используя собранные таким образом данные, невозможно реально оценить положение дел в сфере инноваций. Таким образом, можно заключить, что в России отсутствует учет этапов инновационной деятельности, а также показатели инновационной активности населения, исследователей прикладных и технических наук, и результативность их деятельности.

Для более подробного анализа динамики разработанной нами системы показателей апробируем ее на примере развития инновационной деятельности в России (табл. 2).

Анализируя, таким образом, изобретательскую и инновационную активность, мы можем представить себе ее масштабы.

Таблица 2

**Динамика показателей инновационной активности**

| Показатели                                                                                              | 2005  | 2006   | 2007   | 2008   | 2009   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 1.1. Коэффициент изобретательской активности исследователей.                                            | 29,08 | 34,55  | 34,33  | 37,13  | 34,44  |
| 1.2. Коэффициент изобретательской активности персонала, занятого прикладными исследованиями.            | 84,81 | 100,48 | 100,02 | 102,60 | 94,98  |
| 1.3. Коэффициент изобретательской активности персонала, занятого техническими науками.                  | 94,80 | 112,34 | 112,49 | 114,84 | 106,08 |
| 2.1. Коэффициент «качества» изобретательской активности населения.                                      | 1,36  | 1,34   | 1,30   | 1,57   | 1,85   |
| 2.2. Коэффициент «качества» изобретательской активности научных работников.                             | 23,91 | 23,71  | 23,01  | 29,82  | 35,38  |
| 2.3. Коэффициент «качества» изобретательской активности персонала, занятого прикладными исследованиями. | 69,75 | 68,97  | 67,02  | 82,41  | 97,57  |
| 2.4. Коэффициент «качества» изобретательской активности персонала, занятого техническими науками.       | 77,98 | 77,11  | 75,38  | 92,25  | 108,97 |
| 3.1. Коэффициент инновационной активности населения.                                                    | 0,59  | 0,62   | 0,64   | 0,72   | 0,72   |
| 3.2. Коэффициент инновационной активности научных работников.                                           | 10,49 | 10,99  | 11,37  | 13,79  | 13,85  |
| 3.3. Коэффициент инновационной активности персонала занятого прикладными исследованиями.                | 30,60 | 31,96  | 33,13  | 38,11  | 38,20  |
| 3.4. Коэффициент инновационной активности персонала занятого техническими науками.                      | 34,20 | 35,73  | 37,27  | 42,66  | 42,66  |
| 4.1. Коэффициент «качества» изобретательской активности.                                                | 0,82  | 0,69   | 0,67   | 0,80   | 1,03   |
| 4.2. Коэффициент «инновационности» российской науки.                                                    | 0,36  | 0,38   | 0,40   | 0,36   | 0,30   |

Так, коэффициенты 1 группы показывают, сколько на 1 тыс. отечественных исследователей подано заявок на выдачу патентов, второй – выдано, а третьей группы – использовано. Так, в 2008 году было подано только 37,1, а в 2009 году 37,6 заявки на изобретения, это при условии того, что заявки подаются не только исследователями, но и другими заинтересованными лицами, в том числе и юридическими. Таким образом, одной из выявленных причин неразвитости инновационного предпринимательства является низкая изобретательская активность отечественных исследователей.

### **Список литературы:**

1. Дежина И.Г., Салтыков Б.Г. Механизмы стимулирования коммерциализации исследований и разработок. – М.: ИЭПП, 2004.
2. Инновационный менеджмент в России: вопросы стратегического управления и научно-технологической безопасности / Рук. авт. колл. В.Л. Макаров, А.Е. Варшавский. – М.: Наука, 2004.
3. Региональный центр трансфера технологий в Ставропольском крае (Некоммерческое партнерство «Инновационно-технологический бизнес-центр Ставропольского края») [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – 2010. – Режим доступа: [www.ras-stc.ru/center/stavropol](http://www.ras-stc.ru/center/stavropol), свободный. – Загл. с экрана.

## **НЕКОТОРЫЕ ВИДЫ ЭФФЕКТОВ ОТ НОВОВВЕДЕНИЙ**

**© Новак С.О.\***

Национальный исследовательский университет  
Иркутский государственный технический университет, г. Иркутск

В основе технико-экономического анализа лежит, прежде всего, оценки полезных результатов от использования нововведения. При этом полезный результат может проявляться в улучшении как производственных показателей (объем производимой продукции, производительность труда, снижение затрат на производство, улучшение качества продукции и т.д.), так и непроизводственных, удовлетворяющих те или иные потребности общества. Проявление полезного результата во всех сферах народного хозяйства многообразно. Можно выделить следующие виды полезного эффекта:

- научно-технический;
- экономический;
- социальный;
- политический;
- экологический.

---

\* Аспирант кафедры Управления промышленными предприятиями.

Они различаются по механизму проявления, времени получения полезных результатов, возможности достоверной количественной оценки эффекта и т.д.

### *Научно-технический эффект*

Научно-технический эффект, как правило, является результатом научных исследований и опытно-конструкторских работ; характеризуется появлением новых знаний о свойствах и закономерностях материального мира и отражается научными открытиями, запатентованными изобретениями, научными докладами и публикациями, защищенными диссертациями. Практическое использование результатов научных исследований (особенно фундаментальных) отделено годами, а иногда и десятилетиями. Количественная оценка научно-технического эффекта затруднена. Результаты оцениваются лишь косвенно на основе признания научной общественностью или государством масштабности и значимости новых знаний, что проявляется путем присуждения престижных премий, научного цитирования и ссылок на опубликованные работы.

### *Экономический эффект*

Для выполнения технико-экономического анализа необходимо знать экономический эффект, т.е. абсолютную величину получаемых результатов в денежной форме. Именно наличие экономического эффекта, в первую очередь, обуславливает возможность положительного решения по реализации новой разработки.

В зависимости от назначения технико-экономического обоснования и сферы приложения капитальных вложений экономический эффект выражается приростом национального дохода, увеличением прибыли, экономией на текущих и единовременных затратах; проявляется в экономии живого труда (снижение трудоемкости изготовления продукции и рост производительности труда), материальных ресурсов (сырья, материалов, топлива, энергии), повышении качества продукции и т.д.

Экономический эффект служит обобщающим показателем экономической эффективности любой группы технических нововведений и характеризует абсолютную величину превышения стоимости ожидаемых (фактических) результатов над суммарными затратами ресурсов за определенный расчетный период. В зависимости от поставленных задач величину экономического эффекта следует исчислять в одной из двух форм – народнохозяйственной (общий эффект от использования нововведений) и внутрихозяйственной (эффект, получаемый отдельно разработчиком, производителем и потребителем технических новшеств или нововведений).

Народнохозяйственный экономический эффект определяется путем сравнения результатов от применения технических нововведений и всех

затрат на их разработку, производство и потребление. Он отражает эффективность той или иной группы технических нововведений с позиции их влияния на конечные показатели развития экономики страны. Наличие народнохозяйственного экономического эффекта от того или иного технического нововведения не всегда свидетельствует о целесообразности его использования. Такое может случиться, когда экономически выгодное для народного хозяйства в целом новое техническое решение приводит к ухудшению определенных экономических показателей деятельности отдельных научных организаций или предприятий, причастных к воспроизводственному циклу «наука – производство – эксплуатация (потребление)». Поэтому необходимо всегда определять не только общую величину экономического эффекта, но и ту его долю, которую получает каждый из участников процесса создания и реализации технического нововведения, т.е. рассчитывать внутрихозяйственный (коммерческий) экономический эффект.

Внутрихозяйственный (коммерческий) экономический эффект, исчисляемый на отдельных стадиях цикла «наука – производство – эксплуатация (потребление)», позволяет оценивать эффективность определенных технических новшеств и нововведений с точки зрения рыночных экономических интересов научно-исследовательских (проектно-конструкторских) организаций, предприятий-производителей и предприятий-потребителей.

Первая форма экономического эффекта как оценочный показатель используется на стадиях обоснования целесообразности разработки и последующей реализации новых технических решений и выбора наилучшего варианта, а вторая – в процессе реализации новшеств (нововведений), когда уже известны цены на новую научно-техническую продукцию и объем ее производства. Несмотря на различия между двумя формами выражения эффекта, способы их расчета являются идентичными; определяются как разность между результатами (продукцией, работой, услугами в стоимостной оценке) и затратами на достижение таковых за определенный период.

### *Социальный эффект*

Социальный эффект проявляется в повышении безопасности для жизни и здоровья человека. Этому способствуют улучшение условий труда и повышение его безопасности, развитие творческого содержания труда и более полное удовлетворение потребностей работников. Основные результаты социального эффекта выражаются в снижении текучести кадров, сокращении потерь от травматизма и профессиональных заболеваний, сокращении затрат, связанных с компенсацией тяжелых и вредных условий труда. Социальный эффект, как правило, не является непосредственным результатом научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Он становится возможным лишь благодаря разработке, изготовлению и использованию конкретных видов техники.

При оценке социального эффекта используются в основном натуральные показатели, например, сокращение случаев травматизма, снижение потерь рабочего времени по болезни, уменьшение вероятности профессиональных заболеваний и т.д. Так как основные результаты НИОКР выражаются в стоимостной форме, то показателям социального эффекта иногда дается экономическая оценка. При этом используются разные методы: 1) метод прямого счета; 2) косвенный метод; 3) нормативный метод и 4) метод предотвращенного ущерба.

Возможности использования метода прямого счета ограничены лишь теми случаями, когда результаты социального эффекта могут быть непосредственно выражены в стоимостной форме. Косвенный метод используется, когда социальные факторы улучшают какие-либо экономические результаты (например, снижение заболеваемости работников оказывает влияние на рост объемов производства, величину прибыли). Нормативный метод предполагает использование централизованно разрабатываемых нормативов затрат, требуемых для достижения единицы того или иного вида социального эффекта (на снижение – запыленности, загазованности, шума, вибрации, напряжения зрения, внимания и т.д.) Метод предотвращенного ущерба основывается на оценке возможных потерь в случае отказа от предлагаемых нововведений.

Новая техника, технология могут способствовать уменьшению загрязнения окружающей среды, сохранению и более рациональному использованию природных ресурсов. Подобные результаты рассматриваются как экологический эффект, который можно также считать составной частью социального эффекта.

В современных условиях, когда экономика становится все более социально ориентированной, принципиально изменяется подход к определению эффективности новшеств и нововведений. Его сущность состоит в признании безусловной приоритетности критериев социальной эффективности и экологической безопасности объектов технических новшеств и нововведений, по сравнению с критерием экономической эффективности. Сравнение и выбор наилучшего из возможных вариантов технических новшеств (нововведений) осуществляется в определенной последовательности.

Во-первых, проводится ранжирование целей разработки, производства и использования объектов технических новшеств; к высшему рангу относятся социальные цели и требования экологической безопасности, к низшему – максимизация экономической эффективности.

Во-вторых, возможные варианты технических новшеств одинакового функционального назначения проходят проверку на соответствие социальным целям и требованиям экологической безопасности, зафиксированным в государственных и международных стандартах, а также в целевых нормативах социального характера. Новшества, не отвечающие таким целям и требованиям, должны быть отклонены вне зависимости от уровня.

В-третьих, на конечной стадии процесса сравнения и выбора нужно рассматривать только социальные и экологически допустимые варианты технических новшеств или нововведений. Наилучший из них определяет-ся уже по экономическому критерию.

### *Политический эффект*

Некоторые новые разработки могут способствовать укреплению обороноспособности страны. Показателями результативности при этом могут быть: улучшение тактико-технических характеристик отдельных систем вооружений, рост вероятности выполнения боевой задачи, увеличение степени защищенности объектов от поражения противником, рост уровня сохранения секретной информации. Новые разработки НИОКР могут также решать задачи повышения экономической независимости государства, если, например, результатом их применения становится снижение импортируемой доминанты в отечественном производстве отдельных видов техники и технологии. Владение новыми перспективными технологиями позволяет государству решать и некоторые политические задачи. Таким образом, положительные результаты, влияющие на обороноспособность и независимость страны, можно отнести к политическому эффекту.

Составляющие социального, экологического и политического эффекта чаще всего не поддаются количественной стоимостной оценке. Однако это не умаляет их веса и значимости в процессе принятия окончательного решения внедрении нововведения. Иногда даже при отсутствии экономического эффекта его разработка и использование могут быть признаны целесообразными. Для этого в обществе институционально должны быть решены вопросы государственной поддержки реализации таких разработок.

### *Сопутствующий эффект*

Полнота выявления всей совокупности полезных результатов – одна изответственнейших задач технико-экономического обоснования новых разработок. Помимо непосредственных экономических и других результатов может проявляться сопутствующий эффект. Например, социальный эффект, обеспечивающий улучшение условий труда, позволяет снизить уровень общей и профессиональной заболеваемости работников. В связи с этим уменьшаются потери рабочего времени, что положительно сказывается на экономических результатах работы предприятия.

В ряде случаев новая разработка позволяет решать качественно новые задачи, удовлетворяющие новые потребности общества. В таких случаях эффект от ее использования очень трудно выразить численно. Примеров тому много. Например, качественно новый социально-экономический эффект может быть получен от создания специального прибора, позволяющего успешно выполнять какую-либо работу слепому человеку. Это имеет

огромное значение не только для таких людей, но и для общества в целом. Другой пример: лазерные технологии позволяют удалять некоторые виды опухолей у онкологических больных и восстанавливать их здоровье, и такому эффекту невозможно дать какую-либо количественную оценку. Невозможно также переоценить эффект от внедрения сотовой телефонной связи и от множества других достижений научно-технического прогресса.

При определении эффекта не следует ограничиваться рамками одного этапа жизненного цикла нововведения или части его. Например, при внедрении новой технологии изготовления изделий в одном цехе следует учитывать экономические результаты и затраты в других цехах. Должен быть обеспечен народнохозяйственный подход при расчетах, т.е. учет эффекта не только в тех отраслях, цехах и на участках, где проводится мероприятие, но и в смежных отраслях, цехах и на участках, где данное мероприятие найдет отражение. Это означает, например, что расчеты эффективности при анализе проектируемых конструкций машин должны проводиться не только для завода-изготовителя, но для всех потребителей этих машин. В конечном итоге экономический эффект должен отражать экономию общественного труда при производстве и использовании объекта нововведения.

#### **Список литературы:**

1. Личкина Н.И. Определение экономической эффективности внедрения новой техники: учеб. пособие. – 2-е изд. – М., 1986.
2. Микков У.Э. Оценка эффективности капитальных вложений: новые подходы. – М.: Наука, 1991.
3. Овчинников В.И. Техничко-экономический анализ нововведений: учеб. пособие. – Иркутск: Изд. ИрГТУ, 2010.

## **СОЗДАНИЕ ИННОВАЦИОННО-ВОСПРИИМЧИВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (МОНОГОРОДА)**

**© Олюнина Н.А.\***

Институт урбанистики Уральской государственной  
архитектурно-художественной академии, г. Екатеринбург

В начале работы описывается существующая экономическая среда в моногороде, пострадавшем во время кризиса 2008 г. Отмечается, что результатом кризиса явилась автономизация предприятий. Отсутствие производственно-экономических связей между экономическими аген-

---

\* Студент кафедры Инновационного менеджмента.

тами создает институциональные барьеры на пути диффузии инноваций. Предлагается механизм по формированию «горизонтальных» связей между экономическими агентами, призванный создать инновационно-восприимчивую среду, и обеспечить процесс диффузии инноваций.

Как известно, Российская Федерация с 2004 года объявила курс на модернизацию производства. В результате проводимых правительством мер планируется создать инвестиционно-привлекательную среду посредством развития технологий, введения инноваций как в производственную так и в социальную сферу. Стоит отметить, что «начальные условия» [1]:

- крайне зауженный сектор инноваций, ориентированных на престиж, идеологию и оборону, на силу и славу власти, но не на потребности человека (тем более на массового потребителя);
- хронически не решаемая «проблема внедрения»; попытки навязывания инвестиций экономике, «органически» отторгающей инновации, вместо создания экономики, к инновациям восприимчивой и их активно востребующей;
- обеспечение инновационных прорывов «любой ценой»; стремлению извне зарегулировать инновационный процесс «просвещенным» администрированием».

Все проблемы экономики страны находят отражение в экономике муниципального образования – моногорода Красноуральска Свердловской области. Основными экономическими агентами являются: муниципалитет, градообразующее предприятие, инвесторы, малый бизнес и население. Градообразующее предприятие предоставляет рабочие места в объеме не менее 30 % от общего числа работающего населения города (поселка). Предприятие также имеет на своем балансе объекты социально-коммунальной сферы и инженерной инфраструктуры, обслуживающие не менее 30 % населения города (посёлка). Малый бизнес, в основном, ориентирован на сферу услуг и на мелкую розничную торговлю. Инвестиционная активность низка, средства вкладываются в традиционные сферы деятельности: в торговлю и строительство. По отношению к муниципалитету малый бизнес живет своей собственной жизнью.

Мировой финансовый кризис, начавшийся в 2008 году, оказал огромное влияние на все сферы жизни общества. Кризис вынудил предприятие сокращать издержки (уменьшить размер оплаты труда работникам, сократить штат персонала, снять с баланса предприятия объекты социально-культурной сферы и т.д.). Пострадало население, часть которого либо вообще лишилось заработка, либо недополучило внушительную долю заработка (30-50 %). Из-за снижения доходов населения уменьшилась прибыль и малого бизнеса, который ориентирован на жителей моногорода. Собираемость налогов также уменьшилась. В данной ситуации привлечь инвесторов довольно проблематично. Таким образом, понесли потери все экономические агенты.

Самый существенный результат кризиса в том, что наметилась тенденция к «автономизации» экономических агентов (см. рис. 1), когда градообразующее предприятие и другие участники стремятся к экономической автономии: пытаются обеспечить полный, замкнутый цикл производства и обслуживания. Тем самым они надеются обезопасить себя от потрясений внешней среды и оставаться более стабильными во время кризисных явлений. Градообразующее предприятие ввело в свой состав обслуживающие службы, цеха, выпускающие дополнительную продукцию и т.д.

В такой экономической среде институциональные барьеры на пути внедрения инноваций возникают в силу отсутствия производственно-экономических связей: даже если отдельное предприятие введет в свое производство какое-либо инновационное оборудование, то другие участники рынка просто об этом не узнают, и процесс диффузии инноваций далее одного предприятия развиваться не будет. Разобщенность экономических агентов препятствует диффузии инноваций, тем самым тормозит модернизацию производства и не позволяет наращивать объемы производства и диверсифицировать ассортимент выпускаемой продукции, затрачивая при этом оптимальное количество ресурсов.

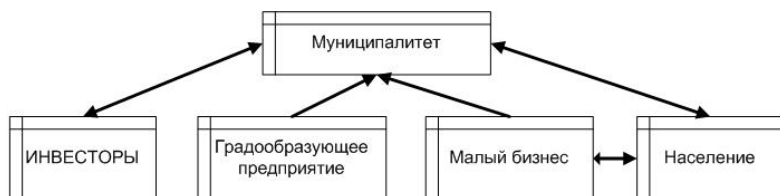


Рис. 1. Схема взаимосвязей производственно-экономических и социальных связей. Модель «как есть»

Также следует отметить, что введение новой, усовершенствованной технологии в отдельное, конкретное производство – благо только для одного предприятия, если же создать инновационно-восприимчивую среду, то можно будет говорить о распространении (диффузии) инноваций, обеспеченной наличием коммуникативных горизонтальных связей между экономическими агентами.

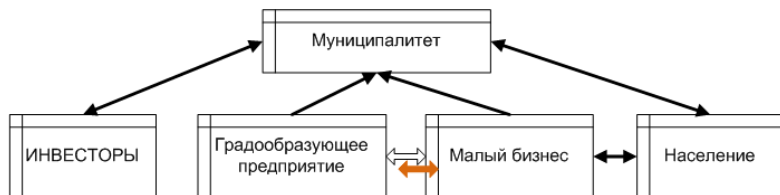


Рис. 1. Схема взаимосвязей производственно-экономических и социальных связей. Модель «как будет»

Следовательно, и экономический эффект от внедрения новых технологий и такой среде будет несравнимо больше по сравнению с отдельными, точечными инновациями «за забором». Эти представления согласуются с мнением, которое высказывается в статье [2], где автор на примере системы образования говорит о том, наиболее благоприятная среда для диффузии инноваций – среда сетевого типа, где каждый из центров сети является частично открытым.

Одним из основных условий создания инновационно-восприимчивой экономики является среда, в которой взаимодействуют все агенты экономики моногорода, т.е. среда, где действуют горизонтальные связи между экономическими агентами. Создание подходящей для развития инноваций среды – задача муниципалитета. На сегодняшний день все участники экономики города взаимодействуют с муниципалитетом преимущественно косвенно – за счет налогов, что не способствует развитию связей между агентами. Разобщенность приводит к тому, взаимодействие между агентами не осуществляется вообще или не в должном объеме из-за отсутствия общих интересов, и наличия экономических агентов разного уровня. Так, например, малый бизнес практически не взаимодействует с градообразующим предприятием.

Выходом из сложившейся ситуации может стать развитие экономических отношений по типу аутсорсинга и франчайзинга. Внедрение таких отношений позволит снизить затраты на производство продукции, сформировать горизонтальные коммуникационные связи, стимулирует развитие новых видов малого бизнеса, например, бизнеса в сфере профессиональной переподготовки. Благоприятными для применения аутсорсинга являются сервисные службы градообразующего предприятия, например, передача части функций по информационным технологиям. Классический пример информационной технологии для аутсорсинга – web-сайт предприятия. Перевод такой услуги на аутсорсинг стимулирует применение и использование новых технологий исполнителями этой функции. В то же время использование аутсорсинга требует гораздо большей управленческой квалификации от руководства градообразующего предприятия. Необходимость высокой квалификации обусловлена следующими обстоятельствами: необходимостью поставить задачу при смене исполнителя, необходимостью документировать результаты работы исполнителя с тем, чтобы новому исполнителю не приходилось начинать все заново. Это порождает необходимость изменения глобального взгляда на интеллектуальную собственность.

Для использования франчайзинга лучше всего подходят второстепенные производства на базе производственных отходов предприятия. Наличие франшизы позволяет градообразующему предприятию контролировать уровень качества продукции. В настоящее время разрабатывается целевая программа, направленная на создание инновационно-восприимчивой среды в экономике города.

**Список литературы:**

1. Россия XXI века: образ желаемого завтра. – М., 2010. – 66 с.
2. Механик А. Российской академии наук нужны конкуренты // Эксперт. – 2010. – № 11. – С. 57.

## **ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИЙ В ВУЗЕ**

© **Соболев А.С.\***

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Статья посвящена проблеме становления и развития рынка интеллектуальной собственности в России и роли вузов в этом процессе.

Одной из причин, по которой доля патентуемых инноваций в России низка, заключается в том, что в стране пока не сформировались институты-посредники, задача которых – донести результаты инновационных исследований до рынка. В России часто сами ученые вынуждены заниматься всеми этапами – от создания до внедрения интеллектуального продукта. Такой метод малоэффективен, поскольку предполагает нерациональное совмещение работы в лаборатории над изобретением с изучением потенциального рынка для него, поиском покупателей и установление контактов, презентацией продукции, проведением маркетинговых исследований относительно коммерческой перспективы изобретения и т.д.

Опыт развитых стран красноречиво свидетельствует о том, что коммерциализацией интеллектуальной собственности (ИС) должны заниматься специалисты по передаче технологий. В большинстве западных университетов созданы и функционируют специализированные отделы по лицензированию и передаче технологий: Technology Licensing Offices (TLO), Technology Transfer Offices (ТТО) – так их называют в США. В Великобритании такие отделы называют отделами по связям с промышленностью: Industrial Liaison Offices (ILO). Они выполняют следующие функции [3, с. 73]:

- предоставление необходимой информации научным сотрудникам и преподавателям университета, администрации университета, заинтересованным компаниям и т.д.;
- анализ содержания и контроль хода выполнения договоров о проведении научных исследований на предмет коммерческой значимости и правовой охраны полученных результатов исследований;

---

\* Аспирант.

- проведение рекламных кампаний отдельных разработок университета;
- проведение переговоров по вопросам стратегии и тактики использования интеллектуальной собственности и коммерческой тайны и др.

Мы также предлагаем разграничить процесс исследования на три этапа: фундаментальное исследование проблемы; опытно-конструкторские работы; продвижение результатов на рынок. На наш взгляд, каждым из этих этапов должна заниматься специализированная структура, и финансирование должно осуществляться из трех разных источников. В России существуют два государственных фонда, направленных на поддержку и развитие российских инноваций: Российский фонд фундаментальных исследований (РФФИ) и Фонд содействия развитию малых предприятий в научно-технической сфере (Фонд содействия). Первый занимается финансированием фундаментальных исследований, второй – опытно-конструкторских разработок.

В силу неоднозначности исхода, времени проведения исследования и практического применения полученных результатов, государство вынуждено поддерживать фундаментальные исследования за счет федеральных средств, поэтому значение РФФИ трудно переоценить. «Почти все активно работающие российские ученые согласны, что именно РФФИ является самым эффективным механизмом конкурсной поддержки широкого спектра фундаментальных исследований. Отмечаются высокое качество экспертизы, понятные правила участия, отсутствие чрезмерного бюрократизма. Ключевой проблемой является размер грантов, не соответствующий реалиям современной экспериментальной науки» [7]. В 2009 г. общий бюджет фонда составил 7,1 млрд. руб., а в 2010 г. он сократился на 1,1 млрд. руб. и составил около 6 млрд. руб. [7].

Российский бизнес не собирается вкладывать в фундаментальные исследования, и часто не решается делать инвестиции даже в опытно-конструкторские разработки. К сожалению, такова специфика отечественного бизнеса. Обилие природных ресурсов и высоких цен на энергоносители, огромных земельных площадей толкают российскую предпринимательскую элиту вести экстенсивное развитие бизнеса.

Конечно, в глобализирующемся мире, когда каждая отдельная страна вовлечена в мировую экономику так или иначе, такой путь не является приемлемым и должен порицаться как властями, так и общественностью. Все знают, какую колоссальную опасность несет в себе зависимость от цен на природные ресурсы на мировых рынках и отсутствие диверсификации в отечественной экономике. Хотя об этом много говорят, мало, что предпринимается с целью изменения сложившейся ситуации. Нужны законы, которые бы делали экстенсивный бизнес малопривлекательным (высокие налоги и т.д.), а инновационный бизнес поощряли (дотации, льготный период

налогообложения и т.д.). Необходима однозначная политика государства и неукоснительное следование ей в данном вопросе. Более того, нужны гражданские институты и свободная пресса, которые бы следили и предавали огласке все нарушения, связанные с этим.

Рынок ИС не просто нужно сформировать и заставить работать, его еще необходимо сделать открытым и прозрачным, когда каждый участник в равных условиях борется за гранты и заказы. Для этого необходимо обеспечить неуклонное верховенство закона, свободные СМИ и гражданское общество. Только тогда в стране по-настоящему заработают эффективные механизмы разработки и внедрения ИС в реальную экономику. Тогда страна с огромным научным потенциалом перестанет быть сырьевым придатком.

Финансирование второго этапа исследования (разработка промышленных образцов) в существенной доле должно осуществляться через частные инвестиции бизнеса. Другими словами, нужно стремиться к смешанному финансированию на данном этапе. Здесь целесообразно наладить сотрудничество НИИ и университетов с частными компаниями. Это задача одна из основных созданного при вузе отдела по внедрению инноваций.

Третий этап – внедрение результатов инновационной деятельности в экономику – по нашему убеждению, должен осуществляться исключительно частными структурами. Частный бизнес обладает наибольшей маневренностью в рыночных условиях, нежели государство. Постоянно сталкиваясь с конкуренцией со стороны других компаний, каждая из компаний будет вынуждена постоянно искать пути повышения эффективности своего бизнеса, в противном случае рискует разориться. Крупному государственному предприятию, насколько неэффективным бы не было его управление, трудно обанкротиться в силу мощной поддержки государства.

Необходимо развивать систему тендеров, где бы частные компании боролись за право получения лицензий и внедрения продукта на рынок. Университеты могут сами организовывать подобные тендеры, проведение которых, опять же, является одной из функций отдела по внедрению инноваций при вузе. В этой цепи (фундаментальные исследования – прикладные исследования – внедрение результатов на рынок) вузы могут занять важное место. Их обособленные подразделения могут стать теми бизнес-инкубаторами, чьи инновационные идеи и решения смогут воплощаться в качестве готовых товаров, с которыми частные компании будут выходить на рынок.

В университетах необходимо воспитывать дух предпринимательства у студентов, как экономических направлений подготовки, так и технических. Здесь возникают большие сложности. Одно дело – объяснить принципы инновационного менеджмента студенту, другое дело – помочь ему научиться мыслить креативно. Настоящее предпринимательство – это больше, чем просто менеджмент. Предпринимательство – это поиск оригинальных идей, возможность смотреть за пределы существующего и доступного на сего-

дняшний день. Это способность заглянуть в будущее, анализировать его в контексте инновационных идей уже сегодня.

Именно этого не хватает большинству российских вузов сегодня. На экономических факультетах зачастую учат набору фактов, множеству различных чужих идей и теорий, но не учат предпринимательству. Поэтому когда человек получает диплом, он не получает навыки, необходимые для ведения бизнеса. Это касается, в первую очередь, инновационного бизнеса. Отсюда – проблемы с инновационным развитием экономики, которое, при наличии постоянных дискуссий, фактически отсутствует. Откуда взяться в экономике инновациям, если мы не подготавливаем людей, которые бы создали эти инновации? Для того, чтобы появился объект (инновации), для начала нужен субъект (подготовленный специалист), который бы его создал.

Это касалось студентов экономических специальностей. У студентов технической направленности ситуация более неоднозначная. Им не преподают какие-либо экономические дисциплины, нужные для создания и ведения инновационного бизнеса. Дело часто ограничивается базовым введением в экономическую теорию.

Проблема еще и в том, что факультеты многих вузов живут отстраненно друг от друга. Часто студенты экономических факультетов не участвуют в совместных проектах со студентами технических направлений, поэтому они ничего не знают о сферах, лежащих вне их тематики, и о возможных выгодах сотрудничества. В результате, ни та, ни другая сторона не понимают и не видят до конца свой потенциал в создании успешного бизнеса, основанного на передовых технологиях.

В западных странах университеты уже давно осознали, что «на стыке» разных сфер могут возникать успешные бизнес проекты, которые называют «старт-ап компаниями» (start-up companies) или просто «старт-апами» (start-ups). Поэтому у них существует множество формальных и неформальных клубов, в которых участвуют студенты различных специализаций с целью создания проектов, которые бы можно было положить в основу создания новой технологичной компании, или старт-апа. Там собираются множество талантливых молодых людей, которые понимают всю важность такого междисциплинарного общения. Причем, обычно эти клубы и объединения не подчиняются какому-либо факультету, а являются обособленными подразделениями университета.

Например, в Массачусетском технологическом институте (MIT) люди, поступающие в магистратуру и аспирантуру, с первых же дней начинают работу над обдумыванием своего оригинального проекта и воплощением его в жизнь. Другими словами, они занимаются созданием старт-апов. При этом роль профессора, курирующего того или иного студента с его проектом, сводится к тому, что он его консультирует и направляет, но не принимает за него решения и активно не вмешивается в ход проекта.

Студент видит, как действуют его сокурсники, он активно взаимодействует с ними. Он также изучает опыт его предшественников, которые к тому времени уже могут иметь собственные высокотехнологичные компании. Такие примеры успеха, которые были достигнуты такими же, как он, в прошлом – студентами, безусловно, вдохновляют и мотивируют его к тому, чтобы повторить этот опыт. Сама атмосфера такого университета, когда дух сотрудничества, предпринимательства и инноваций буквально летает в воздухе, эффективно действует на студента. Он загорается идеями и начинает создавать свои собственные проекты совместно с другими студентами. В итоге, такой университет имеет тысячи стартап проектов. Например, ежегодно вокруг Кембриджа создаются около 2-3 тыс. стартапов, а вокруг Оксфорда формируются порядка 2 тыс. [6, с. 35].

В России об этом остается пока только мечтать. Хотя, у нас сегодня можно встретить примеры попыток повторить что-то подобное, говорить об инновациях не приходится, так как речь идет в лучшем случае всего о нескольких российских вузах на всю страну, которые пытаются делать что-то похожее. Например, в МГУ им. М.В. Ломоносова функционирует Инновационная студия (Innovation studio), куда набирают студентов математических, технических наук и объединяют их со студентами экономических специальностей. В ГУ-ВШЭ тоже проводятся курсы по креативности в бизнесе и предпринимательстве, которые функционируют вне факультетов и объединяют студентов разных специальностей. А также найдется еще несколько примеров. Но в масштабах целой страны этого, конечно, абсолютно недостаточно. Поэтому не удивительно, что сколько бы денег федерального бюджета не выделялось и сколько бы призывов к инновациям мы не слышали в СМИ от правительственных организаций, инновации не появятся, пока не появятся молодые амбициозные люди, фундаментально и практически подготовленные в вузах к инновационной предпринимательской деятельности.

В целях модернизации высшей школы в России уже несколько лет обсуждают возможности создания некой национальной шкалы оценок вузов, с помощью которой их можно было бы разделить на различные категории с целью придания нового импульса в развитии отечественных университетов. Применительно к университетам используют различные категории, такие как «академический», «федеральный», «инновационный», «исследовательский», «предпринимательский» и др. Обсуждения идут относительно их концепции и принципов работы, критериев, с помощью которых можно отнести вуз в ту или иную категорию, особенностей управления университетов, принадлежащих к разным категориям, размеров государственной поддержки и т.д. Главной задачей данного движения является выявление небольшой группы отечественных университетов, которым можно выделить дополнительные ресурсы и поставить перед ними задачу стать двигателем инновационного развития национальной экономики и приблизиться

к ведущим университетам мира по степени влияния на глобальные процессы в науке, технике и технологиях, а также в подготовке высококвалифицированных специалистов [1, с. 24].

В США, например, шкала критериев оценки исследовательских университетов существует с 70-х гг. 20 века. Именно тогда в США при поддержке Фонда Карнеги были разработаны «Классификация учреждений высшего образования» и критерии исследовательского университета [1, с. 23]:

1. Наличие в университете докторантуры с определенным количеством научных направлений, по которым присуждается степень доктора наук (PhD).
2. Определенный объем федеральных научных и образовательных грантов, полученных университетом.
3. Наличие программ подготовки бакалавров.
4. Вхождение в список ведущих университетов по показателю финансовой поддержки проведения фундаментальных и прикладных исследований.

Согласно данной классификации, в США выделяют две категории исследовательских университетов:

1. Исследовательские университеты с очень высокой исследовательской активностью (они имеют общую аббревиатуру RU / VH). Такой университет является университетом высшей категории, ведет подготовку бакалавров и магистров по множеству направлений, а также проводит подготовку элитных научных кадров в докторантуре с присуждением степени доктора наук PhD (50 и более степеней в год). Придает большое значение научным исследованиям и ежегодно получает большое федеральное финансирование на проведение исследований.
3. Исследовательские университеты с высокой исследовательской активностью (RU / H). Такие университеты отвечают всем тем же параметрам, что и университеты категории RU / VH, с одной лишь разницей, что ежегодный объем выполняемых исследований в них несколько ниже в сравнении с университетами уровня RU / VH.

В общем, университетов категории RU / VH и RU / H в США насчитывается около 200, что составляет около 4 % от общего числа американских высших учебных заведений [1, с. 23]. Причем,  $\frac{1}{3}$  из них – частные вузы и  $\frac{2}{3}$  – государственные. Они представляют собой американскую научно-образовательную элиту. Первые 100 университетов по рейтингу исследовательской активности выполняют около 80 % всех научных исследований в системе высшей школы, а университеты, входящие в первую двадцатку (top 20) – 30 % [1, с. 23].

Своевременное создание национальной шкалы градации вузов помогло США выявить наиболее перспективные вузы и дать им необходимые до-

полнительные ресурсы, чтобы еще больше увеличить их потенциал и отдалу американской экономике. В результате, американские университеты являются самыми мощными и передовыми в мире. В Шанхайском рейтинге (известном мировом рейтинге лучших вузов планеты) в первой двадцатке находятся 17 исследовательских университетов США. Европейские университеты заметно уступают свои позиции перед американскими вузами.

В России уже началось преобразования вузов с целью их категорирования. Уже создано 4 федеральных вуза – Сибирский федеральный университет (в г. Красноярске), Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону), Дальневосточный (на базе Дальневосточного государственного университета), Северо-Восточный (на базе Якутского государственного университета). Со временем планируется создание еще 3 федеральных университетов [Согласно Указу Президента Российской Федерации от 21 октября 2009 г. № 1172 «О создании федеральных университетов в Северо-Западном, Приволжском, Уральском и Дальневосточном федеральных округах»] – Северный (Арктический) (на базе Архангельского государственного технического университета), Приволжский (на базе Казанского государственного университета), Уральский (на базе Уральского государственного технического университета) [5].

МГУ и СПбГУ получили статус федеральных университетов в сентябре 2008 года, в июле 2009 года к ним добавился МГТУ им. Баумана. А также статус федеральных университетов приобретут еще 12 вузов, выигравших конкурс на получение данного статуса [2]. Федеральный статус обеспечивает университету существенное увеличение бюджета, а также дает свободу в составлении образовательных программ и определении стандартов обучения. Кроме того, федеральный университет может создавать дочерние предприятия и организации.

В дополнение к федеральным университетам в России начали присваивать вузам статус «национального исследовательского университета». *Национальный исследовательский университет (НИУ)* – это статус, который присваивается на конкурсной основе российским университетам. Конкурс проводится Министерством образования и науки РФ. Чтобы университет получил данный статус, он должен удовлетворять определённым требованиям. Конкурсная комиссия во время проведения конкурсных отборов принимает во внимание такие факторы, как современное состояние и динамика развития университета, его кадровый потенциал, инфраструктура образовательного процесса и научных исследований, эффективность образовательной и научно-инновационной деятельности, свидетельства международного и национального признания, качество, обоснованность и ожидаемая результативность представленной программы [4].

Вне конкурса по указу Президента РФ этот статус был присвоен первым двум университетам: Национальный исследовательский ядерный универси-

тет (на базе Московского инженерно-физического института (МИФИ)) и Национальный исследовательский технологический университет (Московский институт стали и сплавов (МИСиС)). Статус устанавливается сроком на 10 лет. Причем, по результатам проверок эффективности реализации программ развития, которые будут проводиться на регулярной основе, университеты могут лишиться этого статуса.

Министерство образования и науки РФ уже провело два таких конкурса, по результатам которых 29 ведущих российских вузов стали носить звание «национального исследовательского университета». В этом списке присутствуют ведущие университеты Москвы, Санкт-Петербурга и регионов. Среди них есть и сибирские вузы: Новосибирский государственный университет, Новосибирский государственный технический университет, Томский государственный университет, Томский политехнический университет, Иркутский государственный технический университет. Все эти университеты получают серьезную поддержку со стороны государства. Из федерального бюджета на финансирование своих программ развития на 2009-2018 гг. каждый из них получит до 1,8 млрд. руб. [4].

Не все потеряно и для вузов, которым не посчастливилось пока получить статус федерального или исследовательского университета. Для того, чтобы каждый вуз мог участвовать в инновационном развитии отечественной экономики, был принят закон о создании малых инновационных предприятий при вузах (№ 217-ФЗ) [8], который вступил в силу 2 августа 2009 г. Теперь каждый вуз может создавать малые предприятия на своей базе с целью доведения до рынка результатов своей интеллектуальной деятельности. Следовательно, роль каждого российского университета сегодня становится особенно актуальной на рынке интеллектуальной собственности.

### **Список литературы:**

1. Агронович Б.Л., Похолков Ю.П., Чубик П.С., Чучалин А.И. Исследовательские университеты в России: пути становления и развития // Университетское управление: практика и анализ. – 2009. – № 1. – С. 22-30.
2. В России появится еще 12 федеральных университетов [Электронный ресурс] // Lenta.ru. – 19.08.2010. – Режим доступа: [www.lenta.ru/news/2009/10/14/vuzes](http://www.lenta.ru/news/2009/10/14/vuzes).
3. Дежина И., Леонов И. Экономико-правовое обеспечение коммерциализации интеллектуальной собственности в России // Вопросы экономики. – 2003. – № 10. – С. 66-76.
4. Еще 15 вузов стали национальными исследовательскими университетами [Электронный ресурс] // РиаНовости. – 27.04.10. – Режим доступа: [www.rian.ru/edu\\_news/20100427/227222236.html](http://www.rian.ru/edu_news/20100427/227222236.html).
5. Новые федеральные университеты появятся в пяти городах России [Электронный ресурс] // STRF (наука и технологии РФ). – 22.10.09. – Режим доступа: [www.strf.ru/organization.aspx?CatalogId=221&d\\_no=24809](http://www.strf.ru/organization.aspx?CatalogId=221&d_no=24809).

6. Репин Д. Инновационный менеджмент – это профанация // Ученый совет. – 2010. – № 2. – С. 34-35.

7. Стерлигов И. РФФИ: тревожное будущее главного грантового фонда [Электронный ресурс] // STRF (наука и технологии РФ). – 25.02.10. – Режим доступа: [www.strf.ru/organization.aspx?CatalogId=221&d\\_no=27831](http://www.strf.ru/organization.aspx?CatalogId=221&d_no=27831).

8. Федеральный закон от 2.08.2009 № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения результатов интеллектуальной деятельности».

## **О ПРОБЛЕМАХ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**© Шпак Г.Б.\***

Хабаровская государственная академия экономики и права, г. Хабаровск

В работе рассмотрена необходимость формирования инновационных систем третьего уровня – инновационных систем предприятий. Приводятся аргументы в пользу их решающей роли в процессе перевода экономики страны на инновационный путь развития.

Инновации стали главной движущей силой более продуктивного экономического роста в мире. Инвестиции в инновационный сектор приводят к росту ВВП в соотношении 1 к 3. В развитых странах инновационная деятельность обеспечивает 90 % роста ВВП [1]. В связи с этим Стратегией развития РФ в области науки и инноваций предусмотрен ряд мер, направленных на формирование национальной инновационной системы (НИС), способной обеспечить модернизацию экономики и повышение её конкурентоспособности. Основное внимание при этом уделяется развитию инновационной инфраструктуры в составе НИС.

Однако, на наш взгляд, более актуальной задачей в условиях новой экономики является повышение инновационной активности основных хозяйствующих субъектов – предприятий. К тому же в настоящее время исследователи склоняются в пользу эндогенных инноваций как более результативных, объективно необходимых, востребованных и эффективных.

Зачастую проблему повышения инновационной активности сводят к необходимости наращивания, укрепления и развития инновационного потенциала предприятия. Из этого следует, чем крупнее предприятие, чем большим объёмом ресурсов оно располагает, тем оно более инновационно актив-

---

\* Доцент кафедры Экономики предприятия и менеджмента, кандидат экономических наук, доцент.

но. Так Л. Косалс [2] выделяет три типа российских предприятий в зависимости от характера и масштаба инноваций. Первый тип – это инновационные предприятия, работающие на международном уровне. К ним относятся преимущественно крупные компании, выполняющие госзаказ, имеющие развитую материально-техническую базу. Второй тип – инновационные предприятия, работающие на уровне требований российского рынка. Их производственная база не достигает мировых стандартов, а инновационная деятельность направлена не на обновление производства, а на улучшение финансовых результатов. К третьему типу относятся малые и средние предприятия, практически не занимающиеся нововведениями, имеющие устаревшую материально-техническую базу и незагруженные мощности.

Полагаем, что такой подход прямо противоречит мировому опыту, доказано, что гораздо чаще именно малый бизнес способен рисковать, выводя на рынок принципиально новые товары. Представляется, что акценты в характеристике инновационной активности предприятий должны быть иными: необходимо сделать упор на результативность и регулярность инноваций. В связи с этим целесообразно разделить предприятия на три группы: имеющие достаточный инновационный потенциал (потенциально активные); занимающиеся инновациями нерегулярно, эпизодически; инновационно-активные, рассматривающие инновации как главный источник развития и важное конкурентное преимущество. Для качественного развития предприятий, их перехода к третьему типу обязательным условием является формирование наряду с национальной и региональными инновационными системами инновационных систем предприятий (ИСП).

Отечественные предприятия нуждаются в собственных инновационных системах, так как именно предприятия становятся сейчас агентами инновационных преобразований в России. В настоящее время не сложилось единой точки зрения на сущность ИСП. Их рассматривают как совокупность экономических агентов, видов деятельности, ресурсного обеспечения и связей между ними [3], как совокупность факторов, благоприятствующих инновациям, как некий набор структурных подразделений предприятия.

Какие же составляющие входят в систему управления инновациями на уровне предприятия? На этот вопрос нет однозначного ответа. С одной стороны, опираясь на процессный подход, можно рассматривать компоненты ИСП как взаимосвязанные процессы, позволяющие реализовать инновационный потенциал организации. Придерживаясь данной точки зрения, включим в систему управления инновациями следующие процессы:

- разработка новых видов технологий внутри предприятия, либо приобретение технологий из внешних источников, технологическое совершенствование процессов производства и выпускаемой продукции;
- технологическая диверсификация, являющаяся базой как для продуктовой диверсификации, так и для диверсификации научных ис-

следований, проводимых компаниями, а также для расширения набора технологий, которые использует компания в производственном цикле своих продуктов;

- международное сотрудничество в сфере НИОКР;
- управление объектами промышленной и интеллектуальной собственности;
- внедрение новшеств в деятельность предприятия и создание на их основе конкурентных преимуществ.

С другой стороны, мы знаем, что любая система представляет собой совокупность элементов и подсистем с устойчивыми взаимосвязями между ними. Поэтому ИСП может быть рассмотрена и как сочетание элементов, её формирующих.

Подсистемы, которые, на наш взгляд, должны входить в корпоративную систему управления инновациями:

- *система управления персоналом* – сформированная под цели и задачи ИСП система материального и нематериального стимулирования сотрудников;
- *финансовая* – подсистема финансового обеспечения ИСП, включающая в себя не только определение потребности в финансовых ресурсах, но также составление бюджета ИСП, контроль за его исполнением, проведение финансового анализа на различных этапах её функционирования;
- *информационная* – создание внутренней локальной сети, обеспечение взаимодействия между различными отделами в рамках ИСП, а также между разными компаниями;
- *технологическая* – система обеспечения подразделений необходимыми технологиями, технологическим оборудованием;
- *маркетинговая* – обеспечивает коммерциализацию новшеств, а также выявление потребностей рынка, мониторинг изменений в предпочтениях клиентов и конъюнктуры рынка;
- *идеологическая* – формирование на предприятии инновационно-ориентированной системы ценностей, создание кодекса инноватора, разработка миссии компании, связанной со всеобъемлющим характером инновационной деятельности в организации.

Существует ли на данный момент объективная необходимость создания инновационных структур на уровне предприятия? В современный период усиления конкуренции на отечественном рынке, когда соперниками российских предприятий становятся многочисленные зарубежные компании, характеризующиеся более высоким технологическим уровнем и более совершенной организацией технологических и управленческих процессов, поддержание конкурентоспособности становится острой проблемой для российского бизнеса. Согласно исследованиям существует оче-

видная корреляция между поддержанием конкурентных преимуществ и инновационной политикой, проводимой на предприятии. Наиболее хорошие показатели по системе критериев «цена – качество – издержки» имели компании, активно занимающиеся освоением новых технологий и рынков сбыта продукции, выходящие на рынок с новыми продуктами, внедряющие стандарты ISO и современные системы управленческого учёта, совершенствующие систему оплаты труда и мотивации сотрудников. Поэтому создание ИСП является стратегической задачей.

Итогом нашего исследования являются следующие выводы:

- инновационные системы предприятия должны занять своё полноценное место в качестве систем третьего уровня наряду с национальной и региональными инновационными системами;
- внедрение ИСП становится обязательным условием для повышения конкурентоспособности российских предприятий за счёт роста эффективности и улучшения организации инновационных процессов;
- разработка ИСП должна носить комплексный, системный характер;
- внедрение корпоративной инновационной системы необходимо сопровождать модификацией организационной культуры, трансформацией её в организационную культуру, главной ценностью которой являются творческое мышление, прогресс и инновации.

### **Список литературы:**

1. Гохберг Л.М. Новая инновационная система для «новой экономики». – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
2. Косалс Л. Технологические инновации в России (данные мониторинга на предприятиях ВПК) // Инновации и экономический рост. – М.: Наука, 2002.
3. Sverker A., Staffan J., Soren S., Christer O., Teknlic N. Corporate Innovation Systems. – Goteborg: Chalmers University of Technology, 2000.
4. Павлов А.Г. Необходимость разработки корпоративной инновационной системы // Стратегическое управление инновационным развитием экономики России: межвузовский сборник научных трудов. – СПб., 2009.
5. Павлов А.Г. Инновационная система компании // Экономика и управление: сборник научных трудов. – СПб.: СПбУЭФ, 2009.
6. Grandstrand O. Corporate Innovation Systems. – Goteborg: Chalmers Universities of Technology, 2005.

A decorative border resembling a scroll, with a horizontal bar at the top and vertical lines on the sides. The top-left and bottom-left corners feature circular scroll-like details.

**Секция 7**

***РЕГИОНАЛЬНАЯ  
ЭКОНОМИКА***

# **РОЛЬ НАУКИ В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА**

**© Григорьева И.В.\***

Государственная полярная академия, г. Санкт-Петербург

В статье рассматривается роль науки в переориентации российской экономики на инновационную основу. При проектировании стратегии управления инновационной и инвестиционной деятельностью целесообразно использовать в качестве критерия оценки повышения эффективности хозяйственной, научно-исследовательской, инновационной и инвестиционной деятельности единый обобщающий показатель эффективности хозяйствования, что позволит создать действенный мотивационный механизм активизации инновационной и инвестиционной деятельности, обеспечивающий повышение конкурентоспособности региона.

Развитие региональной экономики, повышение уровня и качества жизни населения во многом определяются масштабами и эффективностью инновационной деятельности, которая объективно основана на широкомасштабном внедрении достижений НТП и становится определяющим фактором роста экономических показателей развития региона.

В условиях глобализации экономики и перехода к постиндустриальной стадии общественного развития долгосрочный устойчивый рост региональной экономики возможен при условии перехода от сырьевой ориентации к развитию перерабатывающей промышленности. В этой связи стратегическим направлением развития промышленного комплексов страны является технологическая перестройка, направленная на свертывание незагруженных, структурно-депрессивных производств, репрофилирование существующих устаревших мощностей на выпуск инновационной, конкурентоспособной продукции.

Теоретически необходимость перехода к инновационной модели развития регионов страны не вызывает сомнения ни у ученых, ни у практиков. Однако развитие экономики России в последние годы характеризуется дальнейшим утяжелением структуры производства, усилением моноотраслевой специализации в экспортноориентированных регионах. Многочисленные исследования говорят, что в и ближайшие годы Россия сохранит сырьевую ориентацию производства.

В современных условиях желание субъектов РФ обеспечить переход к инновационной модели экономического роста подкрепляется в основном их собственными финансовыми ресурсами. Однако объем этих ресурсов недостаточен для широкомасштабных преобразований: требуются затраты

---

\* Профессор кафедры Экономики и финансов, доктор экономических наук, доцент.

для прорыва на рынок с брендовыми товарами, значительные расходы на НИОКР. Кроме того, инновационная модель развития сопряжена со значительным риском, в то время как сложившаяся конъюнктура сырьевого рынка гарантирует более высокую норму прибыли. И, наконец, частный капитал руководствуется краткосрочными экономическими интересами и не в его интересах отрываться, например, от нефтяной специализации, дающей более высокую норму прибыли.

В этих условиях именно науки должна принадлежать ключевая роль в переориентации российской модели воспроизводства на интенсивную, преимущественно инновационную основу.

При существующем уровне развития банковского и страхового секторов, промышленности, сложившейся специализации экономики и инновационной активности предпринимателей наиболее реальным источником средств для структурной перестройки экономики на базе новых технологий может стать перераспределение ресурсов из сырьевого сектора в обрабатывающую промышленность, производство новых знаний и технологий и осуществление на этой основе инновационного развития экономики.

Инновационный путь развития в современном понимании основан на системном использовании конкурентоспособных наукоемких производств и формировании инновационной среды, основанной на новых знаниях и технологиях. Инновационный путь развития обеспечивается созданием предпринимательской среды со значительной долей инноваций в технологиях, управлении, повышением конкурентоспособности крупных фирм, обеспечением поддержки малого и среднего инновационного бизнеса, формированием кластеров инновационных предприятий и инновационных «полюсов» ведущих вузов; интегрированием науки, власти и бизнеса в целях создания единой инновационной системы, основанной на коммерциализации знаний и научно-технических достижений.

Для каждого уровня развития социально-экономической системы, определяемом во многом господствующим технологическим укладом, соответствует особый тип организации инновационной деятельности [1].

Для первого технологического уклада характерны:

- организация научных исследований в национальных академиях и научных обществах, местных научных и инженерных обществах;
- индивидуальное инженерное и изобретательское предпринимательство и партнерство;
- профессиональное обучение кадров с отрывом и без отрыва от производства.

Для второго технологического уклада характерно:

- формирование научно-исследовательских институтов;
- ускоренное развитие профессионального образования и его интернационализация;

- формирование национальных и международных систем охраны интеллектуальной собственности.

Для третьего технологического уклада характерно:

- создание внутрифирменных научно-исследовательских отделов;
- использование ученых и инженеров с университетским образованием в производстве;
- создание национальных институтов и лабораторий.

Для четвертого технологического уклада характерно:

- наличие специализированных научно-исследовательских отделов в большинстве фирм;
- государственное субсидирование военных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- вовлечение государства в сферу гражданских НИОКР;
- развитие среднего, высшего и профессионального образования;
- передача технологии посредством лицензий и инвестиций транснациональными корпорациями.

Для пятого технологического уклада характерно:

- наличие горизонтальной интеграции НИОКР, проектирования производства и обучения;
- развитие вычислительных сетей и совместные исследования, государственная поддержка новых технологий и университетско-промышленное сотрудничество;
- новые режимы собственности для программного продукта и биотехнологий.

Для шестого технологического уклада характерно:

- инновационное развитие в рамках экономических и территориальных кластеров;
- обучение и переквалификация в течение всего периода производственной деятельности работника.

Экспертная оценка современных структурных сдвигов в экономике России показывает, что в настоящее время необходимо комплексно осваивать V и VI технологические уклады. Причем, на наш взгляд предпринимать конструктивные шаги следует на региональном уровне.

Инновации тесно связаны с НТП, являясь его результатом. Инновационная деятельность предполагает совокупность научных, технологических, организационных, финансовых и управленческих мероприятий, которые в своем системном единстве приводят к инновациям. Но НТП выступает в современных условиях существенным фактором экономического роста и устойчивого развития каждого отдельного региона, так как результаты НТП в первую очередь заметны именно на региональном уровне и объективно формируются там.

Управление инновационной деятельностью становится важным инструментом повышения реальной эффективности региональной экономики

Исходя из результатов системного анализа, взаимосвязи различных видов человеческой деятельности, можно в качестве глобальной стратегической цели инновационной деятельности, представить общий мотив для любого вида деятельности человека в виде наиболее полного удовлетворения материальных и духовных потребностей, в том числе и новых, ранее не известных человека и общества, вследствие повышения производительности, эффективности человеческого труда, реальной эффективности хозяйствования и предпринимательства.

Именно повышение уровня благосостояния и качества жизни людей, являющееся основной составляющей социально-экономического прогресса, представляет приоритетное направление научных разработок в области проектирования инновационной стратегии развития регионов. В такой модели благо народа будет являться главным, глобальным критерием НТП и инновационного прогресса.

Научно-техническое и социально-экономическое развитие России в XXI в. в значительной мере будет зависеть от ее способности изменить структуру экономики, увеличить долю высокотехнологичной и наукоемкой продукции в общем объеме производства.

Реализация концепции инновационного развития возможна при условии государственного регулирования и регионального управления научно-исследовательской деятельностью. Целями научной и инновационной политики при этом должны являться:

- увеличение вклада науки и техники в социально-экономическое развитие региона;
- обеспечение прогрессивных преобразований в сфере материального производства;
- повышение конкурентоспособности продукции на внутренних рынках;
- укрепление технологической и экономической безопасности региона;
- сохранение сложившихся и развитие новых научных школ;
- повышение эффективности регионального хозяйствования;
- улучшение уровня и качества жизни граждан региона.

В настоящее время появились теоретические, методологические и методические разработки в области инновационного управления, институциональные исследования инновационных процессов, изучаются рынки инноваций, исследуются и реализуются инновационные проекты предприятий, проводятся конкурсы инновационных проектов, появляются работы об инновационном типе экономического развития, разрабатываются теоретические основы и модели формирования региональных и национальных инновационных систем.

Наиболее актуальными направлениями исследований инновационной проблематики с научной точки зрения являются:

- проблемы управления процессами формирования инновационной политики промышленных предприятий и организаций, функционирующих в различных отраслях и сферах отечественной экономики;
- формирование концепции управления организациями на основе инновационного инструментария;
- проведение эмпирических исследований региональных рынков инноваций с целью использования полученных данных в методологических и методических разработках.

Экономическая эффективность региональных инновационных проектов непосредственно связана с проблемой обобщающей комплексной оценки эффективности хозяйствования, так как внедрение проектов в практическую деятельность предполагает инвестирование капитала и формирование новых результатов развития регионов.

Инновации и инвестиции, связанные с научно-техническим развитием играют определяющую роль в создании новых рабочих мест в регионе, в предотвращении роста и ликвидации безработицы, в обеспечении конкурентоспособности отдельных региональных рынков, в эффективном функционировании и развитии процессов воспроизводства на региональных уровнях управления экономикой.

Стратегия развития роста организаций, функционирующих в различных регионах, отраслях и сферах отечественной экономики, определяется управляющими воздействиями их менеджмента по обеспечению удовлетворения непрерывно возрастающих потребностей всех участников воспроизводства с оптимально необходимыми затратами труда и капитала, повышения эффективности хозяйственной деятельности в соответствии с основными целями социально-экономического развития региона.

Таким образом, внедрение в хозяйственную деятельность инноваций, привлечение и реализация инвестиций предполагают получение конечных полезных результатов или социально-экономических эффектов хозяйствования в регионе.

Системный анализ взаимосвязи процессов хозяйствования в различных сферах и отраслях региональной экономики позволяет обосновать и предложить для практического использования формулу расчета эффективности хозяйствования:

$$E = PДсм / Тс \quad (1)$$

Эта формула позволяет соизмерить вновь созданную трудом производителей стоимость реального дохода ( $PДсм$ ) с совокупными затратами ( $Тс$ ) использованных инноваций или инвестиций в процессе осуществления хозяйственной деятельности. При этом труд производителей различных экономических благ, выражен в единицах рабочего времени или в человеко-часах.

Для характеристики и оценки социально-экономического эффекта или конечного полезного результата хозяйствования, возникшего вследствие осуществления и использования инноваций (инвестиций), целесообразно применять не общую стоимость произведенной и реализованной продукции в реально действующих ценах, а вновь созданную собственными трудовыми усилиями производителей экономических благ стоимость реального дохода ( $РДст$ ).

По своему экономическому содержанию она представляет собой расчетную модификацию вновь созданной стоимости чистой продукции ( $ЧП$ ) на уровне организаций или внутреннего регионального дохода ( $ВРД$ ).

Его можно определить по формулам:

$$РДст = ВОП - ФВ = НПст + ППст \quad (2)$$

где  $ВОП$  – общая стоимость валового объема производства и продаж в реально действующих ценах;

$ФВ$  – стоимость израсходованных инвестиций в виде потребленных в хозяйственной деятельности материальных, технических и финансовых ресурсов;

$НПст$ ,  $ППст$  – вновь созданные прибавочным трудом производителей потребительские стоимости необходимого и прибавочного продуктов.

Стоимость необходимого продукта ( $НПст$ ) в свою очередь определяется по формуле:

$$НПст = ФОТ + ОСН \quad (3)$$

где  $ФОТ$  – фонд оплаты труда производителей;

$ОСН$  – отчисления на социальные нужды единого социального налога.

Стоимость прибавочного продукта ( $ППст$ ) можно определить путем умножения стоимости необходимого продукта ( $НПст$ ) на достигнутый уровень рентабельности произведенной и реализованной продукции ( $Рвоп = Пвоп / Своп$ ), исчисляемой соизмерением прибыли ( $Пвоп$ ) с себестоимостью ( $Своп$ ) продукции), то есть:

$$ППст = НПст \times Рвоп \quad (4)$$

Реальный доход ( $РДст$ ) единственный из всех стоимостных показателей конечных полезных результатов хозяйствования, обеспечивает в современных условиях системное единство и прямопропорциональную взаимосвязь стоимости и потребительной стоимости создаваемых экономических благ, ибо динамика его движения полностью как по направлению, так и по размеру совпадает с динамикой объема производства и продаж товарной массы экономических благ.

На базе реального дохода ( $РДст$ ) целесообразно измерять эффективность затрат труда ( $Еж = РДст / Тж$ ) производителей путем деления сто-

имости реального дохода ( $PДсм$ ) на социально возможные затраты ( $Тж = P \times ФРВсв \times Кр$ ) живого труда производителей, выраженные в человеко-часах простого труда и исчисляемые путем умножения средней численности ( $P$ ) работников на социально возможный к производительному использованию ( $ФРВсв$ ) фонд рабочего времени в часах в среднем на одного работника и на коэффициент ( $Кр = Отм / МРОТ$ ) редукации труда, характеризующий качество применяемого труда и исчисляемый как соотношение среднемесячной оплаты ( $Отм$ ) труда одного работника и среднемесячного минимального размера оплаты труда ( $МРОТ$ ), принятого обществом за эталон оплаты простого труда.

Для обеспечения соизмеримости всех видов израсходованных ресурсов необходимо стоимость фонда возмещения ( $ФВ = ВОП - РДсм = М + А + Ф$ ) потребленных вследствие использования инвестиций материальных ( $М$ ), технических ( $А$ ) и финансовых ( $Ф$ ) ресурсов разделить на достигнутый уровень эффективности живого труда ( $Етж = РДсм / Тж$ ) производителей и тем самым оценить затраты прошлого труда ( $Тп = ФВ / Етж$ ) в единицах рабочего времени, то есть в человеко-часах простого труда.

Эти затраты прошлого труда ( $Тп$ ) характеризуют потенциальную величину затрат простого труда, сэкономленную или замещенную использованными инновациями и инвестициями, вложенными в стоимость фонда возмещения ( $ФВ$ ) потребленных материальных ( $А$ ), технических ( $М$ ) и финансовых ( $Ф$ ) ресурсов. Совокупные затраты ( $Тс = Тп + Тж$ ) инвестированного в хозяйственную деятельность и использованного живого труда производителей определяются суммированием затрат прошлого ( $Тп$ ) и живого ( $Тж$ ) труда, выраженных в человеко-часах простого труда.

Единый обобщающий показатель эффективности хозяйствования, совпадающий с критерием оценки эффективности внедрения инноваций и реализации инвестиций, имеет ярко выраженный антизатратный характер и может использоваться в практике управления инновациями и инвестициями и хозяйственной деятельностью на региональном уровне экономики:

$$Ех = РДсм / Тс \quad (5)$$

Использование единого обобщенного показателя эффективности хозяйствования региона при моделировании стратегии инновационного развития, позволит создать необходимые предпосылки и мощные стимулы для ускорения НТП, так как экономически вынудит организации рассматривать НТП, как главный рычаг и определяющий интенсивный фактор повышения эффективности хозяйствования. Основным препятствием ускорения НТП является сохраняющийся в условиях рыночной экономики приоритет промежуточного результата научно-технического развития, когда главным объектом управления и экономического обоснования остаются только мероприятия НТП, а не конечные цели научно-технического развития производства и предпринимательства региона в целом. Для эконо-

мического стимулирования восприимчивости организаций, функционирующих в различных регионах, отраслях и сферах экономики, к научно-техническим инновациям необходимо выявить взаимосвязь и определить влияние использования достижений НТП на уровень и динамику эффективности хозяйствования и предпринимательства.

Экономический эффект от проведения научно-технических мероприятий, связанных с внедрением и использованием инноваций и осуществлением инвестиций, обычно определяется в виде относительной экономии различных видов совокупных ресурсов, обусловленной повышением эффективности их использования вследствие освоения инноваций и реализации инвестиций. Относительная экономия совокупных затрат использованных ресурсов определяется по формуле:

$$Tc(Ii) = Tc^1 - Tc^0 \times JPДcm = -Tc^1 \times \Delta JEx(Ii) \quad (6)$$

где  $\Delta JEx(Ii) = -\Delta Tc(Ii) / Tc^1$  – абсолютный прирост темпа роста динамики эффективности хозяйствования вследствие реализации  $i$ -го вида инновационного или инвестиционного проекта;

$Tc^1$  и  $Tc^0$  – совокупные затраты инвестированного в хозяйственную деятельность и использованного живого труда производителей, соответственно до (0) и после (1) осуществления  $i$ -го вида инноваций и инвестиций;

$JPДcm = PДcm^1 / PДcm^0$  – темп динамики реального дохода, обусловленный реализацией  $i$ -го вида инновационного или инвестиционного проекта на повышение эффективности хозяйствования организаций, отраслей и регионов определяется по формуле:

$$\Delta Ex(Ii) = -\Delta Tc(Ii) / Tc^1 \times Ex^0 \quad (7)$$

где  $Ex^0 = PДcm^0 / Tc^0$  – эффективность хозяйствования до реализации  $i$ -го вида инноваций или инвестиций.

При моделировании и осуществлении стратегии экономического развития организаций, функционирующих в различных регионах и отраслях, а также при реализации стратегии управления инновационной и инвестиционной деятельностью региона целесообразно использовать разработанные на основе системного анализа модели взаимосвязи эффективности хозяйствования с различными технико-экономическими факторами, характеризующими организационно-технический уровень хозяйственной деятельности, финансовое состояние организаций, степень использования и применения различных видов региональных ресурсов.

Для раскрытия и выявления реальной сущности механизма действия закона повышения производительности труда и эффективности затрат труда производителей особую важность и значимость имеют следующие факторные модели:

1.  $E_x = Kcn \times TC_k \times (1 + Hnn) / Ock$ ;
2.  $E_x = Kcn \times TC_k \times Ko \times (1 + Hnn) / (1 + CCK)$ .

В приведенных факторных моделях используются следующие технико-экономические факторы, определяющие организационно-технический уровень хозяйственной деятельности:

- $Kcn = Tжс / Tс = PДст / ВОП$  – коэффициент специализации хозяйственной деятельности;
- $TC_k = ПХР / Tжс$  – техническое строение капитала или процесса хозяйствования, отражающее соотношение стоимости примененных региональных ресурсов ( $ПХР$ ) и затрат живого труда ( $Tжс$ ) и характеризующее вооруженность или обеспеченность труда инвестициями в примененные региональные ресурсы;
- $Ock = ПХР / НПст$  – органическое строение капитала, отражающее соотношение стоимости примененных материальных, технических и финансовых ресурсов ( $ПХР$ ) к стоимости необходимого продукта ( $НПст$ );
- $CCK$  – стоимостное строение капитала, характеризующее соотношение израсходованных инвестиций в виде стоимости фонда возмещения ( $ФВ$ ) потребленных материальных, технических и финансовых ресурсов и стоимости необходимого продукта ( $НПст$ );
- $Ko = (ФВ + НПст) / ПХР$  – коэффициент оборачиваемости примененных региональных ресурсов.

Принято считать, что в условиях использования достижений научно-технического прогресса, инноваций и инвестиций техническое ( $TC_k$ ), органическое ( $Ock$ ) и стоимостное ( $CCK$ ) строение капитала или процесса хозяйствования должно расти. Однако, в действительности, вышеприведенные факторные модели, свидетельствуют о том, что в реальных условиях внедрения достижений НТП, освоения инноваций и инвестиций, обеспечивающих рост производительности и эффективности труда, должно расти лишь техническое строение ( $TC_k$ ) капитала, ибо между эффективностью хозяйствования ( $E_x = PДст / Tс$ ) и техническим строением ( $TC_k$ ) процесса хозяйствования существует прямопропорциональная зависимость. А органическое ( $Ock$ ) и стоимостное ( $CCK$ ) строение процесса хозяйствования в целях повышения производительности и эффективности труда должно снижаться, так как эти показатели находятся в знаменателе факторных моделей. Это означает, что наибольшей производительности и эффективности труда, а, следовательно, и эффективности хозяйствования необходимо добиваться в процессе управления инновационной, инвестиционной и хозяйственной деятельностью региона при увеличении технического строения ( $TC_k$ ) капитала или процесса хозяйствования при оптимально малых размерах органического ( $Ock$ ) и стоимостного ( $CCK$ ) строения процесса хозяйствования.

Для выявления и измерения степени использования инновационного, интеллектуального, производственно-хозяйственного, производительного, созидательного, трудового, инвестиционного и финансового потенциалов хозяйствования целесообразно применять следующие факторные модели:

1.  $Ex = K_{сп} \times E_{тж}$ ;
2.  $Ex = K_{сп} \times T_{ск} \times K_{оик} \times Ka \times K_{м} \times K_{псок} \times K_{тл} \times K_{да} \times Z_{вон} \times R_{вон} \times (1 + 1 / H_{п}) \times d^{м}твк$ ;
3.  $Ex = K_{сп} \times ПХРе \times K_{оик} \times Ka \times K_{м} \times K_{п} \times K_{тл} \times K_{да} \times E_{тж}$ ;
4.  $Ex = K_{сп} \times ПХРе \times K_{оик} \times Ka \times K_{м} \times K_{псок} \times K_{тл} \times K_{да} \times T_{ск} \times (1 + H_{пп}) / O_{ск}$ ;
5.  $Ex = K_{сп} \times ПХРе \times K_{оик} \times Ka \times K_{м} \times K_{п} \times K_{тл} \times K_{да} \times T_{ск} \times K_{о} \times (1 + H_{пп}) / (1 + C_{ск})$ ;
6.  $Ex = Z_{вон} \times R_{вон} \times (1 + 1 / H_{п}) \times d^{м}твк \times E_{тж}$ ;
7.  $Ex = Z_{Вон} \times R_{Вон} \times (1 + 1 / H_{п}) \times d^{м}ТВК \times T_{СК} \times K_{опхр} \times (1 + H_{ппст}) / (1 + C_{ск})$ ;
8.  $Ex = Z_{вон} \times R_{вон} \times (1 + 1 / H_{п}) \times d^{м}твк \times T_{ск} \times (1 + H_{пп}) / O_{ск}$ ;
9.  $Ex = P \times \Phi P B \times H_{чот} / B O П \times (1 + H_{осн}) \times (1 + H_{пп}) \times E_{тж}$ ;
10.  $Ex = E_{тж} / (1 + Me + Ae + \Phi e) = E_{тж} / (1 + 1 / MO + 1 / AO + 1 / \Phi O) = E_{тж} / 1 + \Phi ve = E_{тж} / (1 + 1 / \Phi BO)$ ;
11.  $Ex = d\phi от \times (1 + H_{осн}) \times (1 + H_{пп}) \times E_{тж}$ ;
12.  $Ex = T_{ск} (1 + H_{пп}) / (1 + \Phi Be) \times O_{ск} = T_{ск} \times (1 + H_{пп}) / (1 + Me + Ae + \Phi e) \times O_{ск} = T_{ск} \times (1 + H_{пп}) / (1 + 1 / MO + 1 / AO + 1 / \Phi O) \times O_{ск} = T_{ск} \times K_{о} \times (1 + H_{пп}) / (1 + Me + Ae + \Phi e) \times (1 + C_{ск}) = T_{ск} \times K_{о} \times (1 + H_{пп}) / (1 + \Phi Be) \times (1 + C_{ск}) = T_{ск} \times K_{о} \times (1 + H_{пп}) / (1 + 1 / \Phi BO) \times (1 + C_{ск})$ ;
13.  $Ex = d\phi от \times (1 + H_{осн}) \times Z_{вон} \times (1 + R_{вон}) \times (1 + H_{пп}) \times E_{тж}$ ;
14.  $Ex = И_{спр} / И_{иср}$ ;
15.  $Ex = dтвк \times E_{тж}$ ;
18.  $Ex = d_{пп} \times E_{тж}$ ;
19.  $Ex = d_{пп} \times T_{ск} \times (1 + H_{пп}) / O_{ск}$ ;
20.  $Ex = d_{пп} \times T_{ск} \times K_{о} \times (1 + H_{пп}) / (1 + C_{ск})$ ;
21.  $Ex = ПХРе \times K_{оик} \times Ka \times K_{м} \times K_{п} \times K_{тл} \times K_{да} \times dтвк \times E_{тж}$ ;
22.  $Ex = ПХРе \times K_{оик} \times Ka \times K_{м} \times K_{п} \times K_{тл} \times K_{да} \times Z_{вон} \times R_{вон} \times (H - 1 / H_{п}) \times d^{м}твк \times E_{тж}$ ;
23.  $Ex = ПХРе \times K_{оик} \times Ka \times K_{м} \times K_{п} \times K_{тл} \times K_{да} \times Z_{вон} \times R_{вон} \times (1 + 1 / H_{п}) \times d^{м}твк \times T_{ск} \times (1 + H_{пп}) / O_{ск}$ ;
24.  $Уч = m ЧЗу \times Лицик \times Лф \times Лм \times Лп \times ЛЕп \times Ладф \times Явицт \times Квицт \times (1 - PP_{п}) \times d^{м}Твк \times T_{ск} \times K_{о} \times (1 + H_{пп}) / (1 + C_{ск})$ ;
25.  $Ex = K_{сп} \times T_{ск} \times K_{оик} \times Ka \times K_{м} \times K_{п} \times K_{тл} \times K_{да} \times z_{вон} \times (1 + R_{вон}) \times d\phi от \times (1 + H_{осн}) \times (1 + H_{пп})$ ;
26.  $Ex = K_{сп} \times T_{ск} \times K_{оик} \times Ka \times K_{м} \times K_{п} \times K_{тл} \times K_{да} \times d\phi от \times (1 + H_{осн}) \times (1 + H_{пп})$ ;

$$27. E_x = K_{сп} \times K_{оик} \times K_a \times K_m \times K_n \times K_{мл} \times K_{да} \times d_{твк};$$

$$28. E_x = K_{сп} \times T_{ск} \times K_{оик} \times K_a \times K_m \times K_n \times K_{мл} \times K_{да} \times Z_{вон} \times R_{вон} \times (1 + 1 / H_n) \times d^{твк}_{твк}.$$

В приведенных моделях выявляется воздействие следующих факторов:

- $K_{оик} = ИК / ПХР$  – коэффициент обеспеченности примененных региональных ресурсов (ПХР) инвестированным капиталом (ИК);
- $K_a = СК / ИК$  – коэффициент автономии, общей финансовой независимости, обеспеченности организаций собственным и приравненным к нему капиталом (СК);
- $K_m = СОК / СК$  – коэффициент мобильности, маневренности в использовании собственного капитала (СК);
- $K_n = КДО / СОК$  – коэффициент, обратный степени погашаемости, покрытия краткосрочных долговых обязательств (КТО) собственным оборотным капиталом (СОК);
- $K_{мл} = КОС / КДО$  – коэффициент текущей ликвидности, отражающий платежеспособность организаций региона;
- $K_{да} = ВОП / КОС$  – коэффициент деловой активности или характеризующий возможность погашение краткосрочных долговых обязательств (КОО) в случае реализации краткосрочных оборотных средств (КОС);
- $Z_{вон} = С_{вон} / ВОП$  – затраты или себестоимость на рубль произведенной и реализованной продукции;
- $R_{вон} = П_{вон} / С_{вон}$  – рентабельность продукции;
- $H_n = П_{вон} / НПСт$  – норма прибыли или степени эксплуатации производителей экономических благ и создателей прибыли;
- $d^{твк}_{твк} = РДст / ЧП$  – доля трудового вклада производителей во вновь созданной стоимости чистой продукции ( $ЧП = НПСт + П_{вон}$ );
- $d_{фот} = ФОТ / ВОП$  – доля фонда оплаты труда (ФОТ) в общей стоимости ВОП в реальных ценах;
- $H_{чот} = ФОТ / Т$  – норма часовой оплаты труда;
- $T = P \times ФРВ$  – человеко-часы, отработанные всеми производителями экономических благ;
- $Me = M / РДст$  – материалоемкость реального дохода;
- $МО = РДст / M$  – материалоотдача;
- $Ae = A / РДст$  – амортизационность реального дохода;
- $АО = РДст / A$  – амортизационотдача;
- $Fe = Ф / РДст$  – финансоемкость реального дохода;
- $ФО = РДст / Ф$  – финансоотдача;
- $ФВе = ФВ / РДст$  – фондовозмещаемость реального дохода;
- $ФВО = РДст / ФВ$  – отдача фонда возмещения потребленных региональных ресурсов или израсходованных инвестиций;

- $ПХР_e = ПХР / ВОП$  – обеспеченность производства продукции при-  
мененными региональными ресурсами ( $ПХР$ );
- $Ннсп = РДст / Тнсп$  – интенсивность хранения совокупных ресурсов;
- $Ниср = Тс / Тнсп$  – интенсивность использования совокупных ре-  
сурсов;
- $днп = ППст / Своп$  – доля вновь созданной необходимым трудом  
производителей стоимости необходимого продукта в себестоимо-  
сти продукции, работ и услуг;
- $дтвк = РДст / ВОП$  – доля трудового вклада в общем результате  
хозяйствования, созданные совместными усилиями всех участни-  
ков процесса воспроизводства.

Системный анализ действия факторов по вышеприведенным моделям эффективности хозяйствования позволяет выявить определенные противоречия в действующих критериях оценки эффективности хозяйственной деятельности. Из этих моделей видно, что существующий в хозяйственной практике показатель ( $Zвон = Своп / ВОП$ ) затрат или себестоимости на рубль произведенной и реализованной продукции связан с эффективностью хозяйствования ( $Ех = РДст / Тс$ ) прямопропорциональной зависимостью. Это означает, что снижение уровня затрат на рубль продукции в действительности приводит не к повышению, а, наоборот, к снижению обобщающего показателя эффективности хозяйствования. Выявленное противоречие позволяет сделать вывод, что затраты или себестоимость на рубль продукции ( $двон = Своп / ВОП$ ) не могут характеризовать эффективность хозяйствования региона, так как динамика этого показателя находится в прямопропорциональной зависимости с эффективностью хозяйственной деятельности. Действительно, этот показатель отражает не эффективность хозяйствования, а всего лишь структуру, так как характеризует удельный вес себестоимости ( $Своп$ ) в общей стоимости продукции ( $ВОП$ ). Себестоимость продукции ( $Своп$ ) в свою очередь характеризует стоимость продукции, произведенной в процессе простого воспроизводства и находится в прямопропорциональной взаимосвязи с прибылью ( $Пвон$ ), так как  $Пвон = Своп \times Рвон$ , то есть снижение себестоимости при прочих равных условиях приводит к снижению прибыли.

Общая стоимость  $ВОП$ , формируемая в условиях децентрализованного механизма установления рыночных цен реализации характеризуется следующей моделью:

$$ВОП = Своп \times (1 + Рвон) \quad (8)$$

Себестоимость продукции в свою очередь является не чисто затратной, а затратно-доходной категорией, так как заработная плата производителей вместе с отчислениями на социальные нужды выступает экономическим результатом или эффектом затрат труда производителей экономиче-

ских благ. По своему экономическому содержанию себестоимость представляет собой цену процесса простого воспроизводства. Она также как и цена реализации продукции включает в свой состав помимо затрат инвестированного капитала еще и вновь созданную необходимым трудом производителей стоимость необходимого продукта ( $НП_{см}$ ), выступающую подлинным продуктом и доходом процесса простого воспроизводства. В связи с этим целевая установка по снижению цен в условиях рынка не существует, а, следовательно, не может быть целевой установки по снижению себестоимости и в том числе по снижению заработной платы производителей, ибо это неизбежно приведет к снижению социально-экономических эффектов и полезных результатов хозяйствования.

Исходя из выявленных противоречий существующей оценки динамики себестоимости и затрат на рубль продукции следует сделать вывод, что в условиях, когда в качестве основной цели деятельности ставится извлечение прибыли, целеустановка по снижению себестоимости и затрат на рубль продукции вступает в прямое противоречие со стремлением повышения прибыли и рентабельности продаж.

В реальной действительности увеличение инвестиций и вложений капитала, фонда оплаты труда приводит к увеличению себестоимости и уровня затрат на рубль продукции, что в системной взаимосвязи с другими факторами регулирования экономики сопровождается увеличением эффектов хозяйствования и повышением экономической эффективности развития региона, что и позволило выявить факторное моделирование обобщающего показателя эффективности хозяйствования.

Таким образом, при проектировании стратегии управления инновационной и инвестиционной деятельностью целесообразно использовать в качестве критерия оценки повышения эффективности хозяйственной, научно-исследовательской, инновационной и инвестиционной деятельности единый обобщающий показатель эффективности хозяйствования ( $Ex = РД_{см} / Тс$ ). Это позволит создать действенный мотивационный механизм активизации инновационной и инвестиционной деятельности, обеспечивающий повышение конкурентоспособности региона.

### Список литературы:

1. Глазьев С.Ю. Место России в меняющихся взаимоотношениях центра и периферии мировой экономики // Экономическая теория на пороге XXI века – Глобальная экономика / Под ред. Ю.М. Осипова, С.Н. Бабурина, В.Г. Беполипецкого, Е.С. Зотовой. – М.: Юрист, 2003. – С. 23.
2. Научно-технический словарь. – М.: Изд-во политической литературы, 1987. – 80 с.
3. Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – С. 36, 65-66.

4. Восток / Запад: Региональные подсистемы и региональные проблемы международных отношений: учеб. пособие / Под ред. А.Д. Вознесенского. – М.: Московский государственный институт международных отношений, 2002.

5. Цыгичко А. Высокая цена конкурентоспособности // Экономист. – 2003. – № 1. – С. 33.

6. Павлов К. Экономическое ядро: сущность, критерии формирования и элементный состав // Общество и экономика. – 2004. – № 11-12. – С. 166.

7. Концепция Стратегии социально-экономического развития регионов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.regionalistica.ru/library/minregion.pnp](http://www.regionalistica.ru/library/minregion.pnp).

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СОЛОУ С УЧЕТОМ ФАКТОРА РЕГИОНАЛЬНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

**© Жуланов Е.Е.\***

Пермский государственный технический университет, г. Пермь

В статье предложен анализ изменения результатов моделирования экономического роста по модели Солоу после включения в нее фактора межрегиональной экономической дифференциации. Анализ свидетельствует о том, что при сохранении логики рассуждения автора нет возможности получить сформулированные им выводы о темпах экономического роста.

При построении модели экономического роста Р. Солоу ограничился рассмотрением равновесного экономического роста, который характеризуется равномерным и одинаковым увеличением эндогенных макроэкономических параметров [1, с. 429; 3, с. 51]. Солоу вводит вспомогательную переменную производительности труда  $-y = Y/L$  и фондвооруженности  $-k = K/L$  и связывает их через уравнение:  $y = f(k)$ . Совокупный спрос в модели определяется как сумма инвестиций ( $i$ ) и потребления ( $c$ ) на одного занятого:  $y = i + c$ . Отсюда потребление будет равно:

$$C = (1 - s)y \quad (1)$$

где  $s$  – норма сбережения.

---

\* Заведующий кафедрой Экономики и организации промышленного производства, кандидат экономических наук, доцент.

Подставив, формулу потребления в формулу совокупного спроса Солоу получает формулу равенства инвестиций и сбережений в условиях равновесия:

$$i = s \cdot y \quad (2)$$

Изменение капитала в динамике за период Солоу представляет в виде формулы:

$$\Delta k = s \cdot y - d \cdot k \quad (3)$$

где  $d$  – коэффициент, характеризующий норму амортизации.

Запас капитала будет прирастать до уровня, при котором инвестиции станут равны износу. Такой уровень капитала будет равновесным уровнем фондовооруженности труда ( $k^*$ ). При нем экономика в состоянии долгосрочного равновесия. Норма сбережения непосредственно влияет на устойчивый уровень фондовооруженности. Чем она выше тем больше инвестиции и темп экономического роста.

Если население возрастает с постоянным темпом –  $n$ , то этот фактор понижает фондовооруженность, поскольку на одного занятого размер капитала сократится. Тогда изменение капитала оценивается по формуле:

$$\Delta k = i - d \cdot k - n \cdot k = i - (d + n)k \quad (4)$$

Произведение  $n$  и  $k$  показывает дополнительную необходимость в капитале на одного занятого, чтобы восполнить прежний уровень капиталовооруженности. Устойчивое равновесие отражается формулой:

$$s \cdot y = (d + n)k \quad (5)$$

При введении в модель фактора технологического прогресса производственная функция видоизменяется:

$$Y = F(K, L, E) \quad (6)$$

где  $E$  – эффективность единицы труда, зависящая от состояния здоровья, образования и квалификации работника.

Произведение  $L$  и  $E$  – это численность условных единиц труда с постоянной эффективностью  $E$ . Технический прогресс выражается в росте  $E$  с постоянным темпом  $g$ . Поскольку  $L$  растет с темпом  $n$ , а  $E$  с темпом  $g$ , то  $(LE)$  будет возрастать с темпом  $n + g$ .

Величина национального дохода может возрасти и в связи с ростом затрат капитала, труда, и в связи с качественными изменениями: рост квалификации занятых, инновации, совершенствование организации производства, рост образования и т.п.

Солоу вводит переменную количества капитала на единицу труда с постоянной эффективностью –  $k'$  и показатель производительности труда с постоянной эффективностью  $y'$  которые определяются:

$$k' = \frac{K}{L \cdot E}; \quad y' = \frac{Y}{L \cdot E} \quad (7)$$

Отсюда для равновесного роста будет характерно:

$$s \cdot y' = (d + n + g)k' \quad (8)$$

Технологический прогресс в модели Солоу является единственным условием непрерывного роста уровня жизни, именно он повышает выпуск на душу населения.

Норма сбережения в модели Солоу изменчива, так как является объектом воздействия экономической политики. При уровне фондовооруженности, соответствующем «золотому правилу Фелпса» должно выполняться правило:

$$MPK = d + n + g \quad (9)$$

где  $MPK$  – предельный продукт капитала.

Если в экономике больше капитала, чем необходимо по правилу, то необходимо снижение  $s$ , и наоборот.

Модель Солоу обладает определенными недостатками. Так процесс накопления и повышение нормы сбережения не объясняют механизм непрерывного экономического роста. Они только показывают возможность перехода от одного состояния к другому. К тому же модель не учитывает ряд ограничений экономического роста (социальных, экологических и т.п.) [2, с. 204-206]. Кроме того, принимая во внимание региональную дифференциацию доходов населения и цен на потребительские товары, политическое воздействие оказывает влияние на норму сбережения в регионах в разной степени. Это делает слабо предсказуемыми результаты макроэкономической политики, направленной на стимулирование экономического роста.

Представляется, что в модели есть еще один важный недостаток. Все рассуждения строятся автором на основе производственной функции Кобба-Дугласа. Однако, в промышленности производительность труда и отдача капитала будут дифференцированными в зависимости от отраслевой технологии производства. Это накладывает дополнительные ограничения на всю модель Солоу. Прежде всего, темп роста населения в стране не может оказывать влияние на производительность труда в какой-либо отрасли промышленности, если прирост осуществляется за счет будущих работников, не задействованных в данной отрасли. В связи с этим под переменной –  $n$  следует понимать темп роста численности работников, занятых непосредственно в конкретной отрасли. На основе аналогичных рассуждений можно сделать вывод о том, темп роста эффективности труда ( $g$ ) по отраслям промышленности будет дифференцированным, так как каждая отрасль характеризуется своей скоростью появления и внедрения инноваций, в зависимости от развитости конкурентной среды на отраслевых рынках и технических

предпосылок для этого. Также по отраслям наблюдается дифференциация нормы износа капитала ( $d$ ) и уровня оплаты труда. Недостатком модели также является и то, что в ней не учитывается дифференциация параметров рынков (объемов предложения и цен), а также дифференциация доходных групп населения. Как следствие, это приводит к различию потребительских расходов и нормы сбережения на разных региональных территориях.

Для более точного определения экономического роста модель Солоу может быть модифицирована следующим образом. Формула производительности труда с постоянной эффективностью следует преобразовать:

$$y' = \frac{Y}{L \cdot E} = \frac{K^\alpha \cdot E \cdot L^{1-\alpha}}{L \cdot E} = K^\alpha \cdot L^{-\alpha} = \left(\frac{K}{L}\right)^\alpha \quad (10)$$

тогда полученное равенство (4) можно преобразовать с учетом региональной дифференциации экономики:

$$\Delta k = i - (d + n + g)k \quad (11)$$

$$s_r \cdot \left(\frac{K_j}{L_j}\right)^{\alpha_j} = (d_j + n_j + g_j) \left(\frac{K_j}{E_j \cdot L_j}\right); \left(\frac{K_j}{L_j}\right)^{\alpha_j-1} = \frac{d_j + n_j + g_j}{E_j \cdot s_r}; K_j^{\alpha_j-1} = L_j^{\alpha_j-1} \left(\frac{d_j + n_j + g_j}{E_j \cdot s_r}\right) \quad (12)$$

где  $s_r$  – норма сбережения в  $r$ -ом регионе;

$j$  – порядковый номер отрасли промышленности.

$$K_j = L_j \left(\frac{d_j + n_j + g_j}{E_j \cdot s_r}\right)^{\frac{1}{\alpha_j-1}} \quad (13)$$

Следовательно, валовой продукт, произведенный в национальной экономике с учетом отраслевой структуры и региональной дифференциации экономических показателей можно определить по формуле:

$$\sum_{r=1}^R \sum_{j=1}^X K_{jr} = \sum_{r=1}^R \sum_{j=1}^X L_{jr} \left(\frac{d_j + n_j + g_j}{E_j \cdot s_r}\right)^{\frac{1}{\alpha_j-1}} \quad (14)$$

где  $X$  – количество отраслей промышленности в национальной экономике;

$R$  – количество регионов в стране.

Исходя из этого, количество благ, приходящихся на одного человека в стране будет зависеть от множества региональных факторов. Данную зависимость можно представить в следующем виде:

$$y = \frac{\sum_{r=1}^R \sum_{j=1}^X K_{jr}}{L} = \frac{\sum_{r=1}^R \sum_{j=1}^X L_{jr} \left(\frac{d_j + n_j + g_j}{E_j \cdot s_r}\right)^{\frac{1}{\alpha_j-1}}}{L} \quad (15)$$

Таким образом, дифференциация регионов страны по отраслевой структуре промышленности, темпам роста населения, нормам амортизации и нормам сбережения требует учета множества факторов, оказывающих влияние на процессы сбережения, инвестирования и изменения производительности труда в стране в целом. Это, в свою очередь, не позволяет сделать однозначного вывода о прямой взаимосвязи между нормой сбережения, производительностью труда и объемом инвестиций в стране. Следовательно, зависимость темпов экономического роста от данных факторов в модели Солоу не может быть точно определена без учета фактора дифференциации региональной экономики.

### **Список литературы:**

1. Курс экономической теории: общие основы экономической теории Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. А.В. Сидоровича. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2007. – 1040 с.
2. Нуреев Р.М. Экономика развития: модели становления рыночной экономики: учеб. / Р.М. Нуреев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2008. – 640 с.
3. Шараев Ю.В. Теория экономического роста. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. – 254 с.

## **АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ТИПОЛОГИЗАЦИИ РЕГИОНОВ ПО УРОВНЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

**© Ивлев А.В.\* , Кантор Р.И.\***

Уральский социально-экономический институт  
Академии труда и социальных отношений, г. Челябинск

В статье приводится выборочный анализ существующих подходов и методов типологизации регионов по уровню социально-экономического развития; представлены авторские подходы, включающие дифференциацию регионов по уровню медико-социального развития и динамики финансовых потоков совокупности предприятий региона.

Оценки развития в международных сопоставлениях длительное время были подчинены экономическому детерминизму и основывались на динамике валового внутреннего продукта, который, как считалось, определяет социальный прогресс [2]. На уровне регионов использовался показатель ВРП. Но показатель ВВП, по мнению авторов, не дает адекватных оценок

---

\* Соискатель кафедры «Финансы и кредит».

\* Соискатель кафедры «Финансы и кредит».

развития, так как его рост может иметь разное качество, не всегда обуславливая повышение качества жизни. Подвергают критике и неспособность ВВП учитывать продукцию натурального хозяйства, которая не поступает на рынок и не получает денежного выражения. Следовательно, адекватным показателем развития национальной экономики и социальной сферы подобные статистические данные по мнению автора [2] не являются. Поэтому принимаются многочисленные попытки модифицировать критерий ВВП (ВРП) и разработать комплексные показатели, которые бы его дополняли.

В настоящее время в международной практике наиболее распространены два основных метода оценки социально-экономического развития региона: 1) при помощи системы показателей; 2) в форме комплексных (синтетических) показателей.

В 90-е гг. в сопоставлениях больше внимания стало уделяться исследованиям отдельных социальных проблем (в сфере образования, здоровья и т.п.) и групп населения в рамках борьбы с самыми острыми социальными проблемами: нищетой и голодом, высокой детской и материнской смертностью, распространением туберкулеза и СПИДа, недоступностью образования, первичного здравоохранения и базовых нужд (воды, жилища) и т.д.

Комплексные индексы в международных сопоставлениях используются относительно редко. Выбор методики нормирования, взвешивания компонентов и агрегирования определяется целью исследования. Исследования, нацеленные на представление простой и информативной картины состояния общества или информирование представителей власти, обычно используют сравнительно простые методы, что упрощает расчет показателей и облегчает их восприятие.

Самым известным и наиболее часто цитируемым является индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП). Он публикуется в ежегодных докладах Программы развития ООН с 1990 г. и отличается детально разработанной методикой. Однако, применение ИРЧП для регионов России имеет ряд особенностей. Уровень долголетия, как и в международных расчетах, измеряется показателем средней ожидаемой продолжительности жизни при рождении. Методику же измерения региональных различий в уровне образования необходимо корректировать. Применяемый при международных расчетах показатель доли грамотных среди взрослых нет смысла использовать внутри России (в стране с обязательным всеобщим средним образованием грамотны почти все взрослые). Поэтому для оценки уровня образования выбран показатель числа лет обучения взрослого жителя региона: от 4 лет (начальное образование) до 15 (высшее образование). Наибольшую трудность из-за несовершенства российской региональной статистики представляет оценка уровня доходов населения. Оценка денежных доходов часто страдает неполнотой, а цены по регионам сильно различаются. Поэтому при расчетах используется комбинированный индекс доходов, включающий показатель отношения денежных доходов к прожиточному минимуму (вес в

<sup>2</sup>/<sub>3</sub>) и показатель отношения средней заработной платы и социальных выплат к прожиточному минимуму трудоспособного населения (вес <sup>1</sup>/<sub>3</sub>).

Голышев М. выделяет следующие основные индикаторы социально-экономического развития региона [2]: 1) степень дифференциации доходов: отношение душевых денежных доходов к прожиточному минимуму, отношение душевых денежных доходов к стоимости минимального продовольственного набора; 2) уровень занятости – уровень общей безработицы, уровень занятости экономически активного населения, уровень зарегистрированной безработицы; 3) уровень бедности – доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, уровень крайней бедности и т.д.; 4) уровень физического здоровья и продолжительность жизни – ожидаемая продолжительность жизни, младенческая и материнская смертность, заболеваемость туберкулезом, ВИЧ / СПИД; 5) уровень образования взрослого населения, охват образованием детей и молодежи, суммарное число учащихся школ, ПТУ, колледжей и вузов на 10 тыс. населения и т.д.

Для улучшения сопоставимости оценок развития регионов и выявления локальных проблем к общему списку показателей добавляются те, которые применяются при исследовании отстающих регионов (например, обеспеченность жильем, врачами и т.д.).

Донченко Ю.В. полагает, что большинство существующих в мире проектов в сфере реализации устойчивого развития являются по своей сути теоретическими, а недостаток конкретных мероприятий в этой сфере объясняется отсутствием инструментария оценки устойчивости развития и определения его условий. По этой причине достижение устойчивости регионального развития возможно только при наличии критериев, на основе которых должны определяться направления государственного регулирования этого процесса. Такие критерии-индикаторы важны не сами по себе, а как инструмент оценки степени устойчивости регионального развития. Существующие на сегодняшний день индикаторы, например, такие, как «Индекс устойчивого экономического благосостояния» или «Экологически отрегулированный внутренний продукт», способны отражать изменения в устойчивости развития. Тем не менее, они вряд ли будут применимы при определении действий, необходимых для достижения устойчивого развития на региональном уровне. Поэтому в рамках региона и с учетом прохождения экономикой стадий накопления, устойчивости и потребления, государству необходимо постоянно выдерживать баланс между потреблением и накоплением, регулируя экономический механизм. При анализе данного соотношения на региональном уровне он предлагает наибольшее внимание уделять соответствию производственного накопления и личного потребления в отраслях региональной экономики [3].

Не смотря на критику показателя ВРП в части дифференциации регионов по уровню социально-экономического развития, данный показатель является достаточно частым в исследованиях данного вопроса. Так,

И.А. Герасимова [2] рекомендует проводить дифференциацию регионов РФ по показателю:

$$\frac{\text{Расходы на конечное потребление домашних хозяйств} \times 100 \% }{ВВП}$$

Однако на уровне регионов числитель в статистике не приводится, по этой причине используется модифицированный показатель:

$$\frac{\text{Среднемес. среднедуш. денеж. доход} \times 12 \times \text{числ. населения региона} \times 100 \% }{ВРП}$$

За период 1995-2007 гг. на основе статистических данных было проведено исследование тенденций и показателей уровня социального развития различных регионов России [4]. Основное внимание было уделено следующим группам показателей: 1) показатели, характеризующие демографические процессы и занятость населения (в этой части анализировались межрегиональные различия доли экономически активного населения в общей его численности, а также дифференциация по уровню занятости населения и безработицы); 2) обобщающие характеристики уровня жизни населения (исследовались межрегиональные различия в уровне конечного потребления и денежных доходов на душу населения, различия в потреблении мясных и молочных продуктов, обеспеченности населения легковыми автомобилями и жильем, дифференциация по обеспеченности населения социальными услугами, в частности услугами здравоохранения). Поскольку к задачам исследований относились не только выявление межрегиональных различий в уровне тех или иных показателей развития, но и измерение степени их дифференциации и тенденций изменений, то использовался метод расчета коэффициентов вариации региональных показателей, характеризующих степень их отклонения от среднероссийской величины соответствующего показателя.

Не смотря на наличие достаточно большого объема публикаций по исследуемой проблеме, авторы считают, что совершенных методик оценки уровня социально-экономического развития не существует, как и полной статистической информации. Критерии для регионов России должны включать набор индикаторов, отражающих общие для всех регионов проблемы; а требования к индикаторам должны включать: достоверность, структурный охват и способность отражать изменения; использование интегральных оценок для целей социальной политики должно быть концептуально обоснованным, базироваться на применении методов интегрирования.

В рамках авторских подходов к дифференциации регионов предлагается:

1. Для оценки уровня социально-экономического развития региона (медико-экономический аспект) использовать интегрированный показатель, построенный на основе сбалансированной системы показателей (ССП). ССП в классическом варианте содержит четыре составляющие: финансы, клиенты, бизнес-процессы, персонал.

Предлагается в части исследования финансовой составляющей ССП медико-экономического состояния региона использовать статические (за определенный период) и динамические (индексы роста) относительные показатели: 1.1. Доля расходов на здравоохранение и спорт в расходах консолидированных бюджетов субъектов РФ, %; 1.2. Процент расходов на здравоохранение в структуре потребительских расходов домашних хозяйств в соответствии с КИПЦ-ДХ.

В части исследования клиентской составляющей ССП предлагается использовать статические (за определенный период) и динамические (индексы роста) абсолютные показатели: 2.1. Заболеваемость на 1000 человек населения (зарегистрировано больных с диагнозом, установленным впервые в жизни); 2.2. Ожидаемая продолжительность жизни при рождении (число лет).

В части исследования составляющей бизнес-процессов ССП предлагается использовать статические (за определенный период) и динамические (индексы роста) абсолютные показатели: 3.1. Число больничных коек на 10000 человек населения; 3.2. Мощность врачебных амбулаторно-поликлинических учреждений на 10000 человек населения (посещений в смену).

В части исследования составляющей персонала ССП предлагается использовать статические (за определенный период) и динамические (индексы роста) абсолютные показатели: 4.1. Численность врачей на 10000 человек населения (человек); 4.2. Численность среднего медицинского персонала на 10000 человек населения (человек).

Данный подход позволяет выявить зависимость уровень экономического развития региона от медико-социальных показателей; показать, какое влияние на прирост экономических результатов региональной экономики оказывает уровень здоровья населения региона и степень обеспечения его медицинскими услугами.

2. Для оценки уровня социально-экономического развития региона использовать результаты анализа чистых денежных потоков по совокупности предприятий каждого региона, включающего показатели по основной, инвестиционной и финансовой деятельности и позволяющего выявить шесть типов формирования финансовых потоков, отнести регионы к тому или иному типу и провести оценку каждого региона по 6-балльной шкале (от -3 до +3). Данный подход позволяет более предметно обсуждать уровень экономического развития региональной экономики, а также прогнозировать нарастание социально-экономических проблем в связи с ухудшением положения совокупности предприятий региона в части неэффективности формирования финансовых потоков по их основной деятельности.

### **Список литературы:**

1. Герасимова И.А. О тенденциях дифференциации субъектов Российской Федерации по уровню социально-экономического развития / И.А. Герасимова // Вопросы статистики. – 2008. – № 2. – С. 56-64.

2. Голышев М.А. Методика измерения уровня регионального социально-экономического развития / М.А. Голышев // Власть. – 2010. – № 5. – С. 92-95.
3. Донченко Ю.В. Воспроизводственный подход к оценке и регулированию регионального развития по критериям устойчивости / Ю.В. Донченко [и др.] // Вопросы статистики. – 2005. – № 8. – С. 20-25.
4. Чернова Л.С. Тенденции региональной дифференциации уровней социального развития субъектов Российской Федерации / Л.С. Чернова // Проблемы прогнозирования. – 2007. – № 6. – С. 58-65.

## **СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВЫХ ПРОПОРЦИЙ И ИХ МЕСТО В ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРОЦЕССЕ В РЕГИОНЕ**

**© Фаизова Ю.Г.\***

Башкирская академия государственной службы и управления  
при Президенте Республики Башкортостан, г. Уфа

Финансовым пропорциям принадлежит решающая роль в объединении всех пропорций в систему, образующую региональный воспроизводственный процесс. Эффективность управления многими социально-экономическими процессами в регионе может быть намного выше, если принятие решений будет основываться на анализе структуры общественного воспроизводства, а так же взаимосвязанного изучения обобщающих показателей экономической деятельности.

Для достижения целей развития общественной системы необходимо понимать, что на весь процесс воспроизводства влияет вся матрица экономических отношений, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления. Именно поэтому изучение взаимосвязей образующихся в процессе от производства до потребления является основной составляющей частью предмета теории общественного воспроизводства.

Воспроизводственный процесс в регионе очень мало исследован, в условиях командно-административной системы управления особенности регионов и возможности их развития не учитывались. Такие важные показатели, как совокупный общественный продукт, национальный доход, показатели эффективности развития, их темпы роста и пропорции между ними использовались только в исследованиях расширенного воспроизводства, то есть на уровне народного хозяйства, но не ниже.

Многоаспектность структурной организации является качественным свойством любого региона. Даже если мы концентрируем внимание толь-

---

\* Аспирант кафедры «Экономическая теория и экономическая политика».

ко на экономике, необходимо учитывать её связи с другими региональными подсистемами. Схема функционирования региона должна включать как минимум три взаимосвязанных блока: «экономика», «население», «природная среда». Кроме того, необходимо учесть наличие государственных структур, воздействующих на происходящие процессы, а также внешний сектор – для региона это не только зарубежная страна с её экономикой, но и экономика соседнего региона.

Следует отметить, что в рыночных отношениях учёт региональной компоненты очень важен. Это связано в первую очередь с тем, что только баланс между всеми элементами и этапами регионального воспроизводства даст сбалансированность экономики страны в целом. Не вызывает сомнений, что каждая отдельная пропорция региональной экономики находится в прямой зависимости от ресурсных возможностей страны и развитости экономических связей между регионами.

Региональные воспроизводственные пропорции – относительные показатели, характеризующие соотношения между продукцией и ресурсами, между отдельными видами продукции и ресурсов и отдельными видами продукции, между затратами и результатами, другими индикаторами, имеющими отношение к объяснению экономической динамики. Развитие экономики страны, обеспечение её динамичного и сбалансированного функционирования невозможно без развития и совершенствования территориального разделения труда, без рационализации и оптимизации региональных пропорций всего производственного процесса.

Общей тенденцией нашего времени является повышение финансовой роли в механизме регулирования воспроизводства и соответственно в классификации пропорций регионального воспроизводственного процесса особую роль играют финансово-экономические пропорции. Так, например, по видению представителей новых воззрений [2, с. 67] выглядит схема воспроизводственных пропорций (рис. 1).

Именно финансовые пропорции отличаются объединяющим свойством современного воспроизводственного процесса. Посредством финансово-экономических пропорций и проходит объединение всех пропорций в систему, образующую региональный воспроизводственный процесс. В этом процессе кроме финансово-экономических пропорций участвуют общеэкономические пропорции, структурные пропорции, экономико-демографические пропорции, социально-экономические пропорции и экономико-экологические пропорции.

Изучению взаимосвязей, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления, что составляет предмет теории общественного воспроизводства, посвящены исследования в данной области [1, 5, 6]. Достаточно редко в современной литературе, посвящённой экономическим вопросам, встречаются определения финансовых пропорций воспроизводства. Маршалова А.С. принимает финансово-экономические пропорции как

пропорции, связанные с кругооборотом материальных и финансово-денежных ресурсов и отражающие распределение компетенций между управляющими структурами [2, с. 34].



Рис. 1. Классификация пропорций регионального воспроизводственного процесса

Региональные органы власти не могут напрямую управлять процессом формирования общезакономических пропорций региона, так как общезакономические пропорции формируются преимущественно в результате решений, которые принимаются на федеральном уровне. Но региональные органы в состоянии на основе прогнозов предупреждать появление диспропорций.

Социально-экономические пропорции в наибольшей степени отражают внутрирегиональные проблемы, решение которых является непосредственной функцией региональных органов власти [3]. Потребности населения в потребительских благах и услугах влияют на их производство, а оно в свою очередь влияет на уровень потребностей и спрос на потребительские товары и услуги.

Экономико-демографические пропорции призваны обеспечить определённый баланс между демографическим и экономическим потенциалом региона, а вместе с социально-экономическими пропорциями обуславливает миграционные процессы в регионе и их направленность.

Формирование экономико-экологических пропорций предполагает разработку балансов по каждому виду природных ресурсов и источников их использования.

Финансово-экономическим пропорциям принадлежит решающая роль в объединении всех пропорций в систему, образующую региональный воспроизводственный процесс. Региональные пропорции производства тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены. Региональные органы власти

воздействуют на формирование этих пропорций прежде всего через установление структуры расходов своего бюджета и обоснование объективности межбюджетных взаимодействий. Формирование других пропорций связано преимущественно с решением внутрирегиональных социальных и экономических задач [3].

В систему финансовых пропорций входят пропорции между: произведённой чистой продукцией и использованным на территории региона национальным доходом; бюджетом региона и ресурсами, необходимыми для осуществления функций региональных органов власти; долями налогов и платежей, поступающих в бюджеты; внутренними и внешними финансовыми источниками, обеспечивающими развитие региона; созданным совокупным общественным продуктом и использованными ресурсами воспроизводства.

Между элементами региональной системы существует органическая взаимосвязь и внутреннее противоречие, обусловленное ограниченностью ресурсов. Необходимость поддержания равновесия между процессами, формирующими элементы, является как условием непрерывности этих процессов, так и условием непрерывности регионального воспроизводственного процесса в целом.

Формирование нового механизма управления требует учета особенностей региональных пропорций. Поэтому исследование региональных пропорций воспроизводства имеет не только теоретическое значение, но и самое непосредственное отношение к практике управления регионом, поскольку пропорции воспроизводства являются отражением закономерностей развития региональной экономики и с их познанием связано формирование условий, обеспечивающих нормальные условия для деятельности предприятий и достойной жизни людей [4].

В качестве инструмента исследования финансовых пропорций и потоков применяется финансовый счёт, который представляет собой счёт на котором регистрируются операции с финансовыми активами и обязательствами, совершаемые между институциональными единицами страны и единицами – резидентами и остальными странами мира.

В силу недостаточности необходимой статистической информации на региональном уровне, учитывать деятельность государственных внебюджетных фондов достаточно проблематично (форма 9-Ф «Сведения о поступлении и расходовании средств государственных внебюджетных и целевых бюджетных фондов» заполняется не в полном объёме) [4].

Кроме того, данные о доходах и расходах бюджета не полностью соответствуют требованиям расчётов показателей системы национальных счетов. Важнейшим отклонением от требований СНС является учёт доходов и расходов бюджета на основе кассового движения. Но несмотря на теоретическую и методологическую неразработанность финансового счёта в России и регионах, в настоящее время уже созданы значительные предпосылки для его построения.

**Список литературы:**

1. Бешелев С.Д. Экспертные оценки в принятии плановых решений / С.Д. Бешелев, Ф.Г. Гуревич. – М.: Экономика, 1976. – 79 с.
2. Маршалова А.С. Новосёлов А.С. Основы теории регионального воспроизводства: Курс лекций / НГАЭиУ. – М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1998. – 192 с.
3. Миронова Т.Л., Полонская Н.А. Использование воспроизводственного подхода в управлении социально-экономическим развитием региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.infomanagement.ru/aarticles\\_p.php?UN=Vspozvod\\_podhod\\_v\\_uprav\\_soc\\_ek\\_reg&page=1](http://www.infomanagement.ru/aarticles_p.php?UN=Vspozvod_podhod_v_uprav_soc_ek_reg&page=1).
4. Сайфетдинова Л.Г. Исследование финансовых пропорций воспроизводства на региональном уровне в концепции СНС: дисс. ... канд. эконом. наук: 08.00.10, 08.00.12. – М.: РГБ, 2007. – 164 с.
5. Хошимура Ш. Теория воспроизводства и накопление капитала / Пер. с англ.; под. ред. В.С. Дадайна. – М.: Издательство «Прогресс», 1978. – 253 с.
6. Шнипер Р.И. Регион: экономические методы управления. - Новосибирск: Наука. Сиб.отд-е, 1991. – 320 с.

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)**

**© Шебзухова Д.К.\***

Кабардино-Балкарский государственный университет, г. Нальчик

В статье автором рассмотрено состояние регионального страхового рынка в Кабардино-Балкарской Республике, проблемы его развития, а так же предложены возможные пути выхода из сложившейся ситуации.

Страхование является одним из важных отраслей экономики любого государства.

Страховые рынки в европейских странах СНГ, в том числе и России, это молодые рынки, в начальной стадии развития. В связи с этим, очень важными являются как выбор путей, так и условия дальнейшего развития этих рынков.

Устоялось мнение, что проблема выбора путей развития страховых рынков и существенных факторов их обуславливающих, вытекает из событий, стереотипов и мнений управляющего персонала страховых компаниях в определённых странах.

Да, возможно, регионы не в полной мере владеют набором квалифицированных андеррайтеров и актуариев, возможно, персонал в провинции еще

---

\* Аспирант кафедры Экономики и финансов.

не научился правилу «Клиент всегда прав» и они не могут грамотно объяснить клиенту, в чем именно он неправ и как найти компромисс между перечнем рисков, ценой страховой премии для Страхователя и достаточной заработанной прибылью Страховщика или Перестраховщика, но это далеко не все причины замедления развития регионального страхового рынка.

Среди основных проблем развития регионального страхового рынка в России можно выделить следующие:

- длительный спад производства и низкий уровень его развития на сегодняшний день;
- отсутствие надежных инструментов долгосрочного размещения страховых резервов и приложения временно свободных средств страховых компаний;
- низкий уровень капитализации страховых компаний;
- информационная ограниченность рынка страховых услуг;
- низкий уровень монетизации экономики;
- отсутствие доверия со стороны юридических и физических лиц к страховым организациям.

Но есть и положительные факторы, которые позволяют страховому рынку существовать как части локального рынка региона:

- рост платежеспособного спроса населения;
- введение обязательных видов имущественного страхования;
- инициация пенсионной реформы с передачей пенсионных фондов в управление частным компаниям;
- смягчение денежно-кредитной политики Банка России;
- сокращение задолженности между предприятиями и в бюджетной сфере;
- рост рублевых доходов у предприятий экспортоориентированных отраслей.

Принято, что состояние сознания управляющего персонала страховых компаний оказывает существенное влияние на направление и динамику развития страховых рынков, в особенности это касается свидетельств этого же персонала о условиях необходимых для дальнейшего развития рынка, а также облика этого рынка (его характера, роли и места в экономике страны, экономических и социальных функциях и т.д.).

В настоящий период практически все крупные страховые компании уже принадлежат той или иной финансово-промышленной или банковской группе.

В целом же развитие страхового рынка идет в сложных для страховых организаций экономических условиях.

В едином государственном реестре субъектов страхового дела на 30 июня 2010 года зарегистрированы 666 страховщиков, из них 660 страховых организаций и 6 обществ взаимного страхования [1].

В развитии рынка большая диспропорция по регионам. Из 666 учтенных Госкомстатом России на конец первого полугодия 2010 г. страховых организаций, осуществляющих страховую деятельность в России, в Москве работали 313, или 47% от их общего числа. Страховыми компаниями Москвы за прошедший год собрано по всем видам страхования 212,3 трлн. руб., или 74% суммарной страховой премии в целом по России.

Сборы по добровольному и обязательному страхованию (кроме обязательного медицинского страхования) Страховщиков на территории России за первое полугодие 2010 года составили 285,95 млрд. руб. Лидером среди Федеральных округов, по традиции, явился Центральный ФО СОБРа 161,48 млрд. – это 56,5 % от общих сборов по России, самые скромные сборы в, что составило 1,1 %. Те же самые лидеры и в Выплатах.

По статистике продуктивнее всех Страховщики работают в Дальневосточном Федеральном округе, они выплачивают по страховым случаям всего 32 % от своих сборов, а вот в Северо-Западном Федеральном Округе выплачивают все 57 % от собранных страховых премий (табл. 1) [1].

Таблица 1

**Страховые премии и выплаты (кроме обязательного медицинского страхования) по федеральным округам**

| Наименование                        | Страховые премии |                 |                                               | Выплаты       |                 |                                               |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|-----------------------------------------------|---------------|-----------------|-----------------------------------------------|
|                                     | млрд. руб.       | % к общей сумме | % к соответствующему периоду предыдущего года | млрд. руб.    | % к общей сумме | % к соответствующему периоду предыдущего года |
| Центральный федеральный округ       | 161,68           | 56,5            | 106,7                                         | 73,55         | 54,2            | 105,0                                         |
| Северо-Западный федеральный округ   | 29,34            | 10,3            | 100,8                                         | 16,8          | 12,4            | 95,5                                          |
| Южный федеральный округ             | 11,69            | 4,1             | 107,4                                         | 5,87          | 4,3             | 99,8                                          |
| Приволжский федеральный округ       | 34,13            | 11,9            | 103,2                                         | 17,27         | 12,7            | 95,2                                          |
| Уральский федеральный округ         | 21,1             | 7,4             | 103,6                                         | 10,51         | 7,8             | 92,9                                          |
| Сибирский федеральный округ         | 18,51            | 6,5             | 103,7                                         | 8,07          | 5,9             | 95,8                                          |
| Дальневосточный федеральный округ   | 6,27             | 2,2             | 115,7                                         | 2,04          | 1,5             | 95,3                                          |
| Северо-Кавказский федеральный округ | 3,23             | 1,1             | 118,3                                         | 1,56          | 1,2             | 113,0                                         |
| <i>ИТОГО по федеральным округам</i> | <i>285,95</i>    | <i>100,0</i>    | <i>105,5</i>                                  | <i>135,67</i> | <i>100,0</i>    | <i>100,6</i>                                  |

К районам с относительно развитым страхованием можно отнести Санкт-Петербург, Кемеровскую, Свердловскую, Тюменскую, Московскую области, Татарии и Красноярский край.

К примеру, в Санкт-Петербург зарегистрировано 37 Страховых компаний, на них приходится примерно по 1,6 %, в Ростове-на-Дону 12, в Краснодаре – 3. В Ставрополе и Сочи по одной Страховой компании. В целом на крупные центры приходится более 70 % страховых взносов.

По Кабардино-Балкарской Республике страховую деятельность осуществляли 41 филиал страховых организации, сумма собранной премии составила 332583 тыс. руб., или 0,12 % от общедолевого сбора премий по добровольному и обязательному страхованию (кроме обязательного медицинского страхования). Так что пока потенциал Кабардино-Балкарской Республики страховщиками реализуется слабо.

В то же время о необходимости серьезного внимания к усилению страховой защиты предприятий и населения свидетельствует то, что в целом по России застраховано менее 10 % потенциальных рисков (тогда как в большинстве развитых стран, как правило, застраховано 90-95 % рисков).

Крупнейшие объекты промышленности и транспорта, наиболее опасные риски остаются в основном вне страховой защиты. Крайне медленно развивается страхование среди населения.

Основные причины слабого развития страхового рынка:

- несовершенство страхового законодательства;
- фискальная налоговая политика, которая тормозит развитие рынка;
- недостаточная квалификация российских специалистов по страховому делу;
- низкая страховая культура населения.

Негативную роль в развитии страхования, в том числе и в регионах, оказало также неоднократное изменение позиции Правительства РФ по вопросу включения или не включения расходов на страхование в затраты предприятий.

В наибольшей степени процесс ликвидации страховых компаний коснется региональных страховщиков, поскольку наиболее крупные и жизнеспособные компании сосредоточены в Москве. В результате может оказаться, что в отдельных регионах страны останутся функционировать только филиалы московских компаний.

По оценкам независимых экспертов, к 2015 г. на страховом рынке останется не более 300 российских страховых компаний. Но и они не будут в полной мере готовы к конкуренции с иностранными страховыми компаниями.

Проблемы региональной политики занимают все большее место в деятельности ВСС. Всероссийский союз страховщиков считает своим долгом внимательно разобраться с положением дел в регионах и совместно с местными страховыми компаниями решить вопросы, связанные с развитием страхового рынка в каждом конкретном регионе.

Как уже отмечалось, в настоящий период между страховыми организациями на страховом рынке идет жесткая конкурентная борьба за клиен-

та. При этом следует признать, что не всегда складываются нормальные взаимоотношения и сотрудничество между московскими и региональными компаниями. Страховщики региональных страховых компаний обвиняют федеральные, или «московские» страховые компании, в экспансии на региональном страховом поле.

Под предлогом защиты региональных интересов некоторые Руководители регионов создали свои кэптивы, напоминающие страховые удельные княжества, забывая при этом, что проблему покрытия больших страховых рисков, связанных с крупными техногенными катастрофами и природными явлениями, таким методом не решить.

Вместе с тем нам понятна и озабоченность региональных страховщиков. Ведомственными или любыми иными путями (в том числе и нажимными) у них отхватываются объекты страхования, на которые в условиях свободного рынка могли бы с большим правом претендовать именно они.

Для устранения вышеназванных негативных процессов необходимо находить рациональное сочетание интересов федеральных и региональных инициатив в области страхования.

В развитии российского страхового рынка большое значение имеет консолидация усилий всех страховых организаций и перестраховочных обществ по созданию климата доверия и большей открытости в работе, налаживанию многосторонних деловых отношений между страховыми организациями. В этих целях ВСС проводит встречи с региональными страховыми компаниями и ассоциациями страховщиков по изучению состояния страхового дела и его специфики в конкретном регионе, а также поисков путей решения проблем. Одна из главных целей таких встреч – разработка и принятие условий цивилизованных отношений между центром и регионами.

Данный вопрос придется тщательно проработать Комитету по региональной политике ВСС. Необходимо также повысить роль Комиссии ВСС по этике и Третейского суда при ВСС.

Только реализация всех перечисленных предложений может оказать положительное влияние в деле становления и развития российского страхового рынка и рынков региональных.

### **Список литературы:**

1. Официальный сайт Федеральная служба страхового надзора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.fssn.ru](http://www.fssn.ru).
2. Официальный сайт МЧС России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.mchs.gov.ru](http://www.mchs.gov.ru).
3. Рейтинговое агентство Эксперт РА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.raexpert.ru/researches/insurance/panorama2004-15](http://www.raexpert.ru/researches/insurance/panorama2004-15).
4. Центр коллективных инвестиций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.cic.ru](http://www.cic.ru).

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ**  
**XVI Международной научно-практической конференции**  
**«АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**  
**ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»**

**ЧАСТЬ 1**

---

Подписано в печать 15.12.2010. Формат 84×60X1/16. Бумага офсетная.  
Тираж 500 экз. Уч.-изд. л. ?? Печ. л. ??? Заказ ???

---

Отпечатано в типографии  
Новосибирского государственного технического университета  
630092, г. Новосибирск, пр. Карла Маркса, 20



**ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**  
(г. Новосибирск)

С целью оказания помощи в опубликовании результатов научно-исследовательских работ профессорско-преподавательского состава, молодых ученых, аспирантов и магистрантов проводит *конференции*, готовит к выходу *сборники научных трудов* «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ», а также осуществляет подготовку и публикацию коллективных научных *монографий* по различным областям знаний.

Информацию об условиях публикации результатов научных исследований и требования к оформлению материалов можно получить на сайте <http://www.ZRNS.ru>, по телефонам Центра развития научного сотрудничества в г. Новосибирске:

**8-383-291-79-01** Чернов Сергей Сергеевич, руководитель ЦРНС

**8-913-749-05-30** Хвостенко Павел Викторович,  
ведущий специалист ЦРНС

или по электронной почте: [monography@ngs.ru](mailto:monography@ngs.ru)  
[monography@mail.ru](mailto:monography@mail.ru)

**НАДЕЕМСЯ НА ПЛОДОТВОРНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО!**